

2022-2028年中国整装卫浴 产业发展现状与市场需求预测报告

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

《2022-2028年中国整装卫浴产业发展现状与市场需求预测报告》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/202204/284648.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

整装卫浴经历三次迭代产品逐渐升级，当前以瓷砖材质为最高端。整装卫浴结构主要包括一体化防水底盘、壁板、顶板以及内部配套洁具等构成。根据六面墙和底板所用板材不同，整装卫浴产品可分为三类，包括第一代FRP、第二代SMC/彩钢板、第三代瓷砖整装卫浴。SMC材质技术最为成熟，行业内主要竞争对手的产能以SMC产品为主，其具备重量轻、强度大、耐用性强且性价比高的特征，但由于塑料观感以及敲触空洞感不受中国消费者喜爱，广泛应用于偏低端的经济型酒店、长租公寓、政府保障房等。彩钢板产品以镀锌钢板为基材，外附VCM和PET膜，使得产品外观可以模拟木纹、瓷砖、石材等花纹，但触感仍与实际瓷砖相差较远。第三代瓷砖产品通过高密度发泡复合瓷砖和石材，使得产品外观、质感与传统卫浴无异，高度符合我国消费者喜好；且瓷砖和石材级别可个性化定制，高端瓷砖整装卫浴价格可达到8000-10000元/套，甚至更高（取决于配套产品价格），可配置于高端住宅。

整装卫浴产品类型	第一代	第二代	第三代	类型	FRP	SMC	彩钢	瓷砖	壁板材质	纤维增强复合材料	
SMC航空材料，是一种不饱和聚酯树脂，表面覆膜	镀锌钢板外覆VCM膜	以镀锌钢板为基材，高密度聚氨酯发泡材料为中间层，表面覆盖瓷砖/石材	成型工艺	无需大型机器，造型根据需求变化，手动铺层	由上千吨大型压机将整块板材一次性模压成型	由压机在高温高压环境下将面板与镀锌底板压合	聚氨酯在高温高压环境下复合瓷砖、天然石材	质量	质量不稳定，抗老化性能差，使用寿命短	重量轻，强度大，不易开裂变形，抑霉抑菌，耐用性强	
硬度高，耐酸碱，易清洁，保温隔音减震	耐用，强度大，面材可以自由选择，实现了个性化定制	质感	成品材质不够细腻，无法满足高端客户要求	外观有塑料感，敲触有空洞感	彩钢板可以模拟瓷砖、木纹等花纹	瓷砖质感稳重，光泽度好，符合中国人消费偏好	价格	低	较高（约4k-5k/套）	较高（约5k/套）	高（价格取决于材质及配套洁具级别，5K-8K/套）

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国整装卫浴产业发展现状与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了整装卫浴行业市场发展环境、整装卫浴整体运行态势等，接着分析了整装卫浴行业市场运行的现状，然后介绍了整装卫浴市场竞争格局。随后，报告对整装卫浴做了重点企业经营状况分析，最后分析了整装卫浴行业发展趋势与投资预测。您若想对整装卫浴产业有个系统的了解或者想投资整装卫浴行业，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 2015-2019年中国整装卫浴行业发展概述

第一节 整装卫浴行业发展情况概述

一、整装卫浴行业相关定义

二、整装卫浴行业基本情况介绍

三、整装卫浴行业发展特点分析

第二节 中国整装卫浴行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、整装卫浴行业产业链条分析

三、中国整装卫浴行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国整装卫浴行业生命周期分析

一、整装卫浴行业生命周期理论概述

二、整装卫浴行业的生命周期分析

第四节 整装卫浴行业经济指标分析

一、整装卫浴行业的赢利性分析

二、整装卫浴行业的经济周期分析

三、整装卫浴行业附加值的提升空间分析

第五节 中国整装卫浴行业进入壁垒分析

一、整装卫浴行业资金壁垒分析

二、整装卫浴行业技术壁垒分析

三、整装卫浴行业人才壁垒分析

四、整装卫浴行业品牌壁垒分析

五、整装卫浴行业其他壁垒分析

第二章 2015-2019年全球整装卫浴行业市场发展现状分析

第一节 全球整装卫浴行业发展历程回顾

第二节 全球整装卫浴行业市场区域分布情况

第三节 亚洲整装卫浴行业地区市场分析

一、亚洲整装卫浴行业市场现状分析

二、亚洲整装卫浴行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲整装卫浴行业市场前景分析

第四节 北美整装卫浴行业地区市场分析

一、北美整装卫浴行业市场现状分析

二、北美整装卫浴行业市场规模与市场需求分析

三、北美整装卫浴行业市场前景分析

第五节 欧盟整装卫浴行业地区市场分析

一、欧盟整装卫浴行业市场现状分析

二、欧盟整装卫浴行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟整装卫浴行业市场前景分析

第六节 2022-2028年世界整装卫浴行业分布走势预测

第七节 2022-2028年全球整装卫浴行业市场规模预测

从公寓、酒店市场起步，后续住宅市场加快普及，2020年整装卫浴行业市场规模有望破百亿。2020年我国整装卫浴行业市场将达到126亿，2021年中国整装卫浴行业市场规模将达173亿元，其中住宅市场规模将达164亿元，虽然最初整体卫浴的需求是由长租公寓、保障房、快捷酒店的扩张拉动，后续住宅市场的需求也会逐步加快放量。住宅市场放量的主要驱动因素有以下三点：（1）随着整装卫浴产品技术日益成熟，彩钢板、瓷砖型产品逐步迭代SMC系列，新一代产品式样更加丰富、用户体验优化，终端消费者对于整装卫浴的接受度逐渐提升，住宅市场加快普及。（2）此外，精装修渗透率不断提升拉动整装卫浴市场扩容，2019年新开工口径的精装修渗透率已超过30%。（3）再者，整装卫浴满足装配式建筑考核要求，在政策强制推进装配式建筑的情况下，整装卫浴能够获得地产商青睐。根据住建部印发的《“十三五”装配式建筑行动方案》，国家明确要求全国装配式建筑占新建建筑的比例到2020年要达到15%以上，其中重点推进地区达到20%以上；而在装配式建筑的验收考核中，将整体卫浴即集成式卫生间作为评价项目可计6分，为满足装配式建筑政策要求，并有机会获得相关政策优惠(如增值税即征即退、财政奖励、容积率奖励等)，地产开发商近年来着力推进整装卫浴。2016-2021年中国整体卫浴市场规模预测数据来源：公开资料整理

第三章 中国整装卫浴产业发展环境分析

第一节 我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、全社会消费品整装卫浴总额

五、城乡居民收入增长分析

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 中国整装卫浴行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国整装卫浴产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国整装卫浴行业运行情况

第一节 中国整装卫浴行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国整装卫浴行业市场规模分析

第三节 中国整装卫浴行业供应情况分析

第四节 中国整装卫浴行业需求情况分析

第五节 中国整装卫浴行业供需平衡分析

第六节 中国整装卫浴行业发展趋势分析

第五章 中国整装卫浴所属行业运行数据监测

第一节 中国整装卫浴所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国整装卫浴所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国整装卫浴所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2019年中国整装卫浴市场格局分析

第一节 中国整装卫浴行业竞争现状分析

一、中国整装卫浴行业竞争情况分析

二、中国整装卫浴行业主要品牌分析

第二节 中国整装卫浴行业集中度分析

一、中国整装卫浴行业市场集中度分析

二、中国整装卫浴行业企业集中度分析

第三节 中国整装卫浴行业存在的问题

第四节 中国整装卫浴行业解决问题的策略分析

第五节 中国整装卫浴行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2019年中国整装卫浴行业需求特点与动态分析

第一节 中国整装卫浴行业消费市场动态情况

第二节 中国整装卫浴行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 整装卫浴行业成本分析

第四节 整装卫浴行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国整装卫浴行业价格现状分析

第六节 中国整装卫浴行业平均价格走势预测

一、中国整装卫浴行业价格影响因素

二、中国整装卫浴行业平均价格走势预测

三、中国整装卫浴行业平均价格增速预测

第八章 2015-2019年中国整装卫浴行业区域市场现状分析

第一节 中国整装卫浴行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区整装卫浴市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区整装卫浴市场规模分析

四、华东地区整装卫浴市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区整装卫浴市场规模分析

四、华中地区整装卫浴市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区整装卫浴市场规模分析

四、华南地区整装卫浴市场规模预测

第九章 2015-2019年中国整装卫浴行业竞争情况

第一节 中国整装卫浴行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国整装卫浴行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国整装卫浴行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 整装卫浴行业企业分析

第一节 惠达住工

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 东鹏整装卫浴

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 科逸

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 禧屋

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 鑫铃

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2022-2028年中国整装卫浴行业发展前景分析与预测

第一节 中国整装卫浴行业未来发展前景分析

- 一、整装卫浴行业国内投资环境分析
- 二、中国整装卫浴行业市场机会分析
- 三、中国整装卫浴行业投资增速预测

第二节 中国整装卫浴行业未来发展趋势预测

第三节 中国整装卫浴行业市场发展预测

- 一、中国整装卫浴行业市场规模预测
- 二、中国整装卫浴行业市场规模增速预测
- 三、中国整装卫浴行业产值规模预测
- 四、中国整装卫浴行业产值增速预测
- 五、中国整装卫浴行业供需情况预测

第四节 中国整装卫浴行业盈利走势预测

- 一、中国整装卫浴行业毛利润同比增速预测
- 二、中国整装卫浴行业利润总额同比增速预测

第十二章 2022-2028年中国整装卫浴行业投资风险与营销分析

第一节 整装卫浴行业投资风险分析

- 一、整装卫浴行业政策风险分析
- 二、整装卫浴行业技术风险分析
- 三、整装卫浴行业竞争风险分析

四、整装卫浴行业其他风险分析

第二节 整装卫浴行业企业经营发展分析及建议

一、整装卫浴行业经营模式

二、整装卫浴行业销售模式

三、整装卫浴行业创新方向

第三节 整装卫浴行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2022-2028年中国整装卫浴行业发展战略及规划建议

第一节 中国整装卫浴行业品牌战略分析

一、整装卫浴企业品牌的重要性

二、整装卫浴企业实施品牌战略的意义

三、整装卫浴企业品牌的现状分析

四、整装卫浴企业的品牌战略

五、整装卫浴品牌战略管理的策略

第二节 中国整装卫浴行业市场的关键客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国整装卫浴行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2022-2028年中国整装卫浴行业发展策略及投资建议（ ）

第一节 中国整装卫浴行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国整装卫浴行业定价策略分析

第三节 中国整装卫浴行业营销渠道策略

一、整装卫浴行业渠道选择策略

二、整装卫浴行业营销策略

第四节 中国整装卫浴行业价格策略

第五节 行业投资建议

一、中国整装卫浴行业重点投资区域分析

二、中国整装卫浴行业重点投资产品分析（ ）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/284648.html>