

# 2016-2022年中国卫生陶瓷 行业监测及投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国卫生陶瓷行业监测及投资战略研究报告》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/201601/129501.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

卫生陶瓷是指卫生和清洁盥洗用的陶瓷用具。中国卫生陶瓷行业相对于整个国际市场来讲起步较晚，卫生陶瓷在中国还是一个新兴行业。但缘于在陶瓷工艺上有着良好的传承，加上我国卫生陶瓷产业的不断努力，在引进和消化国外先进技术和装备及学习国外的管理经验的基础上，取得了重大的发展，已达到甚至超过了国外一线品牌的水平。近年来，随着中国城镇改造、房地产开发不断深入，卫生陶瓷行业迎来了一个新的黄金发展时期，越来越多的陶瓷生产企业加入到这一行列中，产业规模迅速扩张，出现了前所未有的“繁荣”。卫生陶瓷制品产量呈波动增长态势。2011年达到五年中产量最高值20065.39万件，2012年产量下降为16055.19万件，增长率下降了20%。从2013开始，呈稳定状态。2010-2014年卫生陶瓷制品产量（万件）

资料来源：公开资料整理

2012年以来，卫生陶瓷行业的增长主要得益于中低端产品需求市场的增长，如江西、河南、湖南、湖北、陕西等中西部地区面向小城镇和农村地区的中低档产品仍保持较大的增长。除此之外，政府保障房的大量开工建设，商品房中精装房比例的提高，成为市场向“两极化”发展的重要助推力量，工程需求市场强劲上升部分弥补了零售市场萎缩造成的不利影响。这也是各大品牌陆续寻求工程渠道突破的原因。

“十二五”期间，城镇化和新农村建设为建筑卫生陶瓷提供了稳步增长空间。居民住宅、公共建筑以及基础设施建设，特别是新农村及中西部地区城乡建设快速发展，对卫生陶瓷产品需求拉动较大。由此可见，“十二五”是我国卫生陶瓷行业结构调整的关键时期，未来我国卫生陶瓷行业前景看好。《2016-2022年中国卫生陶瓷行业监测及投资战略研究报告》在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了卫生陶瓷行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国卫生陶瓷做了重点企业经营状况分析，并分析了中国卫生陶瓷行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。报告目录：第一章 卫生陶瓷的相关概述1.1 陶瓷的简介1.1.1 陶瓷的概念1.1.2 陶瓷的成分1.1.3 陶瓷的发展1.1.4 陶瓷的分类1.2 卫生陶瓷的介绍1.2.1 卫生陶瓷的定义1.2.2 卫生陶瓷的分类1.2.3 卫生陶瓷制品的共性与特点 第二章 2012-2015年陶瓷行业发展分

析2.1 2012-2015年世界陶瓷业的发展2.1.1 世界陶瓷市场发展的特点2.1.2 部分国家陶瓷市场需求特点分析2.1.3 意大利2.1.4 西班牙2.1.5 巴西2.1.6 印尼2.1.7 印度 (ZY XH) 2.2 中国陶瓷行业发展总况2.2.1 我国发展陶瓷工业的比较优势2.2.2 我国陶瓷行业状况分析2.2.3 我国陶瓷行业新企业发展现状2.2.4 中国陶瓷业从“大国”迈向“强国”2.3 2013-2013年中国陶瓷行业发展综述2.3.1 2011年我国陶瓷业运行特点剖析2.3.2 2012年我国陶瓷行业大事记2.3.3 2013年中国陶瓷业发展现状2.4 2012-2015年中国陶瓷制造业存在的的问题2.4.1 中国陶瓷业与国际水平的差距2.4.2 欧债危机对我国陶瓷行业的影响2.4.3 制约中国陶瓷行业发展的瓶颈2.4.4 中国陶瓷行业发展中的矛盾2.4.5 中国陶瓷业存在的战略问题2.4.6 中国陶瓷产品低价出口的原因探析2.5 2012-2015年中国陶瓷产业的发展对策2.5.1 做强我国陶瓷行业的五大战略2.5.2 绿色低碳是中国陶瓷业必然发展之路2.5.3 国内陶瓷业发展须探寻新的突破点2.5.4 陶瓷行业发展应加强引进利用更多社会资源2.5.5 陶瓷出口企业转型策略 第三章 2012-2015年卫生陶瓷产业深度分析3.1 2012-2015年全球卫生陶瓷产业的发展3.1.1 全球卫生陶瓷工业取得巨大成就3.1.2 世界卫生陶瓷业瞄准亚洲市场3.1.3 全球卫生陶瓷企业掀起大公司合并热3.1.4 欧洲卫生陶瓷业加强新技术开发与创新3.2 中国卫生陶瓷产业状况3.2.1 我国卫生陶瓷工业的发展阶段3.2.2 中国卫生陶瓷产业总体发展特征3.2.3 我国卫生陶瓷行业现状解析3.2.4 卫生陶瓷行业中高档产品优势明显3.3 2012-2015年中国卫生陶瓷行业分析3.3.1 2011年国内卫生陶瓷行业发展综述3.3.2 2011年我国卫生陶瓷行业推出新国标3.3.3 2012年我国卫生陶瓷市场动态3.3.4 2013年我国卫生陶瓷发展形势分析3.4 2011年-2013年6月全国及主要省份卫生陶瓷产量分析3.4.1 2011年1-12月全国及主要省份卫生陶瓷制品产量分析3.4.2 2012年1-12月全国及主要省份卫生陶瓷制品产量分析3.4.3 2013年1-6月全国及主要省份卫生陶瓷制品产量分析3.5 2012-2015年卫生陶瓷行业发展的的问题3.5.1 我国卫生陶瓷行业发展存在的五大瓶颈3.5.2 中国卫生陶瓷业面临的主要问题3.5.3 中国卫生陶瓷行业市场低迷的原因分析3.6 2012-2015年卫生陶瓷行业发展策略分析3.6.1 中国卫生陶瓷行业发展建议3.6.2 我国卫生陶瓷市场发展对策3.6.3 中国卫生陶瓷业的反倾销对策3.6.4 加快卫生陶瓷研发速度的措施 第四章 中国卫生陶瓷制品制造行业财务状况4.1 中国卫生陶瓷制品制造行业经济规模4.1.1 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业销售规模4.1.2 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业利润规模4.1.3 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业资产规模4.2 中国卫生陶瓷制品制造行业盈利能力指标分析4.2.1 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业亏损面4.2.2 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业销售毛利率4.2.3 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业成本费用利润率4.2.4 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业销售利润率4.3 中国卫生陶瓷制品制造行业营运能力指标分析4.3.1 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业应收账款周转率4.3.2 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业流动资产周转率4.3.3 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业总资产周转率4.4 中国卫生陶瓷制品制造行业偿债能力指标分析4.4.1 2009-2013年6月卫生陶瓷制品制造业资产负债率4.4.2

2010-2013年6月卫生陶瓷制品制造业利息保障倍数4.5 中国卫生陶瓷制品制造行业财务状况综合评价4.5.1 卫生陶瓷制品制造业财务状况综合评价4.5.2 影响卫生陶瓷制品制造业财务状况的经济因素分析 第五章 2012-2015年绿色卫生陶瓷与抗菌卫生陶瓷发展分析5.1 绿色环保卫生陶瓷5.1.1 陶瓷的绿色化介绍5.1.2 卫生陶瓷绿色化发展概述5.1.3 我国对卫生陶瓷产品实行环保标准认证5.1.4 绿色卫生陶瓷将成为未来发展趋势5.2 抗菌卫生陶瓷5.2.1 抗菌卫生陶瓷的概念及特点5.2.2 陶瓷产品应用抗菌技术的必要性5.2.3 抗菌卫生陶瓷发展存在的问题5.2.4 抗菌卫生陶瓷的发展趋势5.2.5 抗菌陶瓷成为卫生洁具新的发展方向 第六章 2012-2015年卫生陶瓷区域市场的发展6.1 河北唐山6.1.1 唐山市卫生陶瓷行业发展概况6.1.2 唐山市卫生陶瓷行业发展特征6.1.3 唐山市卫生陶瓷出口量领跑全国6.1.4 唐山卫生陶瓷行业存在的问题6.1.5 唐山卫生陶瓷产业品牌战略分析6.2 广东潮州6.2.1 潮州卫生陶瓷行业发展概况6.2.2 潮州卫生陶瓷行业加快转型升级6.2.3 国家卫生陶瓷模具中心落户潮州6.2.4 潮州卫生陶瓷行业大力实施技术标准战略6.2.5 潮州卫生陶瓷发展存在的主要问题6.3 广东佛山6.3.1 佛山市卫生陶瓷产业链完整6.3.2 佛山卫生陶瓷行业主要发展特点6.3.3 佛山禅城区建设卫生陶瓷特色产业基地6.3.4 佛山卫生陶瓷企业开拓国际市场的策略6.4 其它地区6.4.1 河南长葛卫生陶瓷行业发展现状6.4.2 山东淄博卫生陶瓷行业发展迅猛6.4.3 福建南安水暖业与卫生陶瓷一体化发展 第七章 2012-2015年卫生陶瓷行业上市公司分析7.1 贵州四维控股（集团）股份有限公司7.1.1 公司简介7.1.2 2011年1-12月国创经营状况分析7.1.3 2012年1-12月国创经营状况分析7.1.4 2013年1-6月国创经营状况分析7.2 唐山陶瓷股份有限公司7.2.1 公司简介7.2.2 2011年1-12月唐陶经营状况分析7.2.3 2012年1-12月唐陶经营状况分析7.2.4 2013年1-6月唐陶经营状况分析7.3 上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司7.3.1 公司简介7.3.2 2011年1-12月斯米克经营状况分析7.3.3 2012年1-12月斯米克经营状况分析7.3.4 2013年1-6月斯米克经营状况分析7.4 上市公司财务比较分析7.4.1 盈利能力分析7.4.2 成长能力分析7.4.3 营运能力分析7.4.4 偿债能力分析 第八章 2012-2015年卫生陶瓷技术的概述8.1 卫生陶瓷技术总况8.1.1 国际卫生陶瓷器具烧成技术8.1.2 卫生陶瓷坯体干燥技术8.1.3 抗菌技术在卫生陶瓷上的应用8.1.4 薄型轻质高强卫生陶瓷的生产技术工艺8.2 卫生陶瓷的釉料技术介绍8.2.1 卫生陶瓷的施釉技术8.2.2 卫生陶瓷的高压静电施釉技术8.2.3 卫陶红釉色料的工艺解析8.2.4 中国中高档卫生陶瓷的釉面装饰技术 第九章 2012-2015年卫生陶瓷市场竞争分析9.1 卫生陶瓷市场竞争格局9.1.1 国际陶瓷市场竞争格局分析9.1.2 外资卫生陶瓷品牌抢占中国市场9.1.3 中国卫生陶瓷行业竞争激烈9.1.4 国产卫生陶瓷品牌奋起直追9.2 卫生陶瓷企业竞争方式分析9.2.1 品牌战略定位竞争9.2.2 全面化的服务竞争9.2.3 卫陶市场的强弱兼并9.3 卫生陶瓷竞争方向9.3.1 卫生陶瓷竞争国际化趋势9.3.2 卫生陶瓷竞争中的高端表现9.3.3 产品质量的科技应用趋势 第十章 2006-2012年卫生陶瓷行业重点企业竞争优势及财务状况分析10.1 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司10.1.1 2006-2012年公司发展状况分析10.1.2 公司总体规模与盈利状况10.1.3 公司偿债能力分析10.1.4

公司营运能力分析10.1.5 公司获利能力分析10.1.6 公司成长能力分析10.2 佛山市禅城区中冠浴室设备厂 10.2.1 2006-2012年公司发展状况分析10.2.2 公司总体规模与盈利状况10.2.3 公司偿债能力分析10.2.4 公司营运能力分析10.2.5 公司获利能力分析10.2.6 公司成长能力分析10.3 东陶（上海）有限公司10.3.1 2006-2012年公司发展状况分析10.3.2 公司总体规模与盈利状况10.3.3 公司偿债能力分析10.3.4 公司营运能力分析10.3.5 公司获利能力分析10.3.6 公司成长能力分析10.4 佛山市法恩洁具有限公司10.4.1 2006-2012年公司发展状况分析10.4.2 公司总体规模与盈利状况10.4.3 公司偿债能力分析10.4.4 公司营运能力分析10.4.5 公司获利能力分析10.4.6 公司成长能力分析10.5 新乐卫浴（佛山）有限公司10.5.1 2006-2012年公司发展状况分析10.5.2 公司总体规模与盈利状况10.5.3 公司偿债能力分析10.5.4 公司营运能力分析10.5.5 公司获利能力分析10.5.6 公司成长能力分析10.6 佛山科勒有限公司10.6.1 2006-2012年公司发展状况分析10.6.2 公司总体规模与盈利状况10.6.3 公司偿债能力分析10.6.4 公司营运能力分析10.6.5 公司获利能力分析10.6.6 公司成长能力分析（ZY XH） 10.7 乐家洁具（佛山）有限公司10.7.1 2006-2012年公司发展状况分析10.7.2 公司总体规模与盈利状况10.7.3 公司偿债能力分析10.7.4 公司营运能力分析10.7.5 公司获利能力分析10.7.6 公司成长能力分析10.8 舞阳县冠军瓷业有限责任公司10.8.1 2006-2012年公司发展状况分析10.8.2 公司总体规模与盈利状况10.8.3 公司偿债能力分析10.8.4 公司营运能力分析10.8.5 公司获利能力分析10.8.6 公司成长能力分析10.9 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司10.9.1 2006-2012年公司发展状况分析10.9.2 公司总体规模与盈利状况10.9.3 公司偿债能力分析10.9.4 公司营运能力分析10.9.5 公司获利能力分析10.9.6 公司成长能力分析10.10 广东欧美尔工贸实业有限公司10.10.1 2006-2012年公司发展状况分析10.10.2 公司总体规模与盈利状况10.10.3 公司偿债能力分析10.10.4 公司营运能力分析10.10.5 公司获利能力分析10.10.6 公司成长能力分析10.10 佛山市高明粤华卫生洁具有限公司10.10.1 2006-2012年公司发展状况分析10.10.2 公司总体规模与盈利状况10.10.3 公司偿债能力分析10.10.4 公司营运能力分析10.10.5 公司获利能力分析10.10.6 公司成长能力分析10.12 唐山梦牌瓷业有限公司10.12.1 2006-2012年公司发展状况分析10.12.2 公司总体规模与盈利状况10.12.3 公司偿债能力分析10.12.4 公司营运能力分析10.12.5 公司获利能力分析10.12.6 公司成长能力分析10.13 佛山市伊丽卫浴设备有限公司10.13.1 2006-2012年公司发展状况分析10.13.2 公司总体规模与盈利状况10.13.3 公司偿债能力分析10.13.4 公司营运能力分析10.13.5 公司获利能力分析10.13.6 公司成长能力分析10.14 郑州欧普陶瓷有限公司10.14.1 2006-2012年公司发展状况分析10.14.2 公司总体规模与盈利状况10.14.3 公司偿债能力分析10.14.4 公司营运能力分析10.14.5 公司获利能力分析10.14.6 公司成长能力分析10.15 广东潮流集团有限公司10.15.1 2006-2012年公司发展状况分析10.15.2 公司总体规模与盈利状况10.15.3 公司偿债能力分析10.15.4 公司营运能力分析10.15.5 公司获利能力分析10.15.6 公司成长能力分析10.16 东陶机器（北京）有限公司10.16.1 2006-2012年公司发展状况分析10.16.2

公司总体规模与盈利状况10.16.3 公司偿债能力分析10.16.4 公司营运能力分析10.16.5 公司获利能力分析10.16.6 公司成长能力分析10.17 佛山市高明英皇卫浴有限公司10.17.1 2006-2012年公司发展状况分析10.17.2 公司总体规模与盈利状况10.17.3 公司偿债能力分析10.17.4 公司营运能力分析10.17.5 公司获利能力分析10.17.6 公司成长能力分析10.18 山东豪丽尔洁具有限公司10.18.1 2006-2012年公司发展状况分析10.18.2 公司总体规模与盈利状况10.18.3 公司偿债能力分析10.18.4 公司营运能力分析10.18.5 公司获利能力分析10.18.6 公司成长能力分析10.19 四川帝王洁具有限公司10.19.1 2006-2012年公司发展状况分析10.19.2 公司总体规模与盈利状况10.19.3 公司偿债能力分析10.19.4 公司营运能力分析10.19.5 公司获利能力分析10.19.6 公司成长能力分析10.20 广东恒洁卫浴有限公司10.20.1 2006-2012年公司发展状况分析10.20.2 公司总体规模与盈利状况10.20.3 公司偿债能力分析10.20.4 公司营运能力分析10.20.5 公司获利能力分析10.20.6 公司成长能力分析 第十一章 卫生陶瓷行业发展趋势及前景分析11.1 陶瓷行业的发展趋势 (ZYXH) 11.1.1 未来中国陶瓷产业格局探析11.1.2 未来中国陶瓷业发展趋势分析11.1.3 中国陶瓷产业经营走向分析11.2 卫生陶瓷的发展前景11.2.1 “十二五”中国卫生陶瓷行业规划探析11.2.2 我国卫生陶瓷行业未来展望11.2.3 我国卫生陶瓷市场前景广阔11.2.4 中国卫生陶瓷行业的发展方向11.2.5 卫生陶瓷行业的营销趋势11.3 2016-2022年中国卫生陶瓷行业预测分析11.3.1 2016-2022年中国卫生陶瓷行业收入预测11.3.2 2016-2022年中国卫生陶瓷行业利润预测11.3.3 2016-2022年中国卫生陶瓷行业产值预测11.3.4 2016-2022年中国卫生陶瓷行业产量预测 图表目录：(部分) 图表 印度陶瓷产量及消费量 图表 各省市卫生陶瓷出口量所占比例 图表 各省市卫生陶瓷出口额所占比例 图表 中国建筑卫生陶瓷进出口统计 图表 中国卫生陶瓷出口量及平均价格 图表 中国卫生陶瓷进出口量 图表 中国卫生陶瓷进出口额 图表 中国卫生陶瓷出口主要流向地区 图表 中国卫生陶瓷出口量流向各大洲所占比例 图表 中国卫生陶瓷出口额流向各大洲所占比例 图表 全国各省市卫生陶瓷出口量所占比例 图表 2011年1-12月全国卫生陶瓷制品产量数据 图表 2011年1-12月河南省卫生陶瓷制品产量数据 图表 2011年1-12月广东省卫生陶瓷制品产量数据 图表 2011年1-12月河北省卫生陶瓷制品产量数据 图表 2011年1-12月湖南省卫生陶瓷制品产量数据 图表 2011年1-12月广西壮族自治区卫生陶瓷制品产量数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129501.html>