

2022年中国建筑卫生陶瓷市场分析报告- 行业竞争现状与投资战略研究

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《2022年中国建筑卫生陶瓷市场分析报告-行业竞争现状与投资战略研究》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/202201/568285.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

依据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，建筑卫生陶瓷行业属于“制造业”之“非金属矿物制品业”（行业分类代码C30）；

依据国民经济行业分类标准（GB/T4754-2017），建筑卫生陶瓷行业属于“制造业”之“非金属矿物制品业”之“陶瓷制品制造”行业，其中陶瓷卫浴产品的研发、生产和销售属于“陶瓷制品制造”行业之“卫生陶瓷制品制造”子类目（行业分类代码C3072）。

1. 行业主管部门和监管体制

建筑卫生陶瓷行业的规划管理部门为国家发改委、住建局、工信部，主要负责产业政策的制定，行业标准的制定，并监督、检查其执行情况；提出高新技术产业发展和产业技术进步的战略、规划、政策、重点领域和相关建设项目；指导行业结构调整、行业体制改革、技术进步和技术改造等工作。

国家有关行业协会协调指导本行业发展，建筑卫生陶瓷行业协会包括中国建筑卫生陶瓷协会、中国陶瓷工业协会、中国建材联合会、中国装饰行业协会、中国建筑装饰协会等，主要负责行业内自律、协调、监督、维护企业合法权益，以及协助制定卫生陶瓷、瓷砖等产品的国家标准、行业标准、环境标准等，同时也协助政府部门行使部分行业管理职责，促进行业的健康发展。

由于行业的市场化程度较高，企业自主经营能力强，政府部门和自律管理机构对行业的管理主要把控宏观层面，包括制定产业政策、规划行业发展战略、优化行业发展环境等，企业生产经营管理完全基于市场化方式，行业内有关协会负责行业自律管理。

2. 行业主要政策法规

颁布时间

颁布部门

法规名称

相关内容

2016.5

中国建筑卫生陶瓷协会

《建筑陶瓷、卫生洁具行业“十三五”发展指导意见》

加快产品结构调整优化，进一步加大设计研发创新力度，着力开发节水便器、智能便器等智能卫生洁具新产品。加强建筑陶瓷、卫生洁具生产关键工艺技术、装备的研发与产业化。重

点研究开发新型原料制备、陶瓷砖短流程生产工艺、环保及循环利用新技术等

2016.8

工信部

轻工业发展规划（2016-2020年）

推进个性化定制，开发绿色、智能、健康的多功能中高端产品。利用限流技术、恒温技术、延时自闭技术、触控技术制造节水节能型水龙头产品

2016.9

国务院办公厅

《国务院办公厅关于印发消费品标准和质量提升规划（2016-2020年）的通知》

针对卫生陶瓷等家具装饰装修产品。加快构建强制性国家标准体系，严格有毒有害物质、挥发性有机物限量要求，健全配套检测方法、检测设备、检测能力。鼓励有条件的企业发挥技术、资金、品牌等优势，延伸服务链条，由单一产品生产制造向“产品+产品”、“产品+服务”转变

2016.9

国务院办公厅

《国务院办公厅关于大力发展装配式建筑的指导意见》

推进建筑全装修。实行装配式建筑装饰装修与主体结构、机电设备协同施工。积极推广标准化、集成化、模块化的装修模式，促进整体厨卫、轻质隔墙等材料、产品和设备管线集成化技术的应用，提高装配化装修水平。倡导菜单式全装修，满足消费者个性化需求

2017.3

住建部

《“十三五”装配式建筑行动方案》

2020年装配式建筑在新建建筑中的占比达15%，新建城镇住宅必须全装修交付，卫生间防水设计需达20年

2017.9

发改委、水利部和市场质监总局

《水效标识管理办法》

自2018年3月1日起，凡列入《中华人民共和国实施水效标识的产品目录》的产品，应当在产品或者产品小包装的明显部位标注水效标识

2017.12

市场监管总局

《绿色产品评价卫生陶瓷》

该标准规定了卫生陶瓷绿色产品评价技术要求，对产品的取水量、单件质量、综合能耗、废釉浆回收利用率等指标进行了界定

2017.12

工信部

《促进新一代人工智能产业发展行动计划》

支持物联网、机器学习等技术在智能家居产品中的应用，建设一批智能家居测试评价、示范应用项目并推广

2018.10

国务院

《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》

明确提出升级智能化、高端化、融合化信息产品，重点发展适应消费升级的智慧家庭产品等新型信息产品

2018.11

国家旅游局

《全国旅游厕所建设管理新三年行动计划（2018-2020）》

落实《厕所革命技术与设备指南》，推进厕所生态化、低碳化、智能化、人性化发展，实现我国厕所全面升级

2019.1

中央农办等8部门

《关于推进农村“厕所革命”专项行动的指导意见》

提出东部地区、中西部城市近郊区等有基础、有条件的地区，中西部有较好基础、基本具备条件的地区和地处偏远、经济欠发达等地区2020年及2022年的卫生厕所普及率目标

2019.6

国家发改委、商务部

《鼓励外商投资产业目录（2019年版）》

将陶瓷用高档装饰材料生产列为鼓励类

2019.11

国家发改委

《产业结构调整指导目录（2019年本）》

在陶瓷、卫浴产业相关内容的调整上，更加注重新型陶瓷材料、科技陶瓷、清洁技术、节约和节能等方面，涉及鼓励类15条、限制类2条、淘汰类4条。其中，鼓励类包括一次冲洗用水量6升及以下的坐便器、蹲便器，节水型生活用水器具及节水控制设备，智能坐便器、卫浴集成系统，满足装配式要求的整体卫浴部品开发与生产

2020.12.23

财政部、住建部

《关于政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升试点工作的通知》

在政府采购工程中推广可循环可利用建材、高强度高耐久建材、绿色部品部件、绿色装饰装修材料、节水节能建材等绿色建材产品，积极应用装配式、智能化等新型建筑工业化建造方

式，鼓励建成二星级及以上绿色建筑。到2022年，基本形成绿色建筑和绿色建材政府采购需求标准，政策措施体系和工作机制逐步完善，政府采购工程建筑品质得到提升，绿色消费和绿色发展的理念进一步增强。

2021.1

商务部等12部门

《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》

提出促进家电家具家装消费。激活家电家具市场，鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴。首次将家具加装纳入促进消费范畴，对家居行业零售需求起到提振作用

2021.2.22

国务院

关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见

明确的主要目标是，到2025年，产业结构、能源结构、运输结构明显优化，绿色产业比重显著提升，绿色低碳循环发展的生产体系、流通体系、消费体系初步形成。到2035年，重点行业、重点产品能源资源利用效率达到国际先进水平，广泛形成绿色生产生活方式，碳排放达峰后稳中有降，美丽中国建设目标基本实现

资料来源：观研天下整理（YZX）

行业分析报告是决策者了解行业信息、掌握行业现状、判断行业趋势的重要参考依据。随着国内外经济形势调整，未来我国各行业的发展都将进入新阶段，决策和判断也需要更加谨慎。在信息时代中谁掌握更多的行业信息，谁将在未来竞争和发展中处于更有利的位置。

观研报告网发布的《2022年中国建筑卫生陶瓷市场分析报告-行业竞争现状与投资战略研究》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。

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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国建筑卫生陶瓷行业发展概述

第一节 建筑卫生陶瓷行业发展情况概述

- 一、建筑卫生陶瓷行业相关定义
- 二、建筑卫生陶瓷行业基本情况介绍
- 三、建筑卫生陶瓷行业发展特点分析
- 四、建筑卫生陶瓷行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、建筑卫生陶瓷行业需求主体分析

第二节 中国建筑卫生陶瓷行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、建筑卫生陶瓷行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国建筑卫生陶瓷行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国建筑卫生陶瓷行业生命周期分析

- 一、建筑卫生陶瓷行业生命周期理论概述
- 二、建筑卫生陶瓷行业所属的生命周期分析

第四节 建筑卫生陶瓷行业经济指标分析

- 一、建筑卫生陶瓷行业的赢利性分析
- 二、建筑卫生陶瓷行业的经济周期分析
- 三、建筑卫生陶瓷行业附加值的提升空间分析

第五节 中国建筑卫生陶瓷行业进入壁垒分析

- 一、建筑卫生陶瓷行业资金壁垒分析
- 二、建筑卫生陶瓷行业技术壁垒分析
- 三、建筑卫生陶瓷行业人才壁垒分析
- 四、建筑卫生陶瓷行业品牌壁垒分析
- 五、建筑卫生陶瓷行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球建筑卫生陶瓷行业市场发展现状分析

第一节 全球建筑卫生陶瓷行业发展历程回顾

第二节 全球建筑卫生陶瓷行业市场区域分布情况

第三节 亚洲建筑卫生陶瓷行业地区市场分析

- 一、亚洲建筑卫生陶瓷行业市场现状分析
- 二、亚洲建筑卫生陶瓷行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲建筑卫生陶瓷行业市场前景分析

第四节 北美建筑卫生陶瓷行业地区市场分析

- 一、北美建筑卫生陶瓷行业市场现状分析
- 二、北美建筑卫生陶瓷行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美建筑卫生陶瓷行业市场前景分析

第五节 欧洲建筑卫生陶瓷行业地区市场分析

- 一、欧洲建筑卫生陶瓷行业市场现状分析
- 二、欧洲建筑卫生陶瓷行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲建筑卫生陶瓷行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界建筑卫生陶瓷行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球建筑卫生陶瓷行业市场规模预测

第三章 中国建筑卫生陶瓷产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国建筑卫生陶瓷行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国建筑卫生陶瓷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 中国建筑卫生陶瓷行业运行情况

第一节 中国建筑卫生陶瓷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 中国建筑卫生陶瓷行业市场规模分析

第三节 中国建筑卫生陶瓷行业供应情况分析

第四节 中国建筑卫生陶瓷行业需求情况分析

第五节 我国建筑卫生陶瓷行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国建筑卫生陶瓷行业供需平衡分析

第七节 中国建筑卫生陶瓷行业发展趋势分析

第五章 中国建筑卫生陶瓷所属行业运行数据监测

第一节 中国建筑卫生陶瓷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 中国建筑卫生陶瓷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 中国建筑卫生陶瓷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2018-2022年中国建筑卫生陶瓷市场格局分析

第一节 中国建筑卫生陶瓷行业竞争现状分析

一、中国建筑卫生陶瓷行业竞争情况分析

二、中国建筑卫生陶瓷行业主要品牌分析

第二节 中国建筑卫生陶瓷行业集中度分析

一、中国建筑卫生陶瓷行业市场集中度影响因素分析

二、中国建筑卫生陶瓷行业市场集中度分析

第三节 中国建筑卫生陶瓷行业存在的问题

第四节 中国建筑卫生陶瓷行业解决问题的策略分析

第五节 中国建筑卫生陶瓷行业钻石模型分析

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2018-2022年中国建筑卫生陶瓷行业需求特点与动态分析

第一节 中国建筑卫生陶瓷行业消费市场动态情况

第二节 中国建筑卫生陶瓷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 建筑卫生陶瓷行业成本结构分析

第四节 建筑卫生陶瓷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 中国建筑卫生陶瓷行业价格现状分析

第六节 中国建筑卫生陶瓷行业平均价格走势预测

一、中国建筑卫生陶瓷行业价格影响因素

二、中国建筑卫生陶瓷行业平均价格走势预测

三、中国建筑卫生陶瓷行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国建筑卫生陶瓷行业区域市场现状分析

第一节 中国建筑卫生陶瓷行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区建筑卫生陶瓷市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区建筑卫生陶瓷市场规模分析

四、华东地区建筑卫生陶瓷市场规模预测

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、华中地区建筑卫生陶瓷市场规模分析

四、华中地区建筑卫生陶瓷市场规模预测

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、华南地区建筑卫生陶瓷市场规模分析

四、华南地区建筑卫生陶瓷市场规模预测

第五节 华北地区建筑卫生陶瓷市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区建筑卫生陶瓷市场规模分析

四、华北地区建筑卫生陶瓷市场规模预测

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、东北地区建筑卫生陶瓷市场规模分析

四、东北地区建筑卫生陶瓷市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区建筑卫生陶瓷市场规模分析
- 四、西部地区建筑卫生陶瓷市场规模预测

第九章2018-2022年中国建筑卫生陶瓷行业竞争情况

第一节 中国建筑卫生陶瓷行业竞争结构分析（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 中国建筑卫生陶瓷行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国建筑卫生陶瓷行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 建筑卫生陶瓷行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国建筑卫生陶瓷行业发展前景分析与预测

第一节 中国建筑卫生陶瓷行业未来发展前景分析

- 一、建筑卫生陶瓷行业国内投资环境分析
- 二、中国建筑卫生陶瓷行业市场机会分析
- 三、中国建筑卫生陶瓷行业投资增速预测

第二节 中国建筑卫生陶瓷行业未来发展趋势预测

第三节 中国建筑卫生陶瓷行业市场发展预测

- 一、中国建筑卫生陶瓷行业市场规模预测
- 二、中国建筑卫生陶瓷行业市场规模增速预测
- 三、中国建筑卫生陶瓷行业产值规模预测
- 四、中国建筑卫生陶瓷行业产值增速预测
- 五、中国建筑卫生陶瓷行业供需情况预测

第四节 中国建筑卫生陶瓷行业盈利走势预测

- 一、中国建筑卫生陶瓷行业毛利润同比增速预测

二、中国建筑卫生陶瓷行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国建筑卫生陶瓷行业投资风险与营销分析

第一节 建筑卫生陶瓷行业投资风险分析

- 一、建筑卫生陶瓷行业政策风险分析
- 二、建筑卫生陶瓷行业技术风险分析
- 三、建筑卫生陶瓷行业竞争风险分析
- 四、建筑卫生陶瓷行业其他风险分析

第二节 建筑卫生陶瓷行业应对策略

- 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2022-2027年中国建筑卫生陶瓷行业发展战略及规划建议

第一节 中国建筑卫生陶瓷行业品牌战略分析

- 一、建筑卫生陶瓷企业品牌的重要性
- 二、建筑卫生陶瓷企业实施品牌战略的意义
- 三、建筑卫生陶瓷企业品牌的现状分析
- 四、建筑卫生陶瓷企业的品牌战略
- 五、建筑卫生陶瓷品牌战略管理的策略

第二节 中国建筑卫生陶瓷行业市场重点客户战略实施

- 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 中国建筑卫生陶瓷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2022-2027年中国建筑卫生陶瓷行业发展策略及投资建议

第一节 中国建筑卫生陶瓷行业产品策略分析

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 中国建筑卫生陶瓷行业营销渠道策略

一、建筑卫生陶瓷行业渠道选择策略

二、建筑卫生陶瓷行业营销策略

第三节 中国建筑卫生陶瓷行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国建筑卫生陶瓷行业重点投资区域分析

二、中国建筑卫生陶瓷行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568285.html>