



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国淋浴器市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国淋浴器市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/251735.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 淋浴器行业发展概述 11

第一节 淋浴器行业定义 11

一、淋浴器定义 11

二、淋浴器应用 11

第二节 淋浴器行业发展概况 11

一、全球淋浴器行业发展概况 11

二、淋浴器国内行业现状阐述 12

第二章 中国淋浴器产业链结构分析 12

第一节 中国淋浴器产业链结构 12

一、产业链概况 12

二、特征 13

第二节 中国淋浴器产业链演进趋势 13

一、产业链生命周期分析 13

二、产业链价值流动分析 15

三、演进路径与趋势 15

第三节 中国淋浴器产业链竞争分析 15

第三章 2015-2020年中国淋浴器行业市场规模分析 16

第一节 2012-2014年中国淋浴器行业市场规模分析 16

第二节 2012-2014年中国淋浴器行业基本特点分析 17

第三节 2012-2014年中国淋浴器行业销售收入分析 18

第四节 2012-2014年中国淋浴器行业市场集中度分析 19

第五节 2012-2014年中国淋浴器行业市场占有率分析 19

第六节 2015-2020年中国淋浴器行业市场规模预测 20

第四章 淋浴器行业竞争格局分析 21

第一节 淋浴器行业集中度分析 21

一、淋浴器市场集中度分析 21

二、淋浴器企业集中度分析 21

三、淋浴器区域集中度分析 22

第二节 淋浴器行业竞争格局分析 22

一、2014年淋浴器行业竞争分析 22

二、2014年中外淋浴器产品竞争分析	23
三、2014年国内外淋浴器竞争分析	23
四、2014年我国淋浴器市场竞争分析	23
五、2015-2020年国内主要淋浴器企业动向	24
第五章 中国淋浴器制造行业成本费用分析	24
第一节 2009-2014年淋浴器制造行业产品销售成本分析	24
一、2009-2014年行业销售成本总额分析	24
二、不同规模企业销售成本比较分析	25
三、不同所有制企业销售成本比较分析	25
第二节 2009-2014年淋浴器制造行业销售费用分析	26
一、2009-2014年行业销售费用总额分析	26
二、不同规模企业销售费用比较分析	27
三、不同所有制企业销售费用比较分析	27
第三节 2009-2014年淋浴器制造行业管理费用分析	27
一、2009-2014年行业管理费用总额分析	27
二、不同规模企业管理费用比较分析	28
三、不同所有制企业管理费用比较分析	28
第四节 2009-2014年淋浴器制造行业财务费用分析	29
一、2009-2014年行业财务费用总额分析	29
二、不同规模企业财务费用比较分析	30
三、不同所有制企业财务费用比较分析	30
第六章 中国淋浴器行业区域市场分析	30
第一节 2014年华北地区淋浴器行业分析	30
一、2014年行业发展现状分析	30
二、2014年市场规模情况分析	30
三、2015-2020年市场需求情况分析	31
四、2015-2020年行业发展前景预测	32
第二节 2014年东北地区淋浴器行业分析	32
一、2014年行业发展现状分析	32
二、2014年市场规模情况分析	32
三、2015-2020年市场需求情况分析	33
四、2015-2020年行业发展前景预测	34

第三节 2014年华东地区淋浴器行业分析 34

一、2014年行业发展现状分析 34

二、2014年市场规模情况分析 34

三、2015-2020年市场需求情况分析 34

四、2015-2020年行业发展前景预测 35

第四节 2014年华南地区淋浴器行业分析 35

一、2014年行业发展现状分析 35

二、2014年市场规模情况分析 35

三、2015-2020年市场需求情况分析 36

四、2015-2020年行业发展前景预测 36

第五节 2014年华中地区淋浴器行业分析 37

一、2014年行业发展现状分析 37

二、2014年市场规模情况分析 37

三、2015-2020年市场需求情况分析 37

四、2015-2020年行业发展前景预测 38

第六节 2014年西南地区淋浴器行业分析 38

一、2014年行业发展现状分析 38

二、2014年市场规模情况分析 38

三、2015-2020年市场需求情况分析 39

四、2015-2020年行业发展前景预测 40

第七节 2014年西北地区淋浴器行业分析 40

一、2014年行业发展现状分析 40

二、2014年市场规模情况分析 40

三、2015-2020年市场需求情况分析 40

四、2015-2020年行业发展前景预测 41

第七章 中国淋浴器产品价格分析 41

第一节 中国淋浴器历年价格回顾 41

第二节 中国淋浴器当前市场价格 42

一、产品当前价格分析 42

二、产品未来价格预测 42

第三节 中国淋浴器价格影响因素分析 42

一、全球金融危机影响 42

二、人民币汇率变化影响 43

三、其它 43

第八章 中国淋浴器供给分析 43

第一节 中国淋浴器市场趋势预测 43

一、2009-2014年我国淋浴器市场趋势总结 43

二、2015-2020年我国淋浴器发展趋势分析 44

第二节 中国淋浴器市场供给趋势预测 44

一、2015-2020年淋浴器产量预测 44

二、2015-2020年淋浴器行业市场供给量预测 45

第九章 中国淋浴器市场需求 46

第一节 2009-2014年淋浴器产能分析 46

一、2009-2014年中国淋浴器产能 46

二、2009-2014年中国淋浴器产能利用率分析 46

第二节 2009-2014年淋浴器产量及增长率分析 47

第三节 2015-2020年淋浴器市场需求分析 48

一、2009-2014年中国淋浴器市场供给量分析 48

二、2015-2020年中国淋浴器市场需求量预测 48

第十章 中国淋浴器进出口分析 49

第一节 淋浴器近年进出口概况 49

第二节 分国别进出口概况 49

第三节 中国淋浴器行业历史进出口总量变化 51

一、2010-2014年1-12月淋浴器行业进口总量变化 51

二、2010-2014年1-12月淋浴器行业出口总量变化 51

三、2010-2014年1-12月淋浴器进出口差量变动情况 52

第四节 中国淋浴器行业历史进出口结构变化 53

一、2014年淋浴器行业进口来源情况分析 53

二、2014年淋浴器行业出口去向分析 53

第五节 中国淋浴器行业进出口态势展望 54

一、中国淋浴器进出口的主要影响因素分析 54

二、2015-2020年中国淋浴器行业进口态势展望 55

三、2015-2020年中国淋浴器行业出口态势展望 55

第十一章 重点企业经营状况分析 56

第一节 宁波大拇指电器有限公司 56

一、公司概况 56

二、公司经营状况及财务状况分析 56

三、公司优劣势分析 58

四、2015-2020年公司发展前景分析 59

第二节 宁波海云工贸有限公司 59

一、公司主营业务 59

二、公司经营状况及财务状况 60

三、公司优劣势分析 62

四、2015-2020年公司发展前景 62

第三节 汕头市佳银实业有限公司 62

一、公司概况 62

二、公司经营状况及财务状况 63

三、2015-2020年公司发展前景分析 65

第四节 中山市银龙卫浴有限公司 65

一、公司概况 65

二、公司经营状况及财务状况分析 65

三、公司优劣势分析 67

四、2015-2020年公司发展前景 68

第十二章 2015-2020年中国淋浴器行业发展预测分析 68

第一节 2015-2020年中国淋浴器产业宏观预测 68

一、2015-2020年中国淋浴器行业宏观预测 68

二、2015-2020年中国淋浴器工业发展展望 69

第二节 2015-2020年中国淋浴器市场形势分析 69

一、2015-2020年中国淋浴器生产形势分析预测 69

二、影响中国淋浴器市场运行的因素分析 69

第三节 2015-2020年中国淋浴器市场趋势分析 70

一、2009-2014年中国淋浴器市场趋势总结 70

二、2015-2020年中国淋浴器发展趋势分析 70

三、2015-2020年中国淋浴器市场发展空间 72

四、2015-2020年中国淋浴器产业政策趋向 72

第十三章 中国淋浴器行业企业发展策略建议 73

第一节 市场策略分析	73
一、价格策略分析	73
二、渠道策略分析	74
第二节 销售策略分析	74
一、媒介选择策略分析	74
二、产品定位策略分析	74
三、企业宣传策略分析	74
第三节 提高淋浴器行业企业竞争力的建议	75
一、提高中国淋浴器企业核心竞争力的对策	75
二、淋浴器企业提升竞争力的主要方向	76
三、淋浴器企业核心竞争力的因素及提升途径	77
四、提高淋浴器竞争力的策略	77
第四节 对我国淋浴器品牌的战略思考	78
一、淋浴器行业实施品牌战略的意义	78
二、淋浴器行业企业品牌的现状分析	78
三、淋浴器行业企业的品牌战略	79
四、淋浴器行业品牌战略管理的策略	79
第十四章 结论及专家建议	80
一、企业观点综述	80
二、专家投资建议	80

图表目录：

图表 1：淋浴器行业产业链结构	13
图表 2：生命周期示意图	15
图表 3：2009-2014年我国淋浴器行业市场规模及增长情况 单位：亿元	17
图表 4：2009-2014年我国花洒淋浴器行业市场规模及增长情况 单位：亿元	17
图表 5：2010-2014年我国淋浴器产品国内销售收入统计 单位：亿元	18
图表 6：2009-2014年我国淋浴器行业市场集中度统计	19
图表 7：2014年淋浴器市场品牌占有率统计	20
图表 8：2015-2020年我国淋浴器行业市场规模预测 单位：亿元	20
图表 9：2009-2014年我国淋浴器行业市场集中度统计	21
图表 10：2009-2014年我国淋浴器生产企业集中度情况	21

图表 11：2014年我国淋浴器行业区域集中度 22

图表 12：2009-2014年我国淋浴器行业主营业务成本统计 25

图表 13：2009-2014年我国淋浴器行业不同规模企业销售成本统计 单位：亿元 25

图表 14：2009-2014年我国淋浴器行业不同所有制企业销售成本 单位：亿元 25

图表 15：2009-2014年我国淋浴器行销售费用统计 26

图表 16：2009-2014年我国淋浴器行业不同规模企业销售费用统计 单位：亿元 27

图表 17：2009-2014年我国淋浴器行业不同所有制企业销售费用 单位：亿元 27

图表 18：2009-2014年我国淋浴器行管理费用统计 28

图表 19：2009-2014年我国淋浴器行业不同规模企业管理费用统计 单位：亿元 28

图表 20：2009-2014年我国淋浴器行业不同所有制企业管理费用 单位：亿元 28

图表 21：2009-2014年我国淋浴器行财务费用统计 29

图表 22：2009-2014年我国淋浴器行业不同规模企业管理费用统计 单位：亿元 30

图表 23：2009-2014年我国淋浴器行业不同所有制企业财务费用 单位：亿元 30

图表 24：2009-2014年华北地区市场规模及增长率 31

图表 25：2015-2020年华北地区需求量预测 31

图表 26：2009-2014年东北地区市场规模及增长率 33

图表 27：2015-2020年东北地区需求量预测 33

图表 28：2009-2014年华东地区市场规模及增长率 34

图表 29：2015-2020年华东地区需求量预测 35

图表 30：2009-2014年华南地区市场规模及增长率 36

图表 31：2015-2020年华南地区需求量预测 36

图表 32：2009-2014年华中地区市场规模及增长率 37

图表 33：2015-2020年华中地区需求量预测 38

图表 34：2009-2014年西南地区市场规模及增长率 39

图表 35：2015-2020年西南地区需求量预测 39

图表 36：2009-2014年西北地区市场规模及增长率 40

图表 37：2015-2020年西北地区需求量预测 41

图表 38：我国淋浴器行业产品平均价格 42

图表 39：2015-2020年我国淋浴器行业产量及增长率预测 单位：万个 45

图表 40：2015-2020年我国淋浴器行业供给量及增长率预测 单位：万个 45

图表 41：2009-2014年我国淋浴器行业产能及增长率分析 单位：万个 46

图表 42：2009-2014年我国淋浴器行业产能利用率分析 47

图表 43：2009-2014年我国淋浴器行业产量及增长率分析 单位：万个 47

图表 44：2009-2014年我国淋浴器行业供给量及增长率分析 单位：万个 48

图表 45：2015-2020年我国淋浴器市场需求量及增长率预测 单位：万个 49

图表 46：2010-2014年1-10月份我国淋浴器主要进口国家及数量 单位：个 49

图表 47：2010-2014年1-10月份我国淋浴器主要出口国家及数量 单位：万个 50

图表 48：2010-2014年1-10月份我国淋浴器进口数量及增长率 单位：万个 51

图表 49：2010-2014年1-10月份我国淋浴器出口数量及增长率 单位：万个 52

图表 50：2010-2014年1-10月份我国淋浴器进出口差额分析 单位：万个 52

图表 51：2014年我国淋浴器主要进口国家占比分析 53

图表 52：2014年我国淋浴器主要出口国家占比分析 54

图表 53：2015-2020年我国淋浴器进口数量预测 单位：万个 55

图表 54：2015-2020年我国淋浴器行业出口数量预测 单位：万个 56

图表 55：2009-2014年公司经营情况基本数据 单位：千元 57

图表 56：2009-2014年企业偿债能力分析 57

图表 57：2009-2014年企业运营能力分析 58

图表 58：2009-2014年企业盈利能力分析 58

图表 59：2009-2014年公司经营情况基本数据 单位：千元 60

图表 60：2009-2014年企业偿债能力分析 61

图表 61：2009-2014年企业运营能力分析 61

图表 62：2009-2014年企业盈利能力分析 61

图表 63：2009-2014年公司经营情况基本数据 单位：千元 63

图表 64：2009-2014年企业偿债能力分析 64

图表 65：2009-2014年企业运营能力分析 64

图表 66：2009-2014年企业盈利能力分析 64

图表 67：2009-2014年公司经营情况基本数据 单位：千元 65

图表 68：2009-2014年企业偿债能力分析 66

图表 69：2009-2014年企业运营能力分析 66

图表 70：2009-2014年企业盈利能力分析 67

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251735.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。