

2014-2020年中国卫浴电器 市场分析与行业调查报告

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

《2014-2020年中国卫浴电器市场分析与行业调查报告》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/dianqi1409/383827OVIO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-09-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国卫浴电器市场分析与行业调查报告》共十章。首先介绍了中国卫浴电器产品行业的概念，接着分析了中国卫浴电器产品行业行业发展环境，然后对中国卫浴电器产品行业行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国卫浴电器产品行业行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国卫浴电器产品行业行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

受经济增长回落的影响，同时随着以旧换新、家电下乡等政策的陆续退出，2012年国内家电行业进入了短暂的“低迷期”。据北京中怡康时代市场研究有限公司（以下简称中怡康）对全国市场测算，2012年中国家电市场总规模11596亿元，较2011年下降4.8%。其中，大家电在2012年上半年受政策变化影响市场下滑尤为明显，下半年节能惠民政策出台后则明显好转。2012年销售低迷，这意味着2013年市场的增长基数较低。

2013年，国民经济稳中有进，稳中向好，同时房地产销售明显回暖：经核算，全年国内生产总值56.9万亿元，按可比价格计算，同比增长7.7%；全年社会消费品零售总额23.4万亿元，同比名义增长13.1%；全国商品房销售面积130551万平方米，其中住宅销售面积115723万平方米、同比增长17.5%，尤其是“国五条”的出台，导致二手房交易活跃，楼市尤其是二手房的回暖为2013年家电市场奠定了良好的刚性需求基础。

当然，2012年下半年开始的新一轮家电节能惠民补贴工程，也是助推2013年尤其是上半年家电销售回暖的重要因素。政策推广期内，彩电、冰箱（含冰柜）、洗衣机、空调和燃气热水器五个产品实现了4842个亿的销售关联。

报告目录：

第一章 卫浴设备行业概况

第一节 卫浴设备定义及分类

第二节 卫浴设备产品发展历程

第三节 卫浴设备产品产业链分析

第二章 卫浴设备产品行业政策环境分析

第一节 卫浴设备产品行业在国民经济中的地位

第二节 当前产业政策

一、产业规划政策

二、支持政策

三、相关产业政策

第三节 卫浴设备产品行业贸易环境分析

第三章 卫浴设备产品行业生产调查

第一节 国内卫浴设备产品行业产量统计

一、产品构成

二、产量统计数据

第二节 国内卫浴设备产品行业需求量统计

一、需求量统计数据

二、产品需求分布

三、产品需求特点

第四章 市场竞争格局分析

第一节 主要产品市场分布

第二节 国内外品牌竞争格局

第三节 市场竞争现状分析

第五节 企业市场集中度分析

第六节 市场规模分析

第五章 卫浴设备产品消费者调查

第一节 产品消费量调查

第二节 产品市场价格调查

第三节 消费群体调查

一、消费群体构成

二、不同消费群体偏好及产品关注度调查

第四节 品牌调查

一、品牌构成

二、品牌市场占有率调查

三、消费者品牌喜好调查

第六章 进出口市场调查

第一节 进口市场

一、进口数据及金额

二、主要进口国家分析

第二节 出口市场

一、出口数据及金额

二、主要出口国家分析

第三节 进出口政策分析

第七章 营销渠道分析

第一节 卫浴设备产品主要营销模式及典型代表分析

一、直销渠道

(一) 典型代表一

(二) 典型代表二

二、网上营销

(一) 典型代表一

(二) 典型代表二

三、代理商模式

(一) 典型代表一

(二) 典型代表二

四、其他模式

第二节 渠道新策略

一、新的销售渠道建设

二、营销策略分析

第八章 典型企业与品牌分析

第一节 A企业

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、2011-2013年企业经营状况分析

四、2014-2020年企业发展战略分析

第二节 B企业

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、2011-2013年企业经营状况分析

四、2014-2020年企业发展战略分析

第三节 C企业

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、2011-2013年企业经营状况分析

四、2014-2020年企业发展战略分析

第四节 D企业

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、2011-2013年企业经营状况分析

四、2014-2020年企业发展战略分析

第五节 E企业

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、2011-2013年企业经营状况分析

四、2014-2020年企业发展战略分析

第九章 细分产品分析

第一节 细分产品一

一、产品特性

二、产品需求情况

三、产品主要消费品牌

四、市场前景

第二节 细分产品二

一、产品特性

二、产品需求情况

三、产品主要消费品牌

四、市场前景

第三节 细分产品三

一、产品特性

二、产品需求情况

三、产品主要消费品牌

四、市场前景

第四节 其他卫浴设备产品

第十章 博思数据关于卫浴设备产品行业未来发展趋势预测

第一节 卫浴设备产品行业未来发展方向

第二节 卫浴设备产品市场规模预测

第三节 卫浴设备产品进出口市场预测

第四节 卫浴设备产品竞争格局发展趋势

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：2007-2014年国内生产总值

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：2010-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

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：2011-2013年中国卫浴设备行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2013年中国卫浴设备行业出口交货值分析

图表：2011-2013年中国卫浴设备行业出口交货值占工业总产值的比重分析

图表：2011-2013年中国卫浴设备行业资产负债率分析

图表：2011-2013年中国卫浴设备行业流动比率分析

图表：2011-2013年企业A概况分析

图表：2011-2013年企业A竞争优势走势

图表：2011-2013年企业A经营状况

图表：2014年年企业A发展战略

图表：2011-2013年企业B概况分析

图表：2011-2013年企业B竞争优势走势

图表：2011-2013年企业B经营状况

图表：2014年年企业B发展战略

图表：2011-2013年企业C概况分析

图表：2011-2013年企业C竞争优势走势

图表：2011-2013年企业C经营状况

图表：2014年年企业C发展战略

图表：2011-2013年企业D概况分析

图表：2011-2013年企业D竞争优势走势

图表：2011-2013年企业D经营状况

图表：2014年年企业D发展战略

图表：2011-2013年企业E概况分析

图表：2011-2013年企业E竞争优势走势

图表：2011-2013年企业E经营状况

图表：2014年年企业E发展战略

图表：2011-2013年企业F概况分析

图表：2011-2013年企业F竞争优势走势

图表：2011-2013年企业F经营状况

图表：2014年年企业F发展战略

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1409/383827OVIO.html>