

中国卫浴行业现状深度分析与投资前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国卫浴行业现状深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/728121.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

1、卫浴概述

卫浴按字面意思就是卫生、洗浴，是供居住者便溺、洗浴、盥洗等日常卫生活动的空间及用品。卫浴行业涵盖卫生洁具、淋浴、浴缸、浴室柜、卫浴五金配件等品类。

卫浴行业产品品类

产品类型

产品名称

卫浴用品

面盆、淋浴房、浴缸等

卫生陶瓷

坐便器、蹲便器、小便器等

龙头五金

淋浴花洒、五金挂件、水槽、水龙头及配套软管、升降架等

卫浴瓷砖

抛釉砖、抛光砖、仿古砖、瓷片等

浴室家具

浴室柜、浴室镜等

资料来源：观研天下整理

2、地产红利消退，我国卫浴行业进入存量竞争阶段

作为地产后周期行业，卫浴行业火爆与否在很大程度上由房地产行业热度来决定的，所以在2017年之前借地产红利期的东风曾风光无限；而进入2018年后，随着房地产红利逐渐消退以及地产三道红线的实施，房地产市场的波动直接影响卫浴市场需求，行业从高速发展期转为平缓增长期。根据数据显示，2023年，我国房地产开发投资金额为110913亿元，同比下降13.4%。

数据来源：观研天下整理

作为地产后周期行业，卫浴行业核心需求源自住宅的装饰装修，所以借地产红利期的东风曾风光无限，但如今却有点发愁。根据数据显示，2022年，我国卫浴市场规模为1937亿元，行业已进入存量竞争阶段。

数据来源：观研天下整理

此外，随着消费者越来越青睐个性化、智能化、绿色化相关产品，并且逐渐通过各个渠道收集价格、功能、口碑等产品相关信息进行对比，这就导致企业不仅需要提高自身产品研发与创新力，还要注意品牌建设、客户服务等方面问题。

在这样大环境下，我国卫浴行业竞争也愈发激烈，越来越多的企业开始寻求突破性的增长点，如九牧作为国内卫浴行业的领头羊，近几年不断在“数智化”领域进行产品突破与生产革新。

3、“数智化”成卫浴行业救命稻草？

近年来，在国家大力发展新基建、5G通信技术与人工智能的快速应用与普及，万物互联互通已成为经济社会的发展趋势下，我国智能家居行业迎来发展机遇。根据数据显示，2022年，中国智能家居行业规模达到6516亿元，2018-2022年CAGR为12.99%，预计2023年市场规模可达7157亿元；而2016-2022年，我国智能家居行业市场规模从620亿元增长到2175亿元。

数据来源：观研天下整理

同时，近几年来，多部门政策强调推广存量建筑使用智能家居，有望带动产品渗透。例如，2024年3月13日，国务院发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》提出实施消费品以旧换新行动，开展家电产品以旧换新和推动家装消费品换新；支持居民开展旧房装修、厨卫等局部改造，持续推进居家适老化改造，积极培育智能家居等新型消费，智能马桶等智能卫浴产品也有望加快渗透。

有关存量建筑推广智能家居的表述

时间

部门

文件

主要内容

2024年3月13日

国务院

《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》

支持居民开展旧房装修、厨卫等局部改造，持续推进居家适老化改造，积极培育智能家居等新型消费

2023年7月12日

商务部、发改委等

《关于促进家居消费的若干通知》

支持居民更换或新购绿色智能家居产品、开展旧房装修，鼓励有条件的地区开展家电家具家装下乡，因地制宜支持农村居民购买绿色智能家居产品、开展家庭装修

资料来源：观研天下整理

由此可见，智能卫浴将逐渐成为新蓝海市场，这也相继涌现新的卫浴品牌，这也为小企业提供生存空间。不过，截至目前国内尚未出现营收超过千亿的领军企业，即使九牧、箭牌等品牌有着三十多年的历史，但至今未能稳坐行业龙头位置，卫浴行业仍然呈现出“大行业、老

品牌、小企业”的特征。

不过，近几年，九牧一直在进行产品升级和技术创新，尤其是在“数智化”领域。九牧提出以创新为核心驱动的战略，并致力于发展5G智能卫浴厨具和低碳绿色产品，同时建立5G智能工厂以提高生产效率和产品合格率。九牧集团董事长林孝发曾公开表示：“卫浴行业整体数智化普及程度低，已成为其发展的瓶颈。九牧将持续推动自身数智化进程，加快科技成果的应用，将数智科技理念嵌入生产、经营、企业管理以及品牌建设的各个方面，形成新的生产力。”

然而，九牧要形成真正的技术竞争壁垒仍面临挑战。例如，九牧新推出的智能马桶X90，采用首创的强静冲刷技术，马桶冲刷声音低至38分贝，但R&T瑞尔特和恒洁等品牌也拥有各自的专利技术，并且具有全方位杀菌技术和更加环保的设计等优势。

由此可见，“数智化”尚未能真正成为行业的“救命稻草”，需要突破一定的技术壁垒，增强企业自身产品的独特性和市场竞争力。

4、靠出海赢卫浴市场是一条好路线吗？

那么还有其他方法赢得市场吗？答案是：有的。随着经济全球化步伐的加快，中国卫浴企业将目光投向海外市场，试图通过拓展国际版图来寻求新的增长点，如九牧、惠达、松霖科技、海鸥住工等企业通过建厂或并购等形式在海外布局。

2012年，九牧开始全球化布局，与越南、阿联酋、卡塔尔等国建立深度合作；2020年，九牧收购了法国THG和德国Poggenpohl两大国际知名厨卫品牌，开启了多品牌和国际化运营的路线。目前，九牧在全球拥有超过4000家定制店、50000多个销售网点，产品远销全球80多个国家和地区。

2020年，惠达卫浴以Porta品牌进入巴基斯坦市场，坚持以本土化的操作与精细化运营相结合，最终在欧美品牌占据大头的卫浴市场中抢下60%的市场份额。

综上所述，目前，我国卫浴行业确实面临诸多挑战和忧愁，但是部分企业不仅没有被浪潮吞没，甚至凭借敏锐的市场洞察力和创新的产品力，为企业开拓一条全新的增长路径。不过，不管是稳守国内市场还是拓展海外市场，深耕“产品”与“质量”，打造出自身独特竞争优势的产品，或许才是企业长青之道，也是卫浴行业持续向好发展的主要路径。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国卫浴行业现状深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国卫浴行业发展概述

第一节 卫浴行业发展情况概述

- 一、卫浴行业相关定义
- 二、卫浴特点分析
- 三、卫浴行业基本情况介绍
- 四、卫浴行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、卫浴行业需求主体分析

第二节 中国卫浴行业生命周期分析

- 一、卫浴行业生命周期理论概述
- 二、卫浴行业所属的生命周期分析

第三节 卫浴行业经济指标分析

- 一、卫浴行业的赢利性分析
- 二、卫浴行业的经济周期分析
- 三、卫浴行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球卫浴行业市场发展现状分析

第一节 全球卫浴行业发展历程回顾

第二节 全球卫浴行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲卫浴行业地区市场分析

- 一、亚洲卫浴行业市场现状分析

二、亚洲卫浴行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲卫浴行业市场前景分析

第四节北美卫浴行业地区市场分析

一、北美卫浴行业市场现状分析

二、北美卫浴行业市场规模与市场需求分析

三、北美卫浴行业市场前景分析

第五节欧洲卫浴行业地区市场分析

一、欧洲卫浴行业市场现状分析

二、欧洲卫浴行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲卫浴行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界卫浴行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球卫浴行业市场规模预测

第三章 中国卫浴行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对卫浴行业的影响分析

第三节中国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

三、主要行业标准

第四节政策环境对卫浴行业的影响分析

第五节中国卫浴行业产业社会环境分析

第四章 中国卫浴行业运行情况

第一节中国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

第二节中国卫浴行业市场规模分析

一、影响中国卫浴行业市场规模的因素

二、中国卫浴行业市场规模

三、中国卫浴行业市场规模解析

第三节中国卫浴行业供应情况分析

一、中国卫浴行业供应规模

二、中国卫浴行业供应特点

第四节中国卫浴行业需求情况分析

一、中国卫浴行业需求规模

二、中国卫浴行业需求特点

第五节中国卫浴行业供需平衡分析

第五章 中国卫浴行业产业链和细分市场分析

第一节中国卫浴行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、卫浴行业产业链图解

第二节中国卫浴行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对卫浴行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对卫浴行业的影响分析

第三节我国卫浴行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国卫浴行业市场竞争分析

第一节中国卫浴行业竞争现状分析

一、中国卫浴行业竞争格局分析

二、中国卫浴行业主要品牌分析

第二节中国卫浴行业集中度分析

一、中国卫浴行业市场集中度影响因素分析

二、中国卫浴行业市场集中度分析

第三节中国卫浴行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国卫浴行业模型分析

第一节中国卫浴行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国卫浴行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国卫浴行业SWOT分析结论

第三节中国卫浴行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国卫浴行业需求特点与动态分析

第一节中国卫浴行业市场动态情况

第二节中国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

第三节卫浴行业成本结构分析

第四节卫浴行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国卫浴行业价格现状分析

第六节中国卫浴行业平均价格走势预测

一、中国卫浴行业平均价格趋势分析

二、中国卫浴行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国卫浴行业所属行业运行数据监测

第一节 中国卫浴行业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 中国卫浴行业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 中国卫浴行业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

第十章 2019-2023年中国卫浴行业区域市场现状分析

第一节 中国卫浴行业区域市场规模分析

一、影响卫浴行业区域市场分布的因素

二、中国卫浴行业区域市场分布

第二节 中国华东地区卫浴行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区卫浴行业市场分析

(1) 华东地区卫浴行业市场规模

(2) 华东地区卫浴行业市场现状

(3) 华东地区卫浴行业市场规模预测

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、华中地区卫浴行业市场分析

(1) 华中地区卫浴行业市场规模

(2) 华中地区卫浴行业市场现状

(3) 华中地区卫浴行业市场规模预测

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、华南地区卫浴行业市场分析

(1) 华南地区卫浴行业市场规模

(2) 华南地区卫浴行业市场现状

(3) 华南地区卫浴行业市场规模预测

第五节 华北地区卫浴行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区卫浴行业市场分析

(1) 华北地区卫浴行业市场规模

(2) 华北地区卫浴行业市场现状

(3) 华北地区卫浴行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区卫浴行业市场分析

(1) 东北地区卫浴行业市场规模

(2) 东北地区卫浴行业市场现状

(3) 东北地区卫浴行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区卫浴行业市场分析

(1) 西南地区卫浴行业市场规模

(2) 西南地区卫浴行业市场现状

(3) 西南地区卫浴行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区卫浴行业市场分析

(1) 西北地区卫浴行业市场规模

(2) 西北地区卫浴行业市场现状

(3) 西北地区卫浴行业市场规模预测

第十一章 卫浴行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国卫浴行业发展前景分析与预测

第一节中国卫浴行业未来发展前景分析

一、卫浴行业国内投资环境分析

二、中国卫浴行业市场机会分析

三、中国卫浴行业投资增速预测

第二节中国卫浴行业未来发展趋势预测

第三节中国卫浴行业规模发展预测

一、中国卫浴行业市场规模预测

二、中国卫浴行业市场规模增速预测

三、中国卫浴行业产值规模预测

四、中国卫浴行业产值增速预测

五、中国卫浴行业供需情况预测

第四节中国卫浴行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国卫浴行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国卫浴行业进入壁垒分析

一、卫浴行业资金壁垒分析

二、卫浴行业技术壁垒分析

三、卫浴行业人才壁垒分析

四、卫浴行业品牌壁垒分析

五、卫浴行业其他壁垒分析

第二节卫浴行业风险分析

一、卫浴行业宏观环境风险

二、卫浴行业技术风险

三、卫浴行业竞争风险

四、卫浴行业其他风险

第三节中国卫浴行业存在的问题

第四节中国卫浴行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国卫浴行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国卫浴行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国卫浴行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节卫浴行业营销策略分析

一、卫浴行业产品策略

二、卫浴行业定价策略

三、卫浴行业渠道策略

四、卫浴行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/728121.html>