

2021-2027年中国花洒市场 深度分析与前景趋势报告

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

《2021-2027年中国花洒市场深度分析与前景趋势报告》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/202010/189307.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

花洒是以淋浴为目的的，能使水以小水滴或喷射状发散流出的装置。按照是否可以移动，可以分为手持式花洒和固定式花洒。

手持式花洒通常安装在固定或可移动的支架上，由软管连接并且在一定的空间范围内可以由淋浴者自由移动或掌握；固定式花洒包括头部花洒、侧喷等，通常固定在淋浴者顶部或侧面，直接从上方或侧面喷淋。

智能化、电子化技术的普及应用将使花洒产品更加智能，产品更趋高端化。相关技术的应用将进一步提升消费者的使用体验，持续推动整个行业的发展，拓宽智慧生活的应用场景和实现路径。目前，在花洒、龙头、淋浴系统等卫浴配件产品中应用较为成熟的智能化、电子化技术包括电子触摸控制、电子定量控制、智能温控、液晶显示、无线遥控、红外感应等，这些技术的应用使得消费者的使用更加便利，操作更加智能、友好，也为以智能卫浴配件产品为硬件入口打造智能卫浴空间等智能家居体系提供了丰富的消费场景和技术路径。未来，随着越来越多智能化、电子化技术的出现和物联网技术的应用，将构建出以智能卫浴配件产品为入口的、跨场景的智能家居生活体系，为消费者带来无缝连接的智慧生活体验。

虽然现阶段，国内卫生洁具品牌影响力相对于国外高端品牌缺乏一定竞争力，但是在国内市场，花洒喷头销售主要集中在40元左右的中低端、低端喷头产品。国产花洒喷头品牌更贴合国内市场环境，促使国产花洒喷头产品市场份额超过99%。2018年花洒行业国产产品市场占有率

中企顾问网发布的《2021-2027年中国花洒市场深度分析与前景趋势报告》共九章。首先介绍了中国花洒行业市场发展环境、花洒整体运行态势等，接着分析了中国花洒行业市场运行的现状，然后介绍了花洒市场竞争格局。随后，报告对花洒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国花洒行业发展趋势与投资预测。您若想对花洒产业有个系统的了解或者想投资中国花洒行业，本报告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 2018年中国花洒产业发展环境分析

第一节 2018年中国经济发展环境分析

一、2018年中国宏观经济运行情况

二、2021-2027年经济增长趋势预测

第二节 2018年我国花洒产业政策发展环境分析

一、产业相关政策分析

二、产业进出口关税分析

三、产业发展标准分析

第三节 2018年我国花洒产业社会环境发展分析

第二章 全球花洒产业发展形势分析

第一节 全球花洒产业发展概况分析

一、全球花洒供应状况分析

二、全球花洒需求结构分析

三、全球花洒品牌竞争分析

第二节 全球主要国家花洒市场运行动态分析

一、美国

二、韩国

三、日本

第三节 2021-2027年全球花洒产业发展趋势预测分析

第三章 全球花洒市场运行态势分析

第一节 全球花洒市场发展状况分析

一、韩国花洒市场发展特点分析

二、日本花洒需求状况分析

三、全球家用型整体花洒品牌竞争分析

第二节 全球花洒市场技术发展分析

一、全球花洒现有技术发展分析

二、全球花洒技术改进分析

三、2018年全球花洒技术应用分析

第三节 2021-2027年全球花洒市场发展趋势预测分析

第四章 2018年我国花洒产业营运格局分析

第一节 我国花洒产业发展状况分析

一、产业生命周期发展分析

二、产业规模发展特点分析

三、产业品牌发展分析

第二节 我国花洒产业发展存在的问题分析

一、广告宣传问题分析

二、产品质量问题分析

三、售后服务问题分析

第三节 我国花洒产业发展对策分析

第五章 2018年我国花洒产业分析

第一节 我国花洒产业发展概况分析

一、产业生产材料应用分析

二、产业发展阶段分析

三、产业发展特点分析

第二节 我国花洒消费特点分析

一、消费者观念分析

二、消费者收入分析

三、消费者购买考虑因素分析

第三节 我国花洒产业发展存在的问题分析

第四节 花洒产品的品牌市场调查

一、消费者对花洒品牌认知度宏观调查

二、消费者对花洒产品的品牌偏好调查

三、消费者对花洒品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、花洒品牌忠诚度调查

(一)无品牌忠诚者

(二)习惯购买者

(三)满意购买者

(四)情感购买者

(五)忠诚购买者

六、花洒前十名品牌市场占有率调查

七、花洒前十名品牌竞争力比较分析

(一)摩恩(中国)公司

(二)九牧

(三)汉斯格雅

(四)科勒

(五)高斯

(六)高仪

(七)成霖高宝

(八)辉煌水暖

(九)申鹭达

(十)中宇

八、消费者的性别比例调查

九、消费者的购买频率调查

十、消费者的接受价格范围分析

十一、消费者的喜好规格范围分析

(一)一般式

(二)按摩式

(三)柔和式

(四)涡轮式

(五)强束式

十二、消费者的消费金额范围分析

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

(一)替代品的多少

(二)产品的重要程度

(三)产品的独特性

(四)产品本身的用途多少

(五)产品的转换成本

(六)产品价格的可比性

(七)品牌消费者对某一品牌越忠诚

二、品牌的影响

(一)品牌的首要功能是在于可以方便消费者进行产品选择，缩短消费者的购买决策过程

(二)造就强势品牌能使企业享有较高的利润空间

(三)品牌可以超越产品的生命周期，是一种无形资产

三、购买方便的影响

近年来新零售模式的发展，消费者的购买渠道也由纯线下逐步向线上线下双渠道过渡。对于标准化较高的产品，比如卫浴五金（花洒、水龙头）、卫浴配件（毛巾架、马桶刷等）等产品，消费者在线上购买的比例较高；对于非标准化产品，如坐便器、浴室柜、淋浴房等产品，消费者更愿意在线下购买。

2018年我国花洒产品线上交易市场规模为10.53亿元，占同期国内花洒市场规模的19.27%；线下交易市场规模为44.12亿元，占同期国内花洒市场规模的80.73%；随着国内互联网产业的稳步发展以及花洒生产商、销售商线上渠道的推展，花洒产品线上渠道市场份额将维持增长态势。2014-2018年我国花洒线上及线下交易金额统计图

四、广告的影响程度

(一)传递信息，沟通产需

(二)激发需求，增加销售

(三)促进竞争，开拓市场

(四)介绍知识，指导消费

(五)丰富生活，陶冶情操

五、包装的影响程度

(一)消费动机

(二)购买行为特征

(三)设计中的心理因素

(四)结语

第六章 2018年我国花洒市场分析

第一节 我国花洒市场发展整体状况分析

一、产品市场消费调查分析

二、产品细分市场需求状况分析

三、产品市场产量统计分析

第二节 我国花洒市场价格发展分析

据不完全统计，2019年国内花洒喷头品牌电商平均售价在40元左右，市场销售较高的集中在中低端及低端产品线，高端花洒喷头销售状况相对冷清。中国品牌花洒喷头电商平均售价统计

一、产品市场价格走势分析

二、影响我国花洒价格走势因素分析

第三节 我国花洒市场细分进出口状况分析

一、产品进出口金额分析

二、产品进出口价格走势分析

第七章 2018年我国花洒产业竞争格局分析

从国内花洒行业品牌格局来看，我国卫生洁具市场格局分散，科勒、摩恩、汉斯格雅等国际品牌占据了国内高端市场；其次，近年来我国涌现出一批以九牧、箭牌、恒洁、惠达、帝王等为代表的本土品牌，构成了我国卫生洁具中端市场；此外，广东佛山、潮州一带的中小企业则集中在低端市场。我国卫生洁具市场竞争格局

档次类别	代表品牌	定位	供求状况
奢侈品	杜拉维特、汉斯格雅	顶级高端	供少求少，基本平衡
国际一线	TOTO，科勒，乐家	高端	供不应求
国内一线	九牧、箭牌、法恩莎、惠达、浪鲸、恒洁、帝王、四维	中高端	供需平衡
国内二三线	佛山潮州一带中小企业	中低端	供应过剩

第一节 我国花洒产业竞争现状分析

一、技术竞争分析

二、服务质量竞争分析

三、品牌竞争分析

第二节 我国花洒产业集中程度分析

一、企业集中程度分析

二、市场集中程度分析

三、区域集中程度分析

第三节 我国花洒占市场份额分析

第八章 我国花洒产业优势企业分析

第一节 摩恩Moen

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第二节 汉斯格雅HansGrohe

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第三节 九牧Jomoo

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第四节 高仪Grohe

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第五节 成霖高宝GOBO

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第六节 HHSN辉煌水暖洁具

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第七节 科勒Kohler

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第八节 申鹭达

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第九节 高斯Coso

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第十节 中宇JOYOU

一、企业基本概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业未来发展规划分析

第九章 2021-2027年我国花洒产业发展前景及投资分析

第一节 2021-2027年我国花洒行业发展趋势预测分析

一、产业发展规模预测分析

二、花洒发展前景看好

三、产业生产技术发展趋势预测分析

第二节 2021-2027年我国花洒行业投资分析

一、我国花洒行业投资环境分析

二、我国花洒行业投资机会分析

三、我国花洒行业投资风险分析

图表目录：

图表：中国花洒生产能力变化示意图

图表：2014-2018年中国花洒各年度生产量

图表：2014-2018年花洒产量增长情况

图表：2014-2018年花洒主要品牌市场占有率动态

图表：2018年中国花洒主要产品需求量预测

图表：中国花洒业年产量列世界第一的产品

图表：2014-2018年花洒产量变化

图表：世界花洒市场容量分析

图表：中国花洒市场容量变化情况

图表：2014-2018年花洒产量逐月统计

图表：2018年花洒产量及其增长

图表：2018年花洒生产量

图表：2014-2018年中国花洒产销量与出口量动态对比图

图表：2018年全国大型零售企业花洒销售量分月统计表

图表：2018年全国大型零售企业花洒销售走势图

图表：2018年全国各大城市花洒20大主销商场销售量

图表：2014-2018年全国部分地区花洒产品销售量

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/189307.html>