

2015-2020年中国洁身器市场 态势分析及投资建议研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国洁身器市场态势分析及投资建议研究报告》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.bosidata.com/dianqi1502/613827CJ6A.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 2014年世界洁身器行业整体发展现状分析

第一节 2014年世界洁身器行业运行环境分析

第二节 2014年世界洁身器行业市场发展格局

一、世界洁身器市场特征分析

二、世界主要洁身器技术进展

三、世界洁身器市场动态分析

第三节 2014年世界主要国家洁身器运行分析

一、美国

二、日本

三、德国

第四节 2015-2020年世界洁身器行业发展趋势分析

第二章 2014年中国洁身器行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014年中国洁身器市场政策环境分析

一、行业政策

二、相关行业政策

三、法律法规

第三节 2014年中国洁身器市场社会环境分析

第三章 2014年中国洁具行业市场供需分析剖析

第一节 2014年中国洁具行业动态分析

一、东鹏陶瓷洁具进军国际市场

二、高安陶瓷产区新年招商“开门红”

三、部分传统建材卖场主打特色牌

四、新塘镇渐完善产业配套打造长三角洁具科创中心

第二节 2014年中国洁具行业现状综述

一、洁具行业运行特点分析

二、沿海工业城洁具产业集群效应已显现

三、整体卫浴成消费新时尚

第三节 厨卫厂商迎来六大有利崭新局面

第四节 2014年中国洁具市场存在的问题分析

第四章 2012-2014年中国卫生洁具制造行业数据监测分析

第一节 2012-2014年中国卫生洁具制造行业总体数据分析

一、2012年中国卫生洁具制造行业全部企业数据分析

二、2013年中国卫生洁具制造行业全部企业数据分析

三、2014年中国卫生洁具制造行业全部企业数据分析

第二节 2012-2014年中国卫生洁具制造行业不同规模企业数据分析

一、2012年中国卫生洁具制造行业不同规模企业数据分析

二、2013年中国卫生洁具制造行业不同规模企业数据分析

三、2014年中国卫生洁具制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2012-2014年中国卫生洁具制造行业不同所有制企业数据分析

一、2012年中国卫生洁具制造行业不同所有制企业数据分析

二、2013年中国卫生洁具制造行业不同所有制企业数据分析

三、2014年中国卫生洁具制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2014年中国洁身器行业运营格局透析

第一节 2014年中国洁具市场运行分析

一、二三级市场或成国际卫浴品牌抢夺点

二、华东消费水平较高 中高档洁具占主流

三、终端市场大幅调整 卫浴洁具产品推陈出新

四、西南市场高性价比卫浴洁具最受青睐

第二节 2014年中国洁身器市场运营分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2014年中国洁身器价格分析

一、定价体制分析

二、座便器洁身器价格过高有望实施相关国标

第六章 2014年中国洁身器行业市场销售渠道运行态势分析

第一节 2014年中国洁身器市场销售终端的基本类型

一、洁身器市场需主流营销意识

二、浙江三花洁身器发现新蓝海

三、洁身器行业的渠道陷阱

第二节 2014年中国洁身器企业主要渠道模式分析

一、区域代理

二、买断品牌

三、特许经营

第三节 2014年中国洁身器行业市场销售策略分析

一、品牌定位准确

二、目标市场进行价格覆盖

三、市场传播渠道及方式

四、呈现清晰卖点

第四节 洁身器市场营销案例分析-欧路莎智能化卫浴打造新卖点

第七章 2014年中国洁身器市场消费调研分析

第一节 2014年中国洁身器消费者调查分析

一、消费者阶层分类

二、经常光顾建材市场的群体分析

第二节 2014年中国洁身器营销渠道分析

一、消费者对洁身器认知渠道调查分析

二、消费者对洁身器关注度调查分析

三、消费者购买家具建材费用支出所占比例调查分析

四、促销手段对消费者购买家具的影响

第三节 影响消费者购买的因素分析

第八章 2014年中国洁身器市场竞争格局透析

第一节 2014年中国洁身器市场竞争格局

一、高端市场成洋品牌天下

二、海外巨头展开技术竞赛

三、高档卫浴洁具品牌开抢零售市场份额

四、中高档产品竞争激烈

五、新明珠携手智能坐便器进军高端卫浴市场

第二节 2014年中国洁具行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2014年中国洁身器市场竞争优势分析

第四节 2015-2020年中国洁身器行业竞争趋势分析

第九章 2014年世界品牌洁身器企业营运状况浅析

第一节 松下洁乐（日本）

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第二节 TOTO

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第十章 2014年中国洁身器优势生产企业竞争力分析

第一节 北京金陶洁具有限公司（金陶）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 合肥荣事达集团有限责任公司（荣事达）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 佛山科勒有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 乐家洁具（佛山）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 唐山市惠达集团洁具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 浙江星星便洁宝有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2015-2020年中国洁身器行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2015-2020年中国洁身器行业趋势预测分析

一、节能洁具前景广阔

二、智能洁具市场前景分析

三、洁具翻新前景展望

第二节 2015-2020年中国洁身器技术开发方向分析

第三节 2015-2020年中国洁身器行业市场预测分析

第四节 2015-2020年中国洁身器市场盈利预测分析

第十二章 2015-2020年中国洁身器投资规划建议研究

第一节 2015-2020年中国洁身器投资概况

一、洁身器行业投资特性

二、洁身器具有良好的投资价值

三、洁身器投资环境分析

第二节 2015-2020年中国洁身器行业投资机会分析

一、投资热点分析

二、投资吸引力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2015-2020年中国洁身器行业投资前景分析

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、进退入风险

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1502/613827CJ6A.html>