

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家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、坚持营销创新的战略五、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>