

2020-2026年中国淋浴房行业 发展态势与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国淋浴房行业发展态势与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/171648.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

淋浴房是单独的淋浴隔间，现代家居生活对卫浴设施的要求越来越高，许多家庭都希望有一个独立的洗浴空间，但是由于居室卫生空间有限，只能把洗浴设施与卫生洁具置于一室。淋浴房充分利用室内一角，用围栏将淋浴范围清晰地划分出来，形成相对独立的洗浴空间。

目前，全球已经形成了三大知名卫生洁具品牌群：以科勒(Kohler)和摩恩(Moen)为代表的美国品牌；以高仪(Grohe)、乐家(Roca)和汉斯格雅(Hansgrohe)为代表的欧洲品牌；以东陶(TOTO)、惠达和箭牌等为代表的亚洲品牌。中国淋浴房行业集中度较低，市场高度分散，大品牌的营销垄断效应尚未形成。目前，我国卫生洁具行业形成高中低三个阵营。第一阵营以美标和科勒为代表，凭借成熟的商业模式和本土化的发展策略，依靠先发优势，在中国卫浴产品的高端市场占有较大份额，并逐步向中低端市场扩张；其次是以惠达、箭牌、法恩莎、阿波罗等为代表的国内主力品牌，通过持续的研究开发、自主创新和品牌经营，市场竞争能力逐渐提高，在稳固大众消费市场的同时，产品线逐渐向星级酒店、商务会所、高档住宅等高端市场扩张。同时，以惠达为代表的少数本土企业通过海外销售渠道积极拓展自有品牌，开始了本土淋浴房品牌国际化发展的征程。第三阵营由几百家国内淋浴房企业构成，存在严重的产品同质化问题，主要是通过价格战、广告战进行原始的惨烈竞争。中企顾问网发布的

《2020-2026年中国淋浴房行业深度调研与市场供需预测报告》分析了淋浴房行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国淋浴房行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。报告目录:第一章 淋浴房相关概述第一节 淋浴房基础概述一、淋浴房简介二、淋浴房的功能第二节 淋浴房种类第三节 淋浴房选购注意事项 第二章 国际淋浴房产业运行态势分析第一节 国际卫浴产业运行总况一、国际卫浴设备品牌分析二、国际卫浴流行风格分析三、国际卫浴品牌动态分析第二节 国际淋浴房发展趋势分析一、整体配套化日益成为主流二、更加注重淋浴房产品设计三、生产技术和工艺水平不断提高四、产品呈现节能化和环保化发展趋势五、产业制造基地向发展中国家转移第三节 中国淋浴房对外贸易分析 第三章 中国淋浴房行业市场运行环境解析第一节 中国宏观经济环境分析一、中国GDP增长情况分析 二、工业经济发展形势分析三、社会固定资产投资分析四、全社会消费品零售总额五、全国居民收入增长分析六、居民消费价格变化分析七、对外贸易发展形势分析第二节 中国淋浴房行业政策环境分析一、行业监管管理体制二、行业相关政策分析三、行业相关标准分析第三节 中国淋浴房行业发展

的有利和不利因素一、中国淋浴房行业发展有利因素二、中国淋浴房行业发展不利因素 第四章 中国淋浴房产业运行态势分析第一节 年中国淋浴房行业动态分析一、涨价潮二、质检和打假三、上市与重组四、品牌动向第二节 中国淋浴房行业发展规律分析一、周期性二、区域性三、季节性第三节 年中国十大淋浴房品牌排名一、中国十大淋浴房品牌排名二、中国十大家装淋浴房品牌排名 第五章 中国淋浴房行业产业链分析第一节 淋浴房行业产业链概述第二节 淋浴房上游产业发展状况分析一、中国钢化玻璃生产状况二、中国铝材生产状况第三节 淋浴房下游应用需求市场分析一、中国人口环境分析二、中国城镇化率分析三、房地产开发投资分析 第六章 2013-2018年中国淋浴房行业供需分析第一节 2013-2018年中国淋浴房产量第二节 2013-2018年中国淋浴房产值第三节 中国淋浴房部分企业的产品价格分析一、价格与成本的关系二、价格与供需的关系三、价格在行业竞争中的重要性第四节 中国淋浴房行业利润水平分析 第七章 2013-2018年中国淋浴房进出口状况分析第一节 2013-2018年淋浴房进口分析一、淋浴房进口金额情况二、淋浴房进口来源分析第二节 2013-2018年淋浴房出口分析一、淋浴房出口金额情况二、淋浴房出口流向分析 第八章 2018年中国淋浴房行业竞争格局透析第一节 2018年中国淋浴房行业竞争现状一、行业竞争概况二、行业竞争格局第二节 2018年中国淋浴房重点产区竞争格局一、广东中山（一）中山市地区发展概况（二）中山市淋浴房产业发展现状（三）中山市淋浴房产业发展优势二、广东佛山（一）佛山市地区发展概况（二）佛山市淋浴房产业发展现状（三）佛山市淋浴房产业发展优势三、浙江杭州市萧山区（一）杭州市萧山区发展概况（二）萧山区淋浴房产业发展现状（三）萧山区南阳镇淋浴房产业发展优势第三节 中国淋浴房市场竞争策略分析 第九章 淋浴房市场波特五力竞争分析第一节 现有企业间的竞争格局第二节 行业新进入者威胁分析第三节 替代产品或服务的威胁第四节 供应商讨价还价的能力第五节 下游用户讨价还价能力 第十章 世界知名品牌淋浴房生厂企业在华市场运行浅析第一节 美国科勒一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、在华市场销售情况四、品牌竞争力分析五、国际化发展战略分析第二节 美国美标一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、在华市场销售情况四、品牌竞争力分析第三节 德国杜拉维特一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、在华市场销售情况四、品牌竞争力分析 第十一章 中国淋浴房重点生产企业竞争力及关键性数据透析第一节 中山迪玛卫浴科技股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业销售区域分析五、企业发展优势分析第二节 雅鼎创意家居股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业销售区域分析五、企业发展优势分析六、企业发展战略分析第三节 福建省艺根新型装饰材料股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业发展优势分析五、企业发展战略分析第四节 惠达卫浴股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业

销售区域分析五、企业发展优势分析六、企业发展战略分析第五节 帝欧家居股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业销售区域分析五、企业发展优势分析六、企业发展战略分析第六节 欧路莎股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业工程案例四、企业销售网络分析 第十二章 中国淋浴房市场营销分析与建议第一节 中国企业市场营销分析一、顾客建立关联二、提高市场反应速度三、关系营销四、回报第二节 中国淋浴房企业市场营销建议一、建立以消费者及竞争为导向的营销体系二、提高创新意识三、加强渠道通路建设四、提高管理水平第三节 中国淋浴房行业客户策略建议一、实施重点客户战略的必要性二、企业重点客户的鉴别与确定三、企业重点客户的开发与培育四、重点客户战略需要解决的问题五、重点客户的市场营销策略分析 第十三章 2020-2026年中国淋浴房行业发展趋势与前景展望分析第一节 2020-2026年中国淋浴房市场发展趋势分析一、品牌化建设和宣传成为主导二、品牌整合和强强联合加剧三、淋浴房品种多样化成趋势四、淋浴房安全和易洁成趋势五、节水节能成趋势六、电子商务成趋势七、智能化成淋浴房成趋势第二节 2020-2026年中国淋浴房行业市场规模预测第三节 2020-2026年中国淋浴房行业发展策略分析一、坚持产品创新的领先战略二、坚持品牌建设的引导战略三、坚持技术创新的战略四、坚持营销创新战略五、坚持企业管理创新的保证战略 第十四章 2020-2026年中国淋浴房行业投资前景预测分析第一节 2020-2026年中国淋浴房行业投资机会分析一、发达国家淋浴房企业制造基地向中国转移二、中国消费观念升级和消费群体发生变化三、农村和二线城市发展机会和潜能巨大第二节 2020-2026年中国淋浴房行业投资风险预警——一、相关行业影响的风险二、原材料价格波动风险三、技术开发与行业革新风险四、竞争风险五、政策风险第三节 2020-2026年中国淋浴房行业壁垒分析一、渠道壁垒二、品牌壁垒三、研发及设计壁垒四、规模和资金壁垒

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/171648.html>