

2024-2030年中国花洒行业市场调查研究及发展前景规划报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国花洒行业市场调查研究及发展前景规划报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202110/978788.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

由智研咨询专家团队精心编制的《2024-2030年中国花洒行业市场调查研究及发展前景规划报告》（以下简称《报告》）重磅发布，《报告》旨在从国家经济及产业发展的战略入手，分析花洒行业未来的市场走向，挖掘花洒行业的发展潜力，预测花洒行业的发展前景，助力花洒业的高质量发展。

本《报告》从2022年全国花洒行业发展环境、全球发展态势、行业规模、竞争格局、重点企业等角度进行入手，系统、客观的对我国花洒行业发展运行进行了深度剖析，展望2023年中国花洒行业发展趋势。《报告》是系统分析2022年度中国花洒行业发展状况的著作，对于全面了解中国花洒行业的发展状况、开展与花洒行业发展相关的学术研究和实践，具有重要的借鉴价值，可供从事花洒行业相关的政府部门、科研机构、产业企业等相关人员阅读参考。

卫浴产品涵盖卫生陶瓷、龙头五金、瓷砖、浴室柜、浴缸浴房及其他家居用品等，水暖五金及卫生陶瓷为前两大品类，市场份额占比较高。其中，卫生陶瓷主要包括坐便器、蹲便器、小便器等；龙头五金包含水龙头、五金挂件、水槽和花洒等产品以及相配套的软管、阀芯、支撑管组件、升降杆等，淋浴花洒所占价值量比例较高。花洒又称莲蓬头，是一种联通水管且多孔的淋浴装置，是浴室中最常见的用品，按形式分为手持花洒、头顶花洒和侧喷花洒。

我国花洒产业发展现状而言，花洒属地产后周期行业，受益于地产飞速发展红利以及城镇化进程推进、实现高速增长。2018年以来，地产新开工、竣工以及销售数据下滑导致花洒行业新房市场需求受损，但同时大量存量房进入翻修周期，对冲新房需求下滑影响，且伴随国内居民收入水平持续提高，我国整体花洒产品需求中散装换新存量市场占比逐年走高。数据显示，花洒自2014年以来产量逐年走高，从2014年的1.43亿个增长至2021年的2.84亿，2022年房地产需求波动影响，配套需求有所下降，整体花洒产销量分别为2.85万个和1.62万个，其中散装花洒需求增速逐年走高，2022年需求量达0.36亿个。

箭牌家居是一家集研发、生产、销售与服务于一体的大型现代化制造企业，生产产品品类范围覆盖卫生陶瓷、龙头五金、浴室家具、瓷砖、浴缸浴房、定制橱柜等全系列家居产品，致力于为消费者提供一站式智慧家居解决方案，目标是成为国际一流的智慧家居品牌，其龙头五金下花洒产品主要包括恒温花洒和淋浴花洒产品。经营现状而言，2021年随着国内整装和精装修渗透走高，整体龙头五金产销量连年走高，销量从2019年的1050.4万个增长至2021年的1725.3万个，2022年国内终端房地产需求不振，整体卫浴行业需求下降明显，箭牌家居龙头五金产品产销量仅为1477.4万个和1476.1万个，分别较2021年下降17.6%和14.4%。

。

随着国内城市化进程的推进和老旧小区的改造，存量房市场规模不断扩大，带动了浴室装修和改造的需求。作为浴室装修的重要一环，花洒的存量市场需求也在增长。此外，消费者对花洒产品的品质和功能要求也在不断提高，推动了花洒市场的竞争加剧。为了满足消费者的需求，花洒厂家需要不断提高产品质量和创新能力，同时提供更完善的售后服务。

消费者对花洒产品的需求已经从简单的功能性需求升级为对品质和舒适性的追求。这种趋势推动花洒产品向高端化发展。具体表现包括：更好的材料，如不锈钢、铜和陶瓷；更先进的技术，如空气注入和脉冲按摩功能；更精细的设计，包括个性化定制和智能化控制。此外，高端花洒品牌也更注重环保和社会责任，进一步拓宽了市场空间。

《2024-2030年中国花洒行业市场调查研究及发展前景规划报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是花洒领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 中国品牌花洒发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、固定资产投资
- 三、城镇人员从业状况
- 四、恩格尔系数分析
- 五、2024-2030年我国宏观经济发展预测

第二节 政策环境分析

- 一、产业政策分析
- 二、相关产业政策影响分析
- 三、进出口政策分析

第三节 社会环境分析

- 一、人口规模分析
- 二、年龄结构分析
- 三、学历结构分析

第四节 技术环境分析

- 一、技术发展现状
- 二、新技术的发展
- 三、技术发展趋势

第二章 中国花洒市场规模分析

第一节 2019-2023年中国花洒市场规模分析

第二节 2019-2023年我国花洒区域结构分析

第三节 中国花洒区域市场规模分析

一、2019-2023年东北地区市场规模分析

二、2019-2023年华北地区市场规模分析

三、2019-2023年华东地区市场规模分析

四、2019-2023年华中地区市场规模分析

五、2019-2023年华南地区市场规模分析

六、2019-2023年西北地区市场规模分析

七、2019-2023年西南地区市场规模分析

第四节 2024-2030年中国花洒市场规模预测

第三章 中国花洒需求与消费者偏好调查

第一节 2019-2023年中国花洒产量统计分析

第二节 2019-2023年中国花洒历年消费量统计分析

第三节 花洒产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 花洒产品的品牌市场调查

一、消费者对花洒品牌认知度宏观调查

二、消费者对花洒产品的品牌偏好调查

三、消费者对花洒品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、花洒品牌忠诚度调查

(一)无品牌忠诚者

(二)习惯购买者

(三)满意购买者

(四)情感购买者

(五)忠诚购买者

六、花洒前十名品牌市场占有率调查

七、花洒前十名品牌竞争力比较分析

(一)摩恩(中国)公司

- (二)九牧
- (三)汉斯格雅
- (四)科勒
- (五)高斯
- (六)高仪
- (七)成霖高宝
- (八)辉煌水暖
- (九)申鹭达
- (十)中宇

八、消费者的性别比例调查

九、消费者的购买频率调查

十、消费者的接受价格范围分析

十一、消费者的喜好规格范围分析

- (一)一般式
- (二)按摩式
- (三)柔和式
- (四)涡轮式
- (五)强束式

十二、消费者的消费金额范围分析

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

- (一)替代品的多少
- (二)产品的重要程度
- (三)产品的独特性
- (四)产品本身的用途多少
- (五)产品的转换成本
- (六)产品价格的可比性
- (七)品牌消费者对某一品牌越忠诚

二、品牌的影响

- (一)品牌的首要功能是在于可以方便消费者进行产品选择，缩短消费者的购买决策过程
- (二)造就强势品牌能使企业享有较高的利润空间
- (三)品牌可以超越产品的生命周期，是一种无形资产

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

- (一)传递信息，沟通产需

- (二)激发需求，增加销售
- (三)促进竞争，开拓市场
- (四)介绍知识，指导消费
- (五)丰富生活，陶冶情操

五、包装的影响程度

- (一)消费动机
- (二)购买行为特征
- (三)设计中的心理因素
- (四)结语

第四章 中国品牌花洒市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2019-2023年中国品牌花洒平均价格趋向势分析

第三节 2024-2030年中国品牌花洒价格趋向预测分析

第五章 中国品牌花洒所属行业进出口市场分析

第一节 2019-2023年中国品牌花洒所属行业进出口量分析

一、2019-2023年中国品牌花洒所属行业进口分析

二、2019-2023年中国品牌花洒所属行业出口分析

第二节 2024-2030年中国品牌花洒进出口市场预测分析

一、2024-2030年中国品牌花洒进口预测

二、2024-2030年中国品牌花洒出口预测

第六章 中国花洒优势品牌企业分析

第一节 摩恩Moen

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第二节 九牧Jomoo

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第三节 汉斯格雅HansGrohe

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第四节 高仪Grohe

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第五节 成霖高宝GOBO

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第六节 HHSN辉煌水暖洁具

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第七节 科勒Kohler

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第八节 申鹭达

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第九节 高斯Coso

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第十节 中宇JOYOU

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌竞争力分析

四、品牌市场份额分析

五、该品牌竞争策略

第七章 中国品牌花洒竞争格局分析

第一节 花洒行业历史竞争格局概况

一、花洒行业集中度分析

二、花洒行业竞争程度分析

第二节 花洒行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2024-2030年中国品牌花洒竞争格局展望

一、竞争手段进一步多元化

二、低碳生活、节能环保成重要推广主题

三、本土卫浴品牌开始唱主角

四、数字营销成为重要竞争手段

第八章 2024-2030年中国品牌花洒发展预测

第一节 2024-2030年花洒行业产量预测

第二节 2024-2030年花洒行业总资产预测

第三节 2024-2030年花洒行业工业总产值预测

第四节 2024-2030年花洒行业销售收入预测

第九章 2024-2030年我国花洒行业投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节 花洒行业投资价值分析

- 一、行业盈利能力
- 二、行业偿债能力
- 三、行业发展能力

第三节 2024-2030年中国品牌花洒投资风险预警

- 一、行业竞争风险预警
- 二、技术风险预警
- 三、经营管理风险预警

第四节 花洒行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析

图表目录：部分

图表：花洒行业特点

图表：花洒行业生命周期

图表：花洒行业产业链分析

图表：2019-2023年花洒行业市场规模分析

图表：2024-2030年花洒行业市场规模预测

图表：2019-2023年花洒行业产量和需求量分析

图表：2024-2030年花洒行业产量和需求量预测

图表：中国花洒所属行业进出口现状分析

图表：中国花洒行业主要优势企业

图表：中国花洒行业竞争现状

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978788.html>