

NCHD 居美科技

2019

中华卫浴网

# 卫浴行业

招商加盟大数据报告

athroom



# 中国卫浴行业 大数据门户



品牌传播专业网站 / 招商加盟优选平台



# 前言

峥嵘厚重七十载，锐意进取四十年。建国70年，中国家居行业发展40年，从弱小到强大，从升级到变革，从开放到共融，以前行之心绘制了行业辉煌征程。制造业作为国民经济的主体，提升产品和服务质量是制造业高质量发展的基础，也是建设制造强国的生命线。

2019年，随着全球经济增长放缓、多国制造业PMI持续下滑、中美贸易摩擦持续升级、全球化受阻等多种不利因素相互叠加，全球经济发展面临的不确定性不断上升，各个经济体和产业正在经历前所未有的挑战和变局，中国家居行业亦是如此。

家居建材行业门户中华建材网携旗下各大网站，严格过滤全网大数据，进行全网数据采集、大规模调研及专业分析，通过大数据整合进行多维度比较，以招商加盟数据报告的形式，帮助企业及加盟商充分了解家居行业各细分品类招商加盟现状，用大数据诠释家居行业招商加盟趋势和特点，为企业招商及投资客加盟提供新助力。

# 目录

CONTENTS

---

1

## 卫浴行业 招商加盟宏观环境分析

市场唱衰&未来可期，2019卫浴行业  
宏观看

2

## 行业加盟指数报告

2019卫浴行业加盟指数立体呈现

3

## 行业招商指数报告

2019卫浴行业招商指数全方位解答

4

## 总结

卫浴行业招商拓展建议

# 01

招商加盟大数据报告

## 卫浴行业招商加盟宏观环境分析



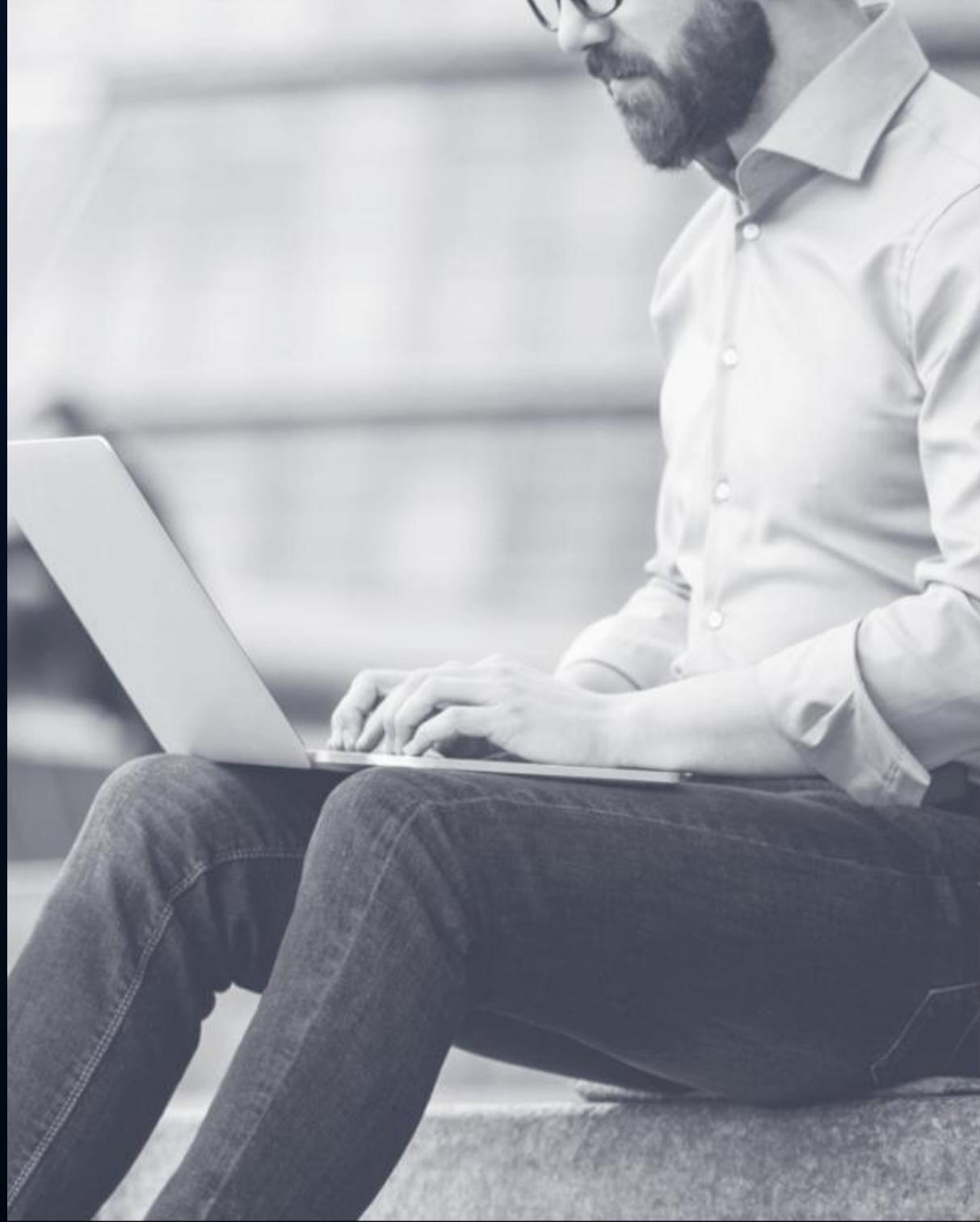
# 市场唱衰&未来可期，2019 卫浴行业宏观看

## 1、家居建材行业发展大观

近几年，我国家居建材行业快速成长，又在近两年历经消费升级、房地产和环保政策调控及海外贸易战等多方面影响，家居市场淘汰率不断增加。截止2018年12月末，全国家具制造业亏损面为**12.5%**。亏损总额与2017年相比，累计增长**40.8%**。从开始的迷茫到如今的“**活下去**”，从告别高速增长到回归正常增长，2019年对于家居建材行业而言，无疑是新的发展元年。

那么，被寄予厚望的2019年，中国家居建材行业交出了怎样的答卷？在近**5万亿**的市场规模为基础的家居建材行业，企业、经销商捞金捷径有哪些？

《**2019中国家居行业招商加盟数据报告**》，给你答案。





# 市场唱衰&未来可期，2019卫浴行业宏观看

## 2、卫浴行业的现状解读

### (1) 卫浴行业进入品牌时代

好的品牌可以给品牌的所有者和使用者带来持续不断的收益，**品牌的所有者和使用者可以借助品牌的形象扩张力、市场开拓力等拓展产品的销售。**品牌是企业价值的重要组成部分，也是实现企业价值的重要手段，是企业进行市场竞争的有效手段。

很多国际知名的卫浴企业，经历了上百年的发展，企业品牌的内涵以及产品品质也在这上百年的市场环境中不断的被研磨和沉淀固化。这些知名的卫浴企业在品牌的经营和推广上经验丰富，品牌的知名度和美誉度也更高。相比之下，中国的卫浴行业才刚进入快速发展期。

由于鲶鱼效应的存在，一方面，国际上的知名品牌和中国的卫浴企业在参与全球竞争的过程中，是你争我夺的对手关系，国际品牌也在不断挤压中国卫浴企业的生存空间，但另一方面，国际品牌在市场上依靠强大的品牌号召力步步紧逼，也倒逼着中国本土企业必须要充分重视品牌的推广和产品质量等方面的提升。正是这种外在的市场竞争压力，极大的缩短了中国本土卫浴行业的市场成熟度和成长的时间，中国卫浴经历二十多年的发展到今天，就是最好的证明。

**“品牌力就是销售力”**的观念正在被愈来愈多的民族卫浴企业所接受。很多卫浴企业积极应对市场环境的变化，苦练内功，同时积极的把品牌推向市场。



# 市场唱衰&未来可期，2019卫浴行业宏观看

## (2) 卫浴企业的集中度进一步提高

从区域看，我国现已形成了广东佛山、江门、潮州，浙江温州、玉环，福建南安、厦门和河北唐山几大产业基地，区域集中度很高，但企业集中度较低。

伴随着行业的发展，企业之间的并购整合将会逐步加剧，企业的集中度也会进一步提高。反应迅速，并能不断进行技术革新和管理改进的企业，将会进一步地占有市场份额，而反应迟钝，耽于现状的企业，市场份额将进一步萎缩，直至消亡。伴随这个过程的演化，行业内的领先企业将获取更多的优势成为巨头，整个市场将逐步稳定。



# 市场唱衰&未来可期，2019卫浴行业宏观看

## 3、关键词解读卫浴产品发展趋势

### (1) 全卫定制

伴随卫浴产品的丰富，卫浴空间的设计和卫浴产品的安装显得日益重要。整体卫浴的组成部件按照一定的规格尺寸制作，将不同户型的卫浴空间合理利用且现场安装起来方便，节省了人工成本；整体卫浴整体搭配和谐，对于当代消费者越来越严格的消费需求，能得到更好的推广和使用。

而伴随着当代消费者需求的变化，个性、定制是卫浴企业发展的方向，在整体卫浴的基础上，全卫定制出现在消费者视野中。全卫定制是整个空间的定制，**即空间规划+产品定制+定制服务**。现代人越来越重视居家的质量，这就使卫浴空间不仅仅是洗浴空间的代名词，同时也必须有缓解身心疲劳、沉淀心灵的作用。卫浴产品的设计力求满足消费者生活习惯的变化，2019年7月，中国建博会（广州）率先推出了全卫定制馆，将全卫定制推向高潮。

### (2) 产品更时尚、家具化、环保化

伴随卫浴产业的发展，卫浴产品**更加时尚、家具化、环保化**。之前的卫浴产品一直是注重功能但造型款式相对乏味的产品，现在厂商为迎合消费者的需求，开始设计研发具有美观性的，能够起到装饰房间作用的卫浴新品，包括多功能的马桶，精致的洗手盆，时尚的浴室柜等都日益成为消费者们追逐的新品。

卫浴行业一直追求着产品卫生健康和绿色节能的品质。卫浴企业为了这个目标不断进行产品的研发设计，将马桶，小便斗等进行抗菌防污的细节处理，同时也使水龙头等产品实现节水功能从而保护资源。



# 1 市场唱衰&未来可期，2019卫浴行业宏观看

## (3) 智能卫浴

我国卫浴洁具市场发展20多年来，产品由最初的满足功能性需求，到现在满足消费者品位需要、文化需要；产品分类上也由满足共性需求，到现在满足消费者个性化求美、求新的需求。产品层面，在消费升级的带动下，卫浴产品智能升级已经成为行业发展的明显趋势。

2019年也是5G元年，未来的卫浴产品会更贴近智能，以坐便器为例，我国智能坐便器市场尚处于导入期，渗透率低，发展迅速，增长空间广阔，2015年我国智能坐便器销量约195万台，比2014年增长**80.5%**；内销额约**43.9**亿元，同比增幅为**78.5%**。2015年，中国大陆的智能坐便器市场保有量约为300-400万台，平均普及率仅为**1%**左右，即便是在一线城市如北京和上海，普及率也仅为**5%**和**8%**，在广大的三四级市场和农村地区普及率接近为零。智能坐便器普及率最高、市场发展最成熟的是日本，市场普及率达到**76%**；其次是韩国，普及率接近**50%**；中国台湾地区的普及率约为**25%**。

一方面在国内智能马桶盖的质量标准尚不确定、购买渠道受限，另一方面国人的生活习惯、消费观念等因素也在一定程度上限制了智能马桶盖的发展。但随着国人消费能力提升、年轻人成为主流消费者，**并且智能马桶盖自身技术的进步及质保的加强，智能马桶盖在国内普及将是必然的趋势。**

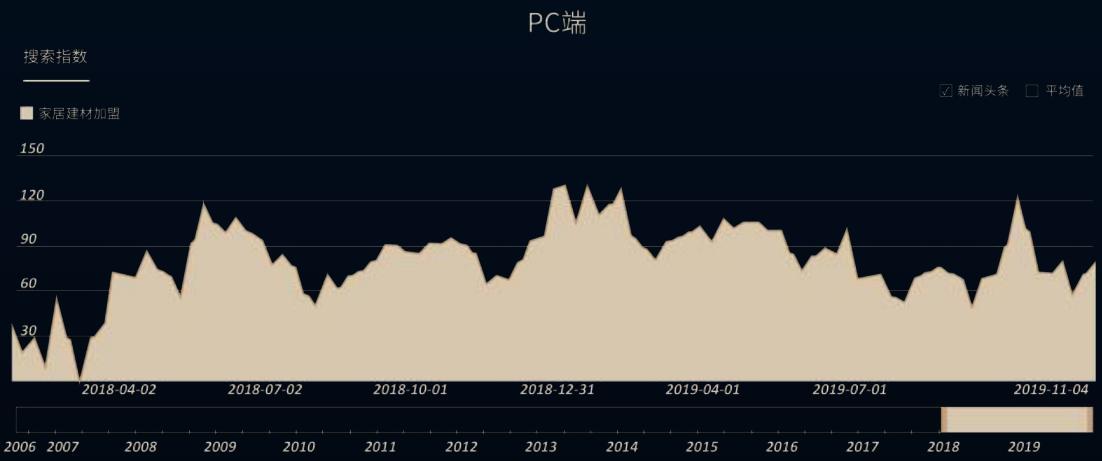
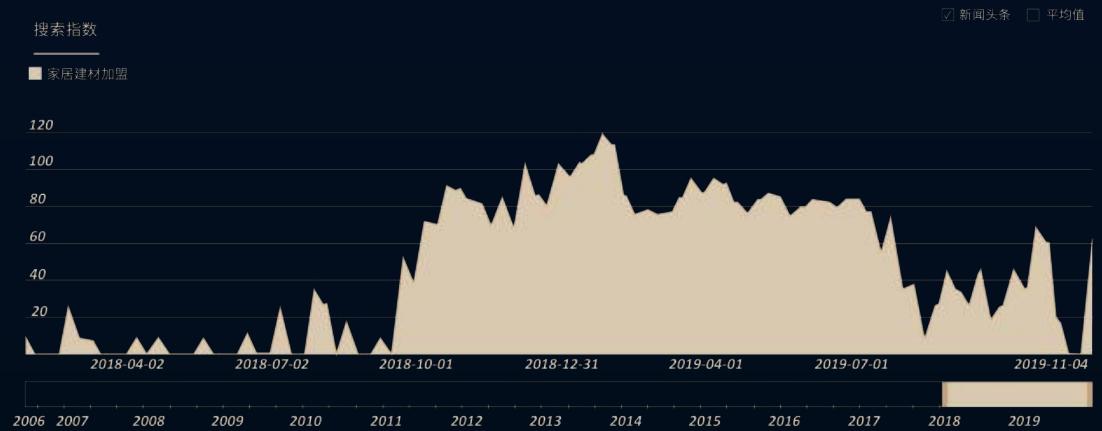
## (4) 卫浴空间界定的模糊化

卫浴空间已经从原来的狭小隐秘的封闭房间，演变成现在的界限模糊化的空间。现如今的卫浴装修经常会见到透明的淋浴间，或者是开放式的淋浴空间，又或是洗手台独立于卫浴空间之外。

卫浴行业发展二十多年来，行业发展增速趋向常态化，极速增长成为过去，也意味着新一轮的竞争才真正开始。

# 2 家居建材行业招商关注度分析

## 1、2016-2019家居建材行业招商加盟百度搜索指数变化趋势



互联网渠道作为投资客了解加盟品牌的重要渠道，2018-2019年，家居建材行业招商加盟百度搜索指数呈下降趋势，**整个行业招商加盟热度表现一般。**

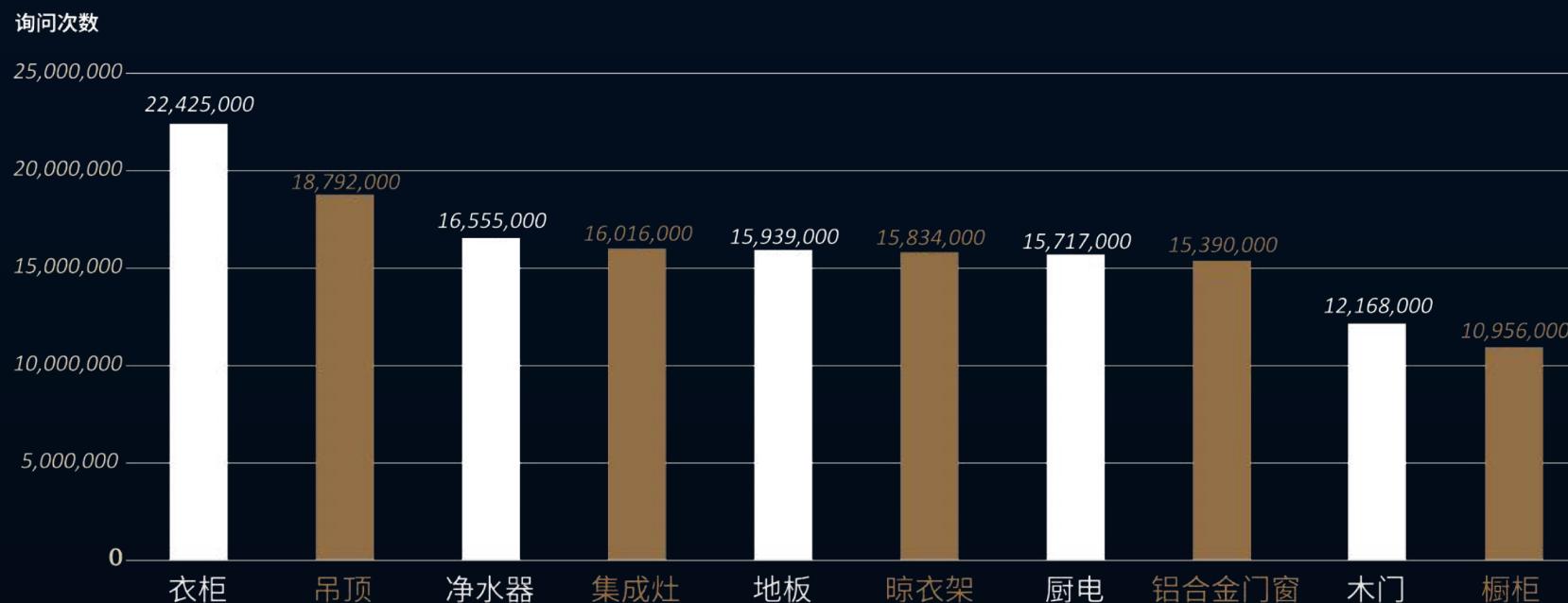
## 2 家居建材行业招商关注度分析

### 2、家居建材行业受欢迎投资品类TOP10

与2018年相比，家居建材行业受欢迎投资品类TOP10中，具体品类类别没有变化。

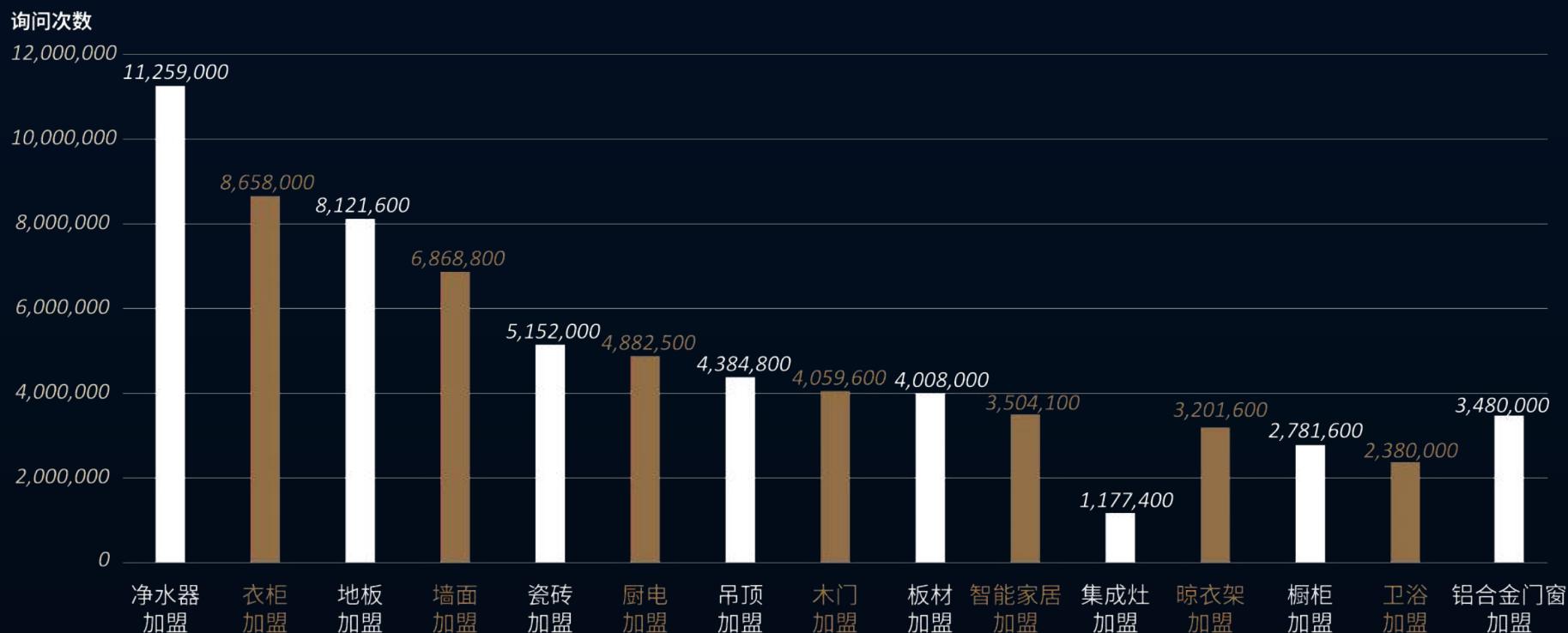
衣柜品类以**22,425,000**次询问量占据榜首，远超2018年榜首的地板品类。

卫浴虽未挤进受欢迎投资品牌，但投资前景不错。



## 2 家居建材行业招商关注度分析

### 3、家居建材招商加盟项目检索词云Top15



“净水器加盟”询问量新王登基，成为检索量最多的项目。 卫浴加盟以2380000次排名第14位。

## 2 家居建材行业招商关注度分析

### 4、2019家居建材项目检索词云（关键词占比、top15）



卫浴十大品牌检索词云位列第四，可见卫浴行业是被关注的行业。集成灶、智能家居、净水器十大品牌占据2019家居建材十大项目检索词云前三位。

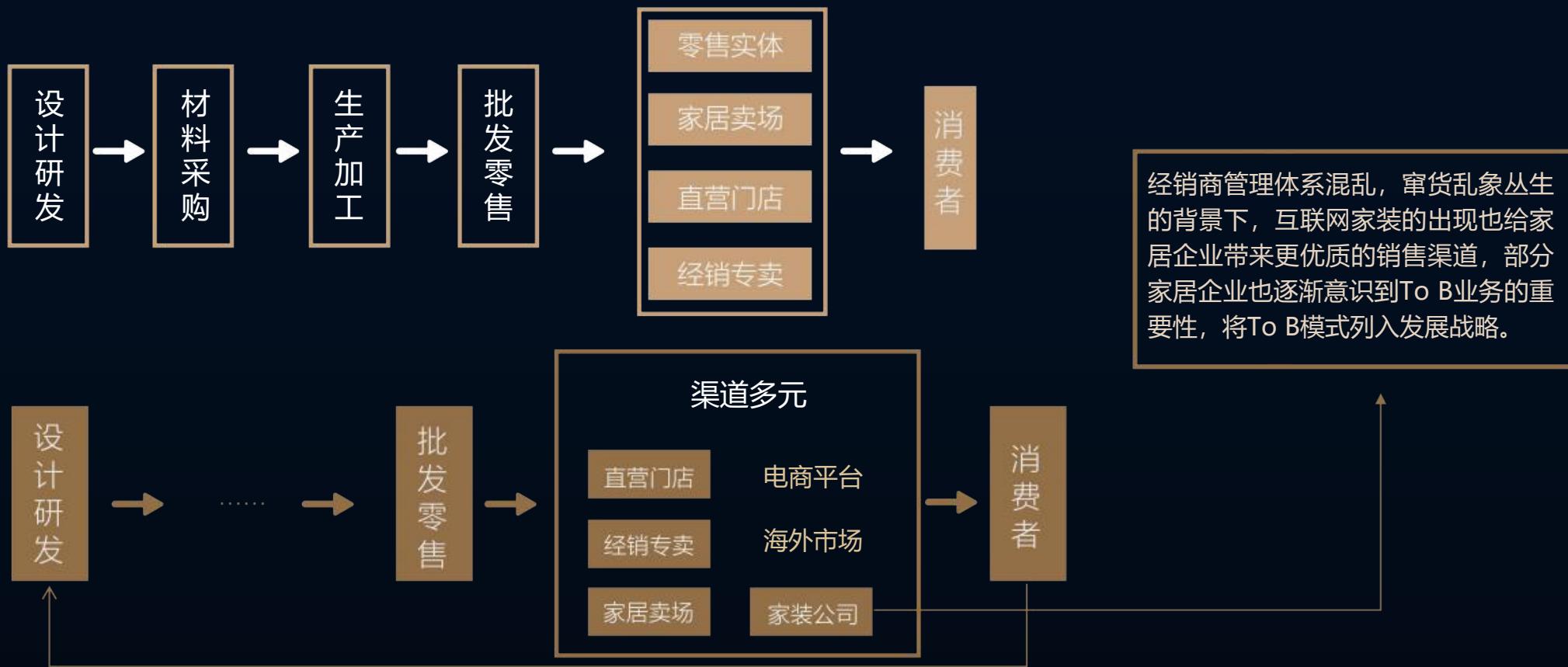
## 3 卫浴行业经销商渠道经营分析

### 1、经销商渠道依然是卫浴行业最主流的销售渠道

在家居建材行业，上游房地产、经销商零售渠道、出口业务对于企业营收的影响通常遵循“271”原则，因此渠道是重中之重。家居建材品牌销售大多以经销为主，直营和大宗等业务为辅。经销商的优点是能在区域利用以往资源和经验快速建设销售渠道，扩大企业市场份额。

# 3 卫浴行业经销商渠道经营分析

## 2、渠道多元化变革，TOB业务愈来愈明显



近年来，建材家居销售渠道一直在发生着转变。从松散、粗放型个体零散户或小建材商店，再到建材批发市场，到如今的专卖店、高端卖场，消费者购买体验的提高，也预示着企业规模不断扩大。如今，家居品牌多以专卖店的方式撒网布局，而互联网的到来也给家居建材行业提供了更多多元化的选择。

“

## 4

## 行业发展定性及趋势发展前瞻

2019年，家居建材行业新一轮的变动已在酝酿之中。作为BAT中的一员，阿里早在去年就和居然之家达成合作，阿里以及关联投资方向居然之家投资**54.53亿元**，持有居然之家15%的股份。随后今年5月，阿里又以**43.594亿元**认购红星美凯龙股份。算上此前入股居然之家的**54.53亿元**，阿里在家居流通领域的投资已经近百亿元。10月30日，阿里巴巴5亿元战略投资三维家，家居云设计软件领域再次成为行业以及资本关注的焦点。不知不觉，家居行业已经悄然变化。那么，在即将到来的2020年，家居建材行业有哪些趋势？让我们一起畅想。

渠道

全卫定制

智能

”

## （一）渠道为先，精细化布局是必然趋

近年来，渠道下沉成为家居行业发展热词，城镇化的持续推进、人们生活水平及物质需求水平的提高，都让三四线城市释放出广阔的空间。

对卫浴企业来说，招商依然不可忽视，同时还要进行渠道的精细化布局。精准的市场调研，看菜下饭不可或缺。近几年积极推进“**抢人大战**”的相关城市，GDP、城镇化进程较快的三四线城市，都有望掀起家装热潮，值得重视。

此外，互联网时代，信息相对不对称逐渐弱化，人们对家居产品的购买渠道、购买习惯、信息获取方式都有变化，短视频、微信公众号平台、传统电商、社群营销、社区店、小区店、抖音、地产渠道、精装房、拎包入住、工程渠道、电视购物、手机APP、直播平台等每一个形式都影响着人们的购买决策。因此，卫浴企业必须着力全渠道的打通，进行全渠道营销获客，同时重构渠道和消费者关系，另辟新的流量市场。





## (二) 全卫定制，新一轮排位赛已经开始

卫浴行业发展二十多年来，已经形成了一个稳定格局，2019年7月，中国建博会（广州）率先推出了全卫定制馆，意味着卫浴企业把定位做得更加全面而有针对性，全卫定制更有吸引力。

当代的消费者越来越倾向于一站式购物体验，而且我国国内市场巨大，但地域辽阔，每家每户的户型和需求都不一样，单一产品难以抢占较大的市场份额，“**大而全**”能够满足消费者个性化需求，相对而言，多品类的市场空间更大。全卫定制会持续深化，将来会成为未来更多消费者的选择！

### (三) “智能”为关键词，卫浴行业正呈现着更多可能

2019年是5G元年，“智能”与卫浴产品相处得更加密切。我国智能家居概念由来已久，但大多数停留在表层，简单的灯光、初级的APP链接，都让“智能”的魅力大打折扣。随着各种互联网技术，微电子技术，智能AI技术的大力发展，各种传统家居产品开始跟互联网进行碰撞，在此基础上，“全屋智能”也将更加实用和落地。

此外，以“智能”为关键词的行业赋能作用会进一步凸显。当前，我国家居行业正处于转型升级的变革时期，个性化定制和规模化生产的矛盾逐渐浮现。在满足不同消费者的个性化定制需求的同时，又要完成大规模、高效率生产，缩短生产周期，这是当前每个企业都要面临的问题。但订单多样、产品个性化的大形势下，生产难度越来越高。由此，依靠信息化技术破局成为最直接的手段。

接下来，卫浴企业必须要运用信息化手段将互联网、大数据、云计算、物联网等新技术与工业生产相结合，来打造柔性生产链条，实现工厂、消费者、产品的数据互通，重构生产方式、销售方式和售后方式，来迎合消费者的所思所求。利用现代化数字技术的应用构建优势竞争力，结合柔性化生产方式，进行**大规模、自动化、标准化、个性化生产、销售和服务**，以“智能”为链条，让企业发展有更多可能。



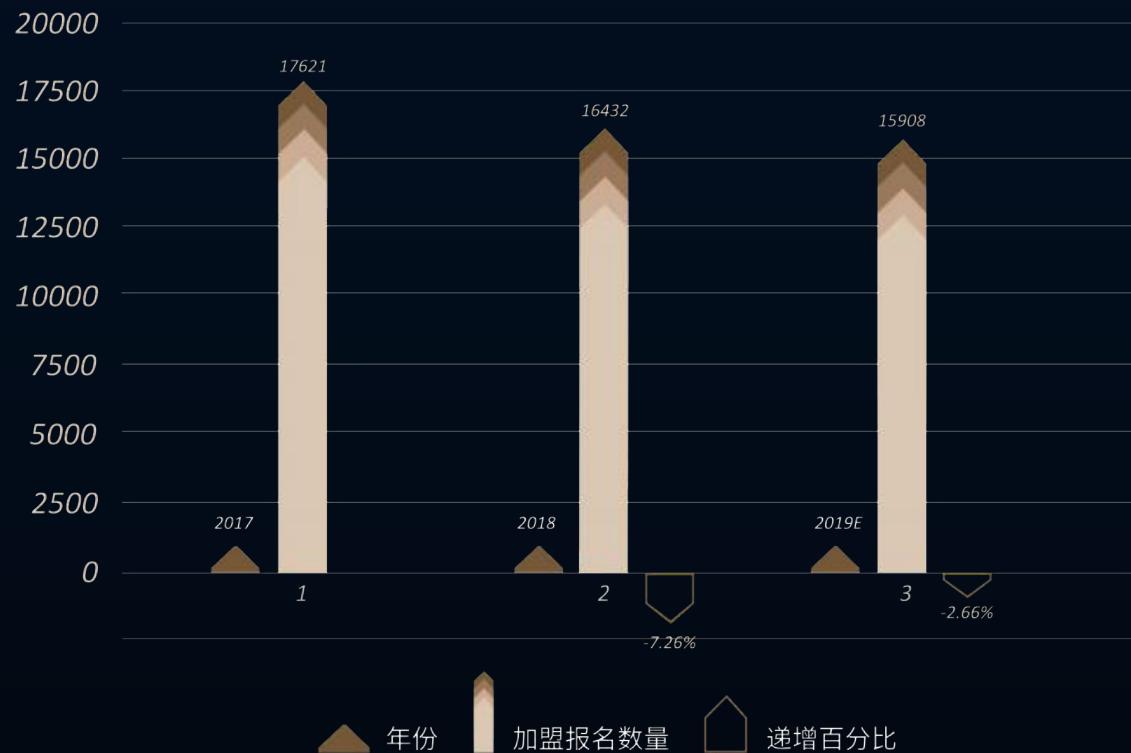
02

招商加盟大数据报告

行业加盟指数报告

# 1 2019卫浴行业加盟商数量及分布情况

## 1、卫浴行业近三年加盟数据分析

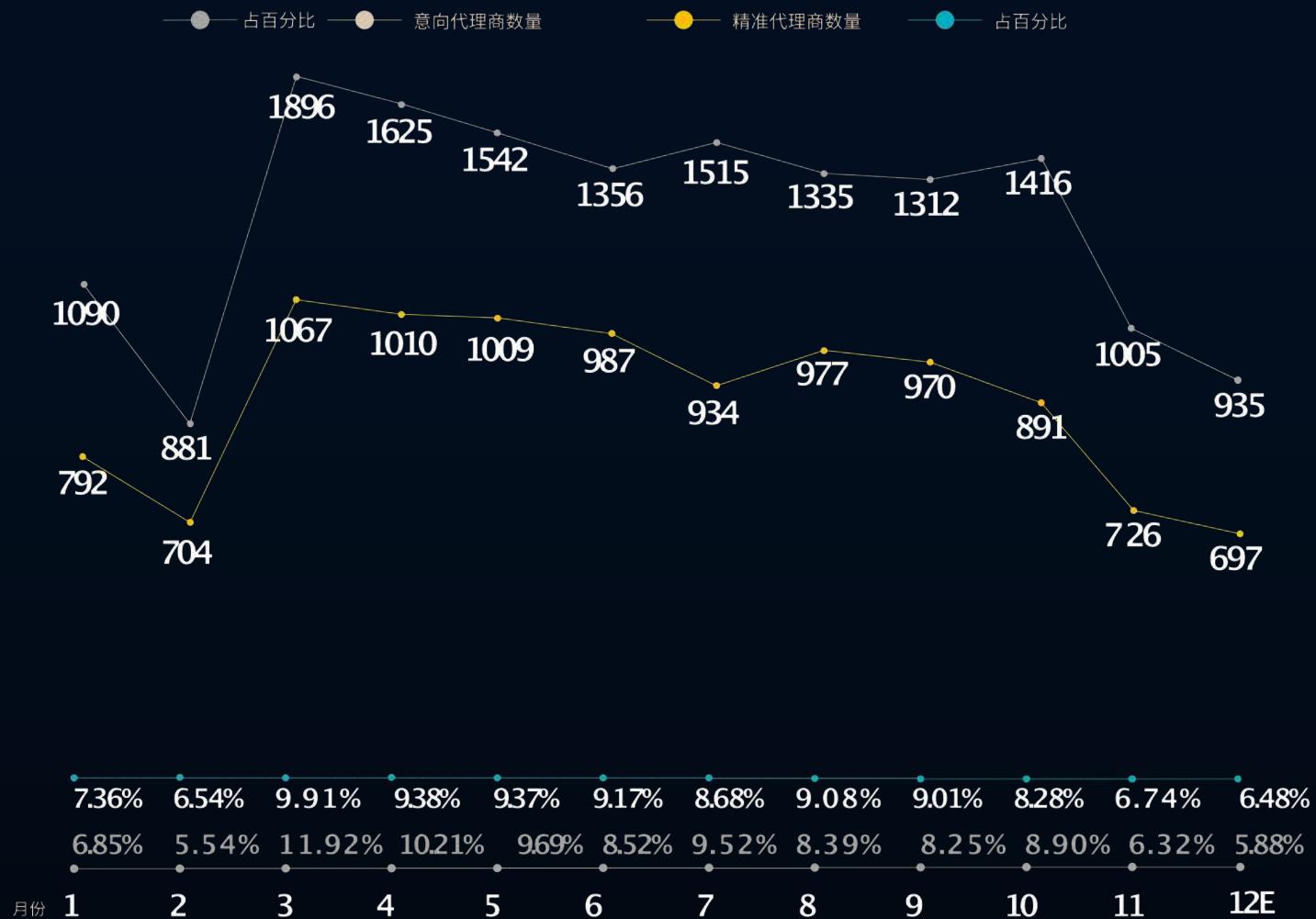


从2017年-2019年的加盟报名数量来看，报名数量逐年减少。2019年是家居建材行业的“寒冬”，但相较于2018年，2019年下滑比例有所降低，接下来，卫浴行业加盟指数有望回暖。

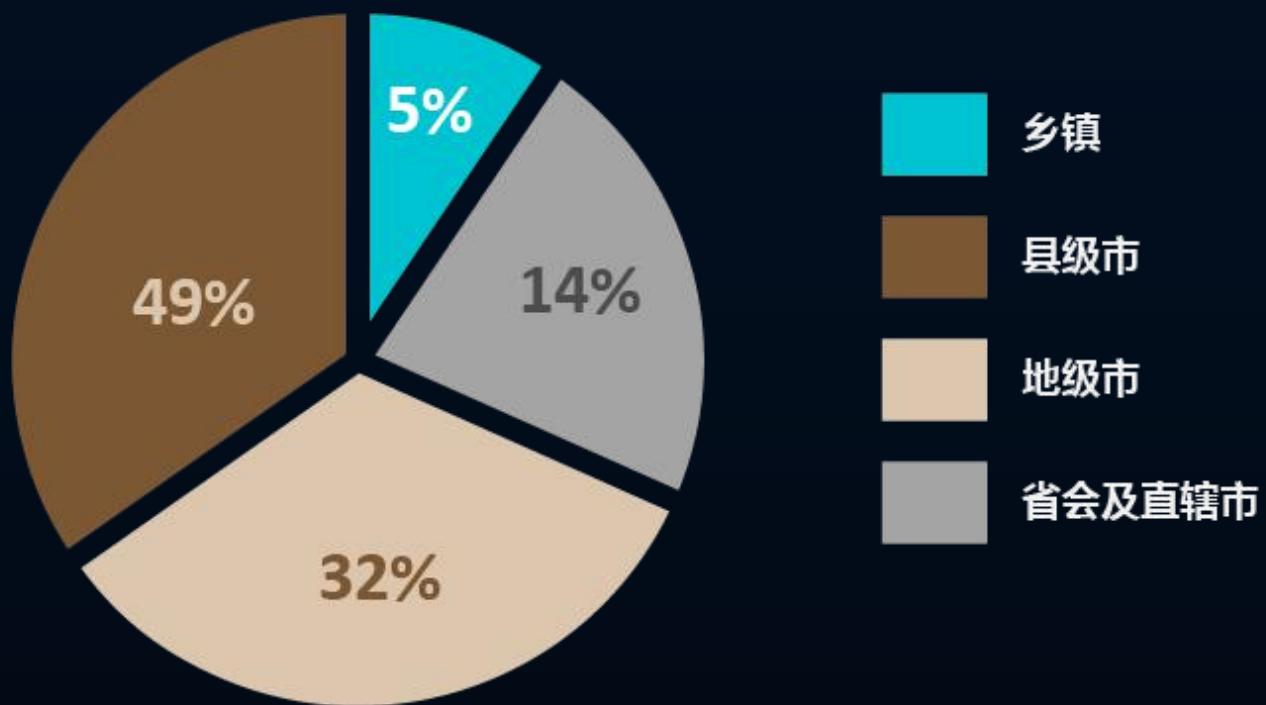
# 1 2019卫浴行业加盟商数量及分布情况

## 2、2019年卫浴行业加盟代理数据月度分析

2月份恰逢春节，加盟人数较少属正常现象。11、12、1月是加盟淡季，意向代理和精准代理均有所下滑。其余月份波动不大，意向代理数量在**1300-1800**之间，精准代理数量在**800-1000**之间。3-5月是行业内各大展会集中期，意向代理和精准代理数量增长明显。



# 1 2019卫浴行业加盟商数量及分布情况



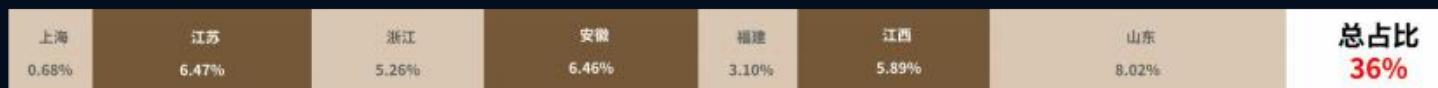
## 3、2019年卫浴行业加盟商意向代理级别分析

县级、地级市投资人群加盟热情连续两年高涨，2019年这两个级别加盟商占比**超8成**。随着三四线城市家居消费需求的不断增长，卫浴行业还将继续吸引更多加盟商加盟。

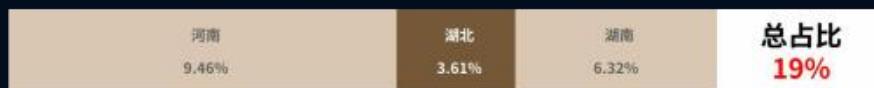
# 1 2019卫浴行业加盟商数量及分布情况

## 4、2019年卫浴行业加盟商城市分布状况分析

华东地区



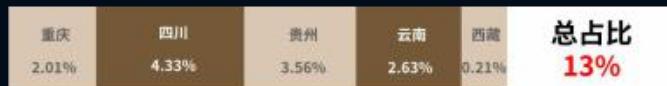
华中地区



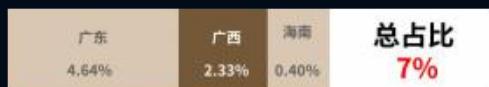
华北地区



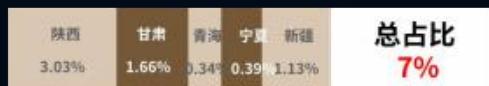
西南地区



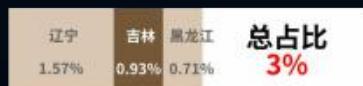
华南地区



西北地区



东北地区



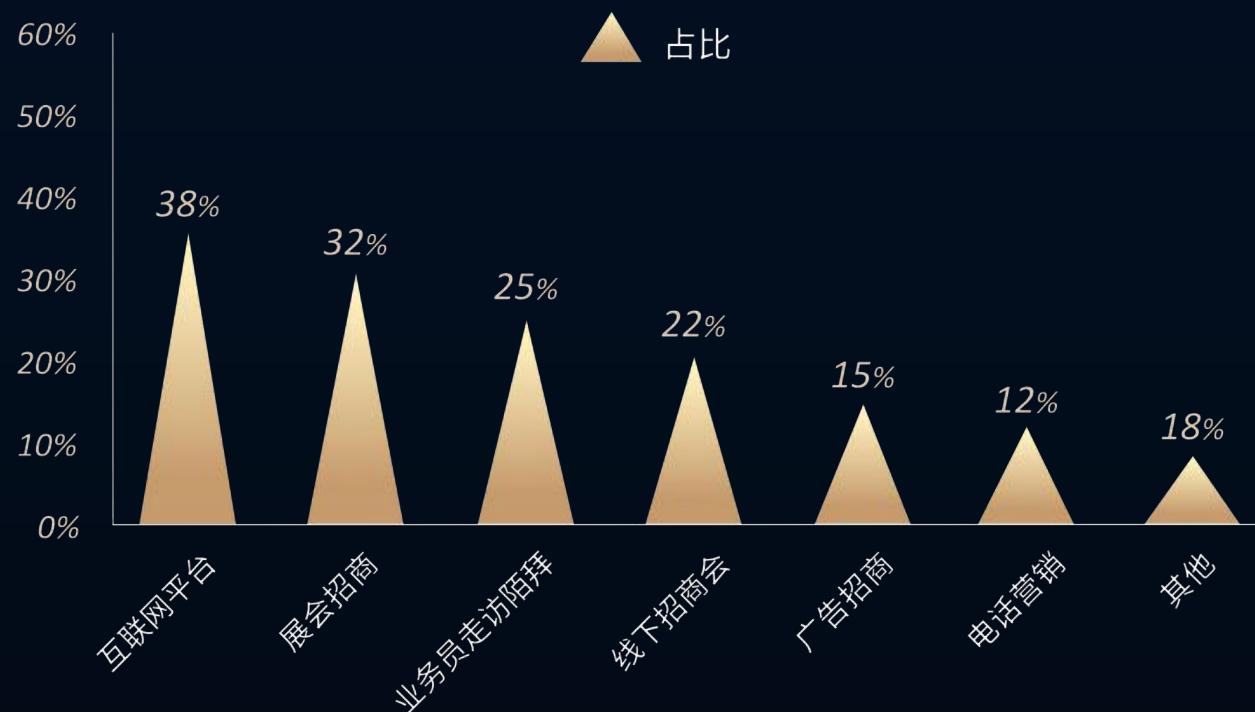
华东地区，华中地区，华北地区位列卫浴企业招商范围的前三，其中，河南、江苏、安徽、山东、湖南、河北六大省份加盟商占比均在6%以上。

# 1 2019卫浴行业加盟商数量及分布情况

## 5、2019年卫浴行业加盟商加盟信息来源分析

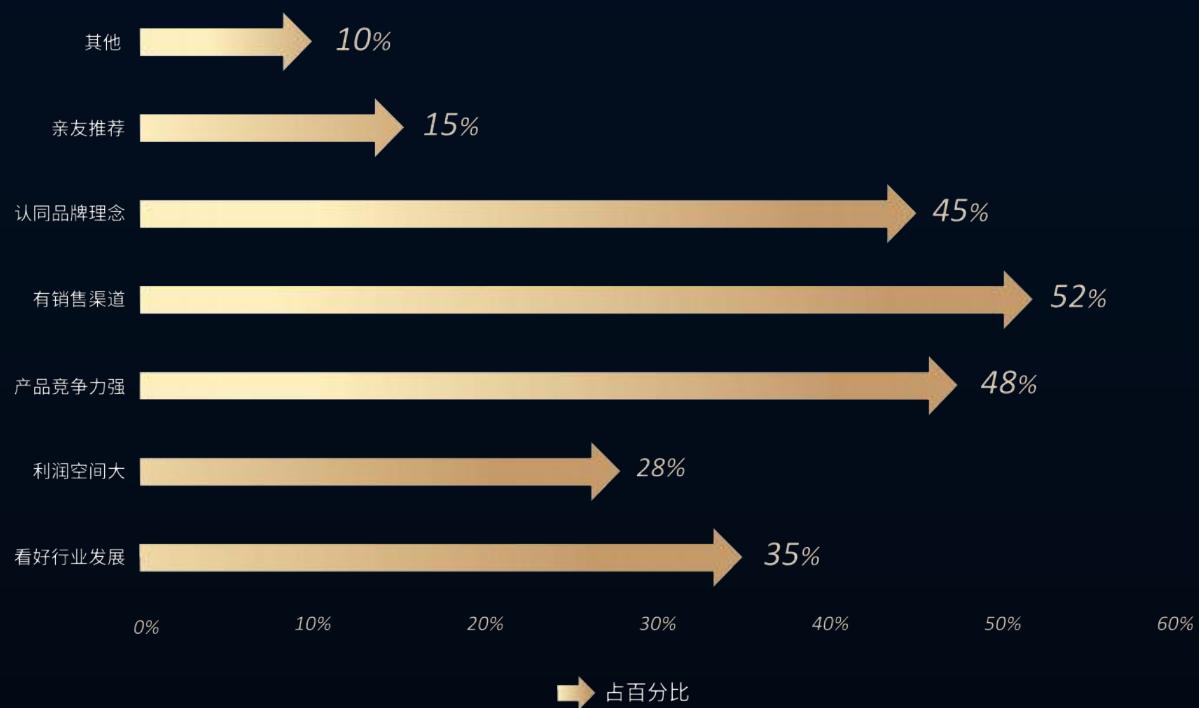
**互联网络平台**（搜索引擎、综合门户、专业门户网站、新媒体、招商平台等）和展会招商是卫浴行业加盟商加盟信息的主要来源，占比达**70%**。

**业务员走访陌拜和线下招商会**也是加盟商加盟信息的重要方式，占比紧随其后。



## 2 2019卫浴行业加盟商投资原因及条件

### 1、2019年卫浴行业加盟人群加盟动机分析

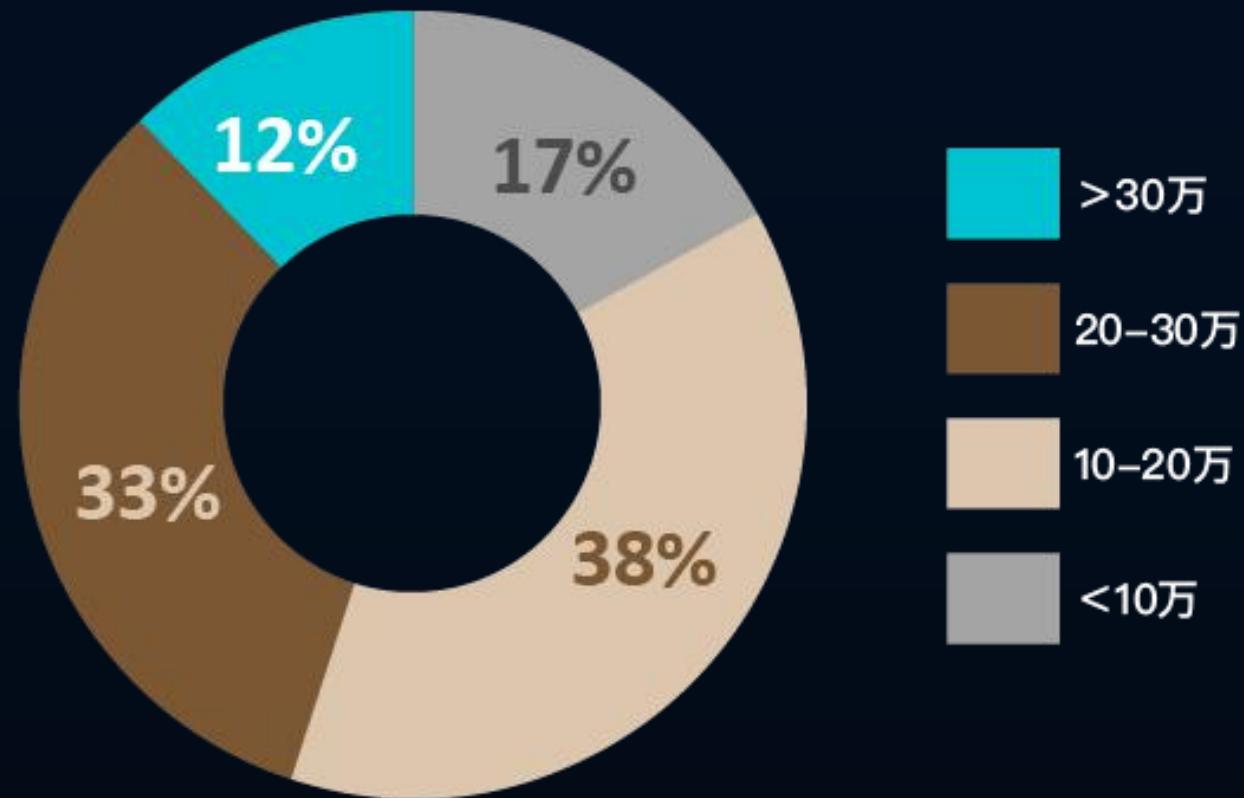


认同品牌理念、有销售渠道和产品的竞争力强是加盟商加盟卫浴行业的主要动机。

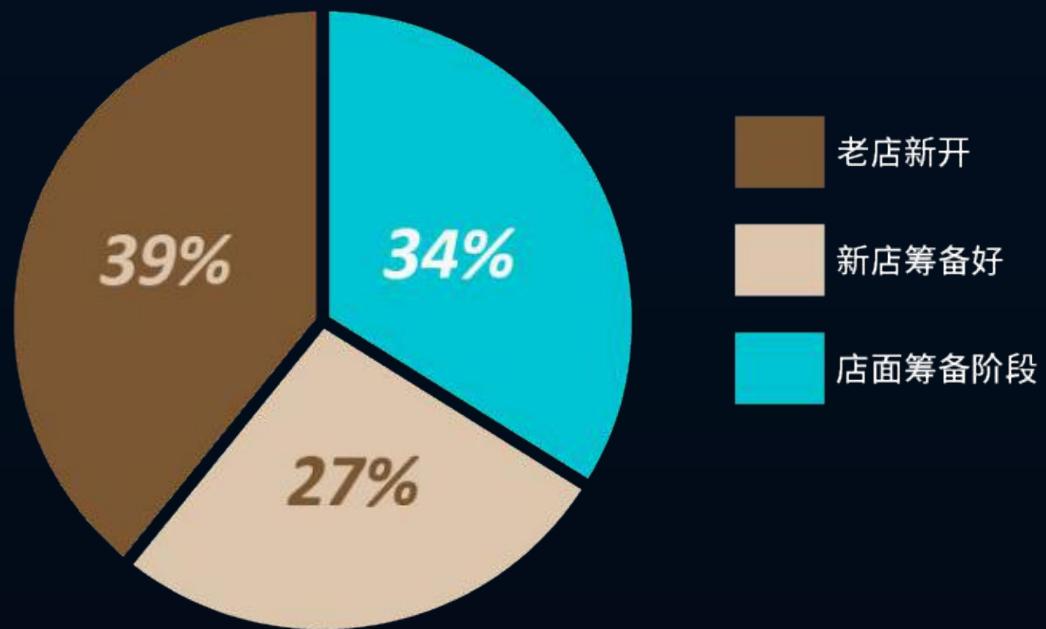
## 2 2019卫浴行业加盟商投资原因及条件

### 2、2019年卫浴行业加盟人群投资能力分析

2019年，加盟人群投资金额在10-20万和20-30万的人群较多，共超7成。



## 2 2019卫浴行业加盟商投资原因及条件



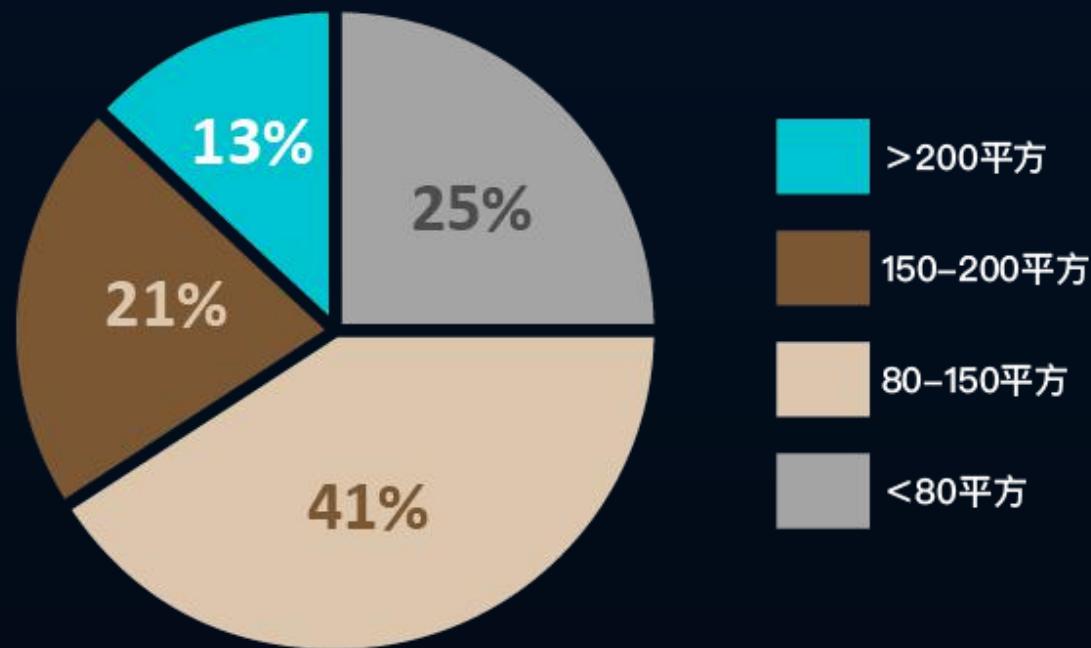
### 3、2019年卫浴行业店面筹备状况分析

2019年，超3成卫浴行业新加盟商店面处于筹备阶段，超6成加盟商店面已经筹备好。

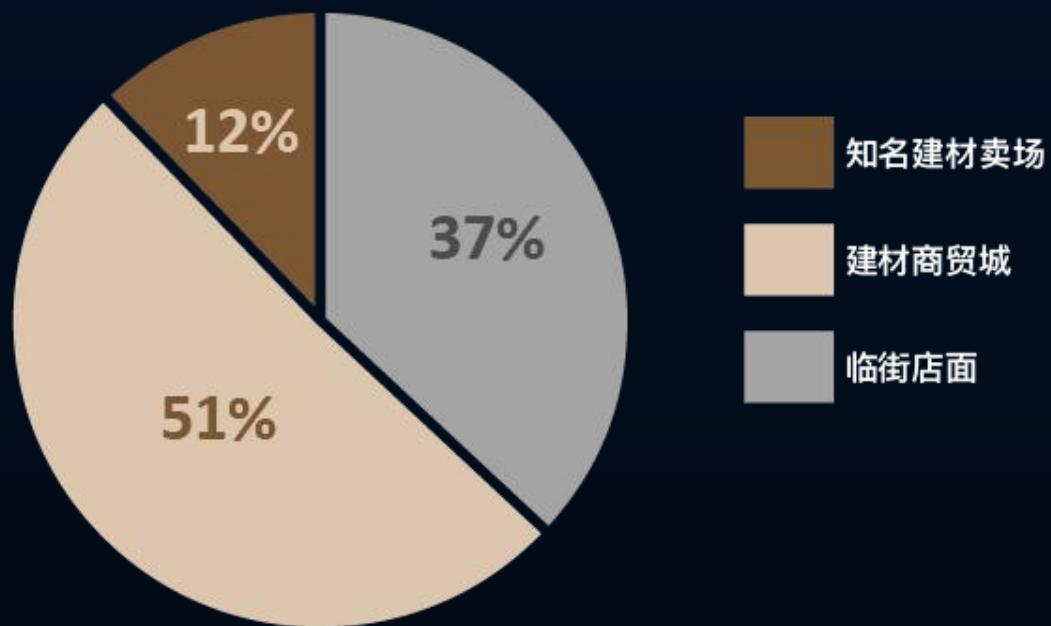
## 2 2019卫浴行业加盟商投资原因及条件

### 4、2019年卫浴行业加盟人群店面筹备面积分析

在店面筹备方面，超4成加盟人群店面在80-150平方之间。



## 2 2019卫浴行业加盟商投资原因及条件



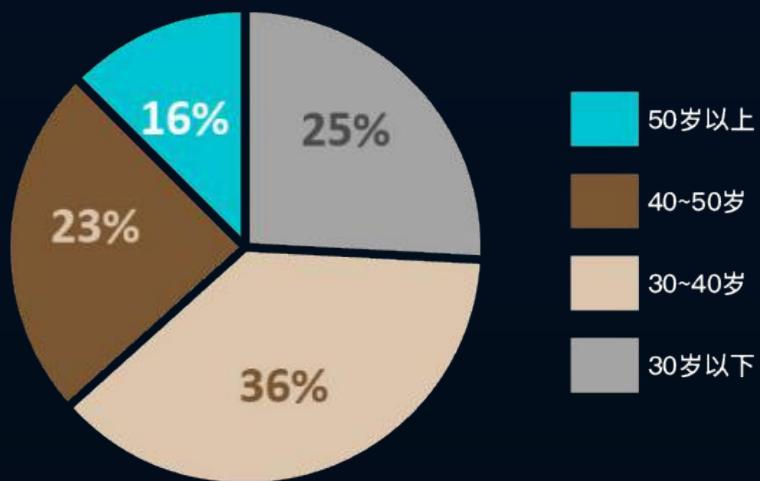
### 5、2019年卫浴行业加盟人群门店位置分析

超5成加盟人群选择建材商贸城，临街店面占比近4成，知名建材卖场占比12%。

2019卫浴行业加盟商加盟筹备的能力有所提升。

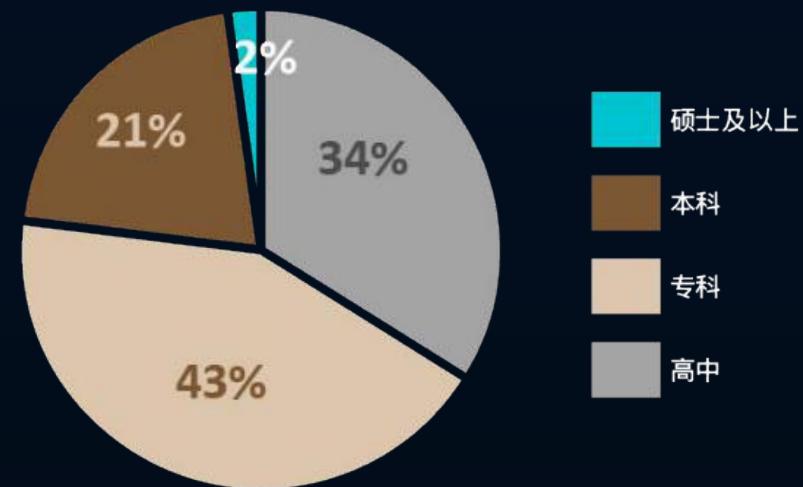
### 3 2019卫浴行业加盟商个人情况及经营能力

#### 1、2019卫浴柜加盟商年龄段分析



2019年，卫浴行业加盟商在30~40岁以下年龄段占比最高，为**36%**，在30岁以下年龄段占比为**25%**，卫浴行业加盟商年轻化趋势越来越明显。

#### 2、2019年卫浴行业加盟商学历分析

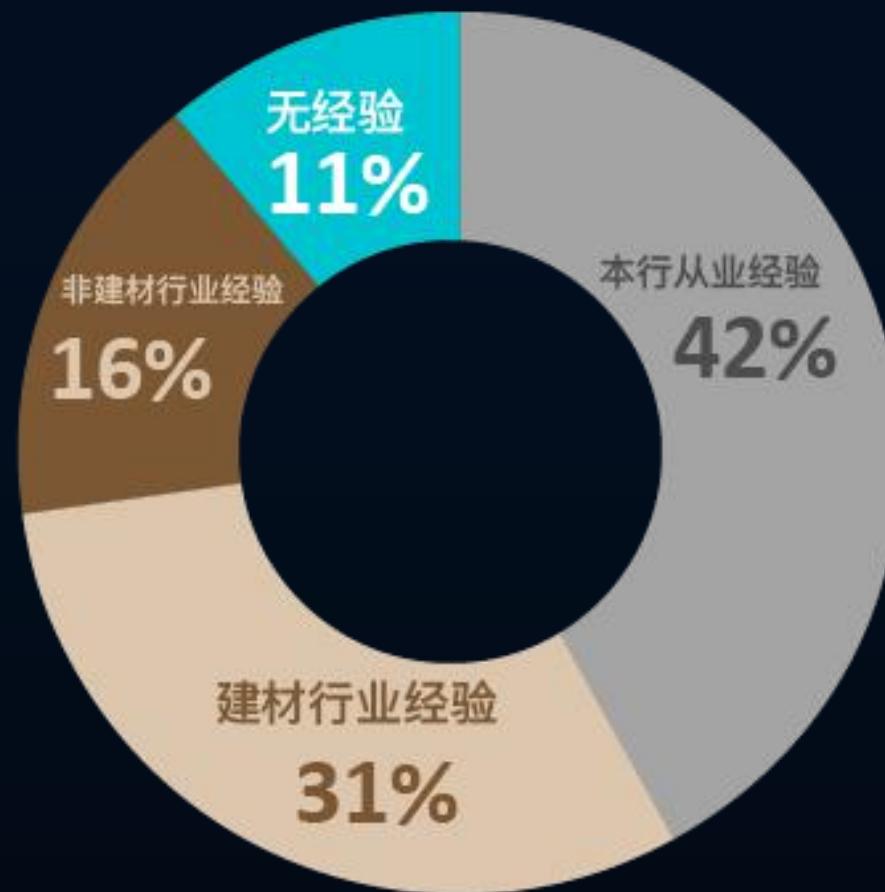


2019年，**近7成**加盟商的学历在专科及以上，高学历加盟商正不断涌现。

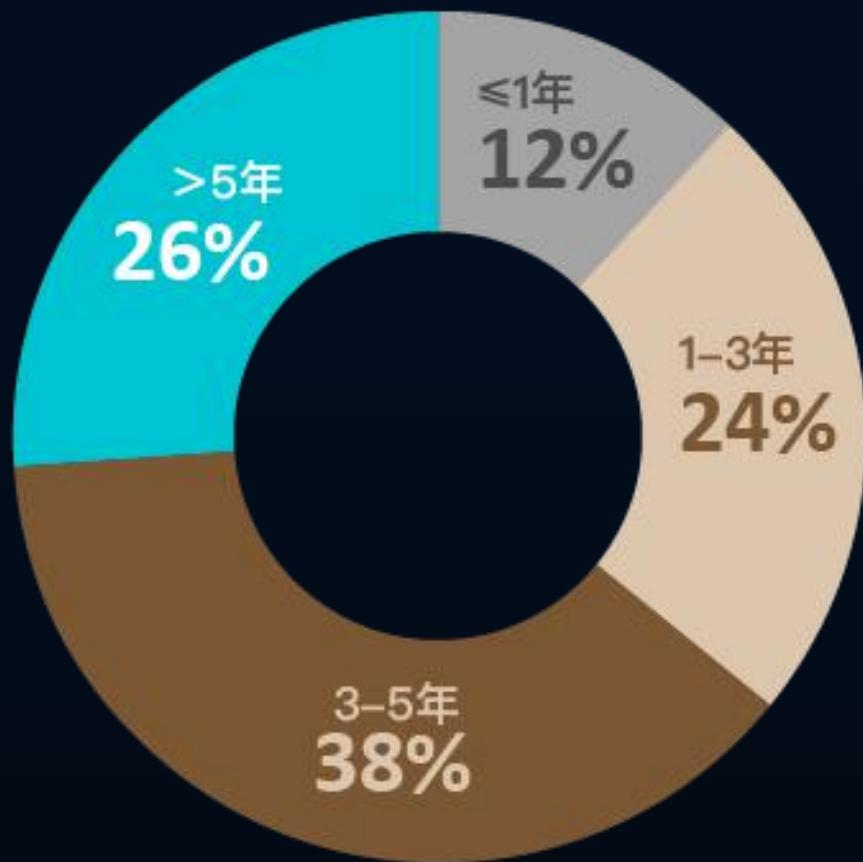
## 3 2019卫浴行业加盟商个人情况及经营能力

### 3、2019年卫浴加盟商行业经验

超7成加盟商拥有本行业或建材行业经验，卫浴行业入门门槛并不低。



### 3 2019卫浴行业加盟商个人情况及经营能力

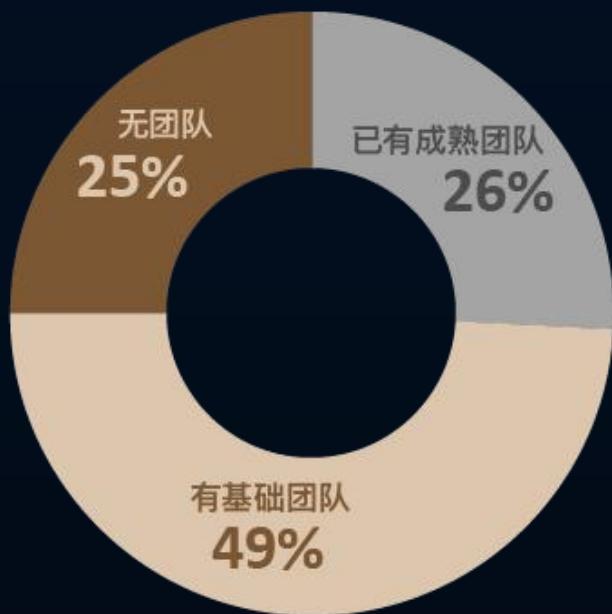


#### 4、2019年卫浴加盟商拥有本行业经验年限的分布比

2019年，大多数加盟商都有丰富的本行业经验，3年以上经验的加盟商超6成，1-3年经验的加盟商为24%，卫浴行业经验门槛较高。

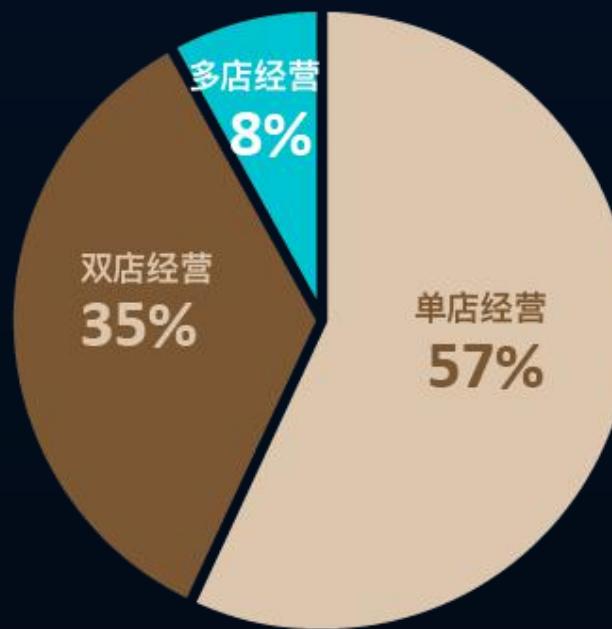
### 3 2019卫浴行业加盟商个人情况及经营能力

#### 5、2019年卫浴加盟商团队情况



近半数的加盟商拥有基础团队，**26%**的加盟商有成熟的团队，无团队的占比不足**3成**。

#### 6、2019年卫浴加盟商历史经营店面情况

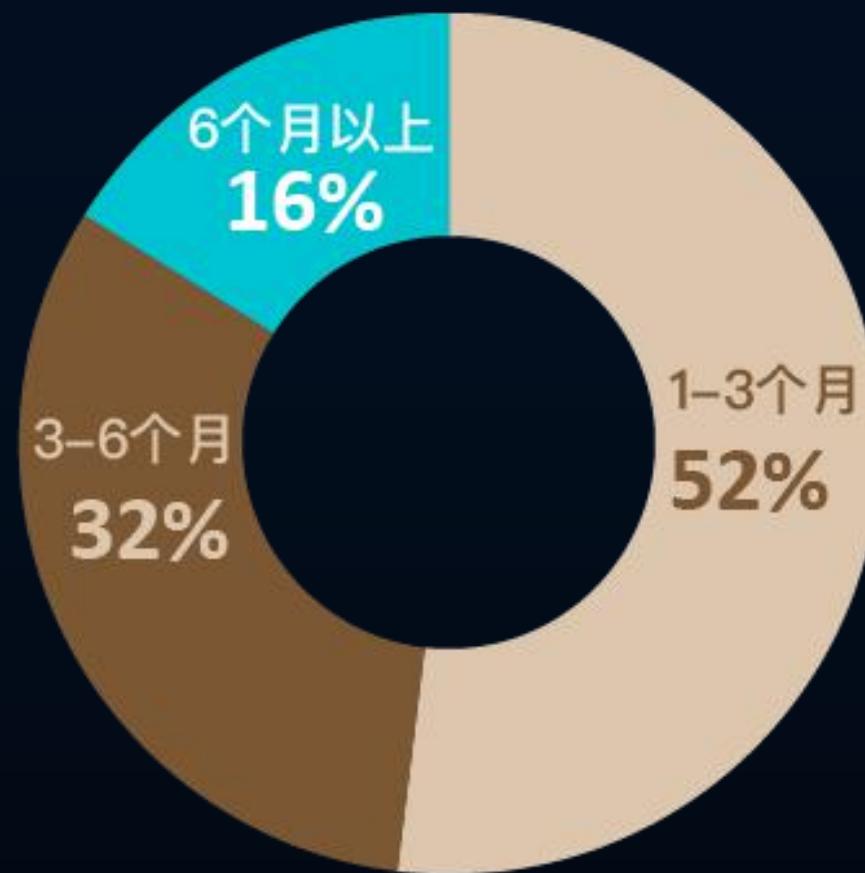


**接近6成**加盟商聚焦单店精细化运营，**超4成**加盟商有2个和2个以上的店面，深度辐射当地市场。

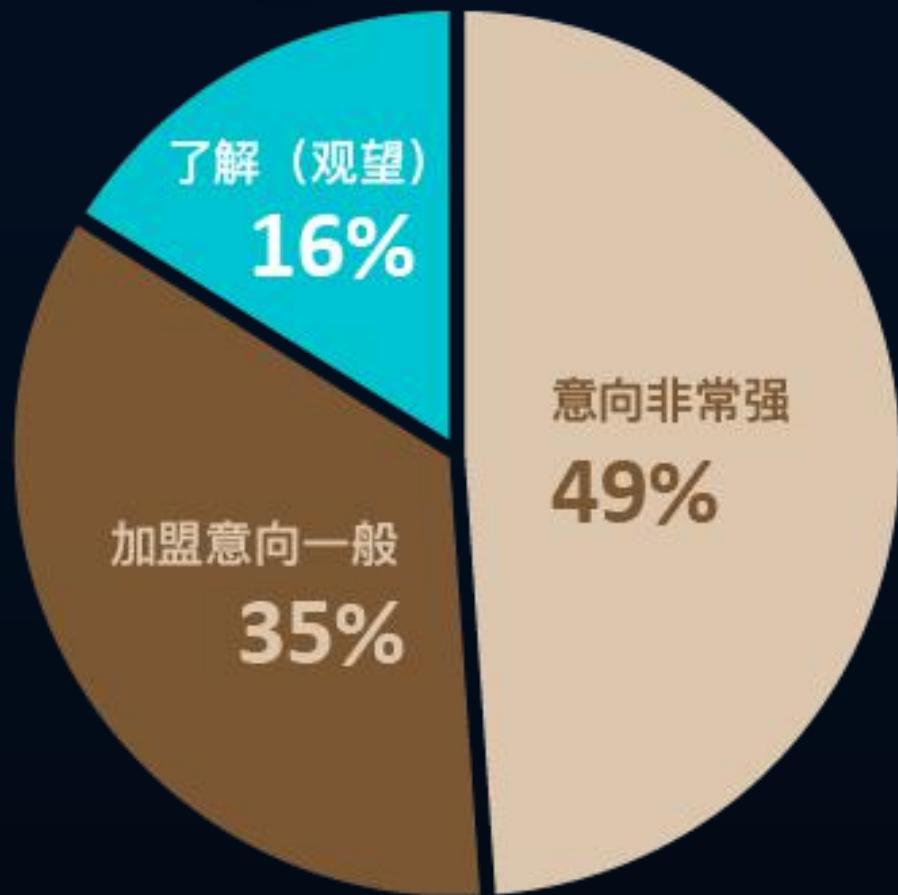
## 4 2019年卫浴行业加盟商投资进程及经营情况

### 1、2019年卫浴加盟商开业周期分析

卫浴行业加盟商的开业周期超半数在**1-3个月**，半年内开店加盟商占比**超8成**。



## 4 2019卫浴行业加盟商投资进程及经营情况



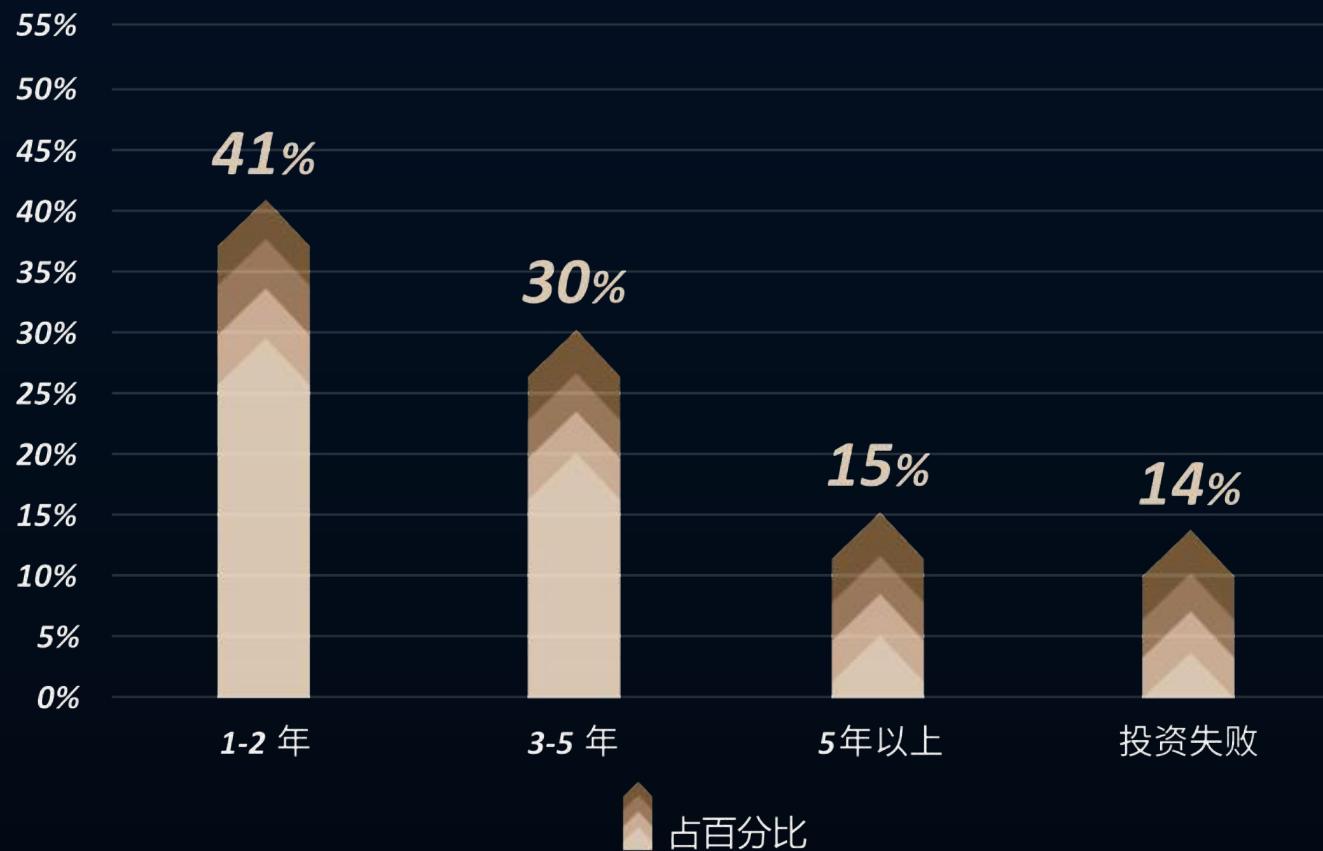
### 2、2019年卫浴加盟商开店意愿度分析

在加盟商报名咨询项目的初期，开店意向非常强烈的加盟商近半数达**49%**。

## 4 2019年卫浴行业加盟商投资进程及经营情况

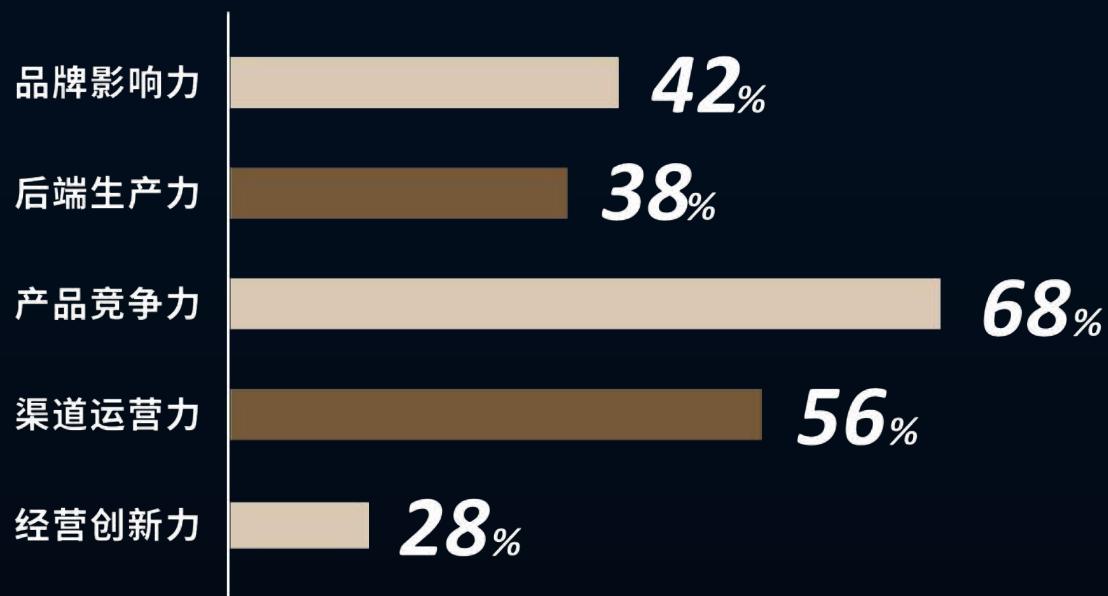
### 3、2019年卫浴加盟商盈利周期分析

2019年，**41%**的加盟商在1-2年内实现了盈利。值得注意的是，也有**14%**的加盟商未能达到盈利预期。行业态势虽好，懂得经营依旧重要。



# 5 2019卫浴行业加盟商选择品牌核心要素分析

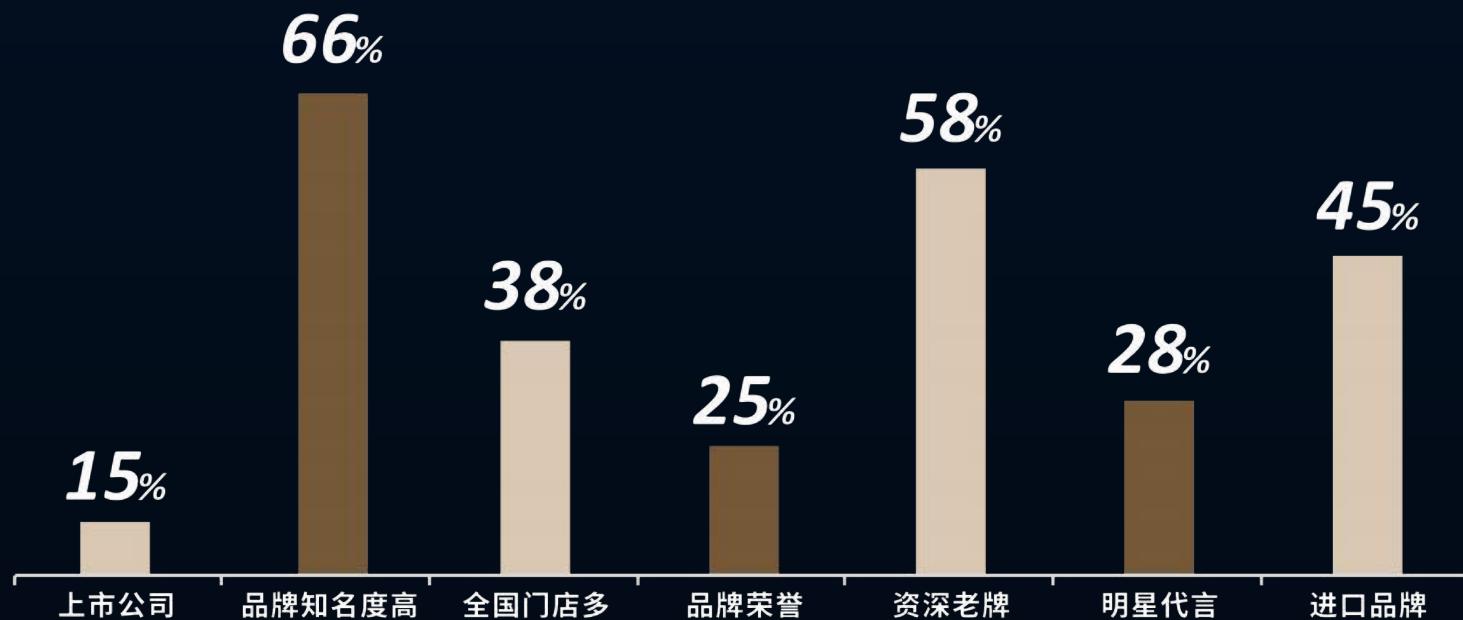
## 1、2019年卫浴加盟商选择品牌加盟综合情况



产品竞争力、渠道运营力、品牌影响力是加盟商选择品牌的主要关注点。

# 5 2019卫浴行业加盟商选择品牌核心要素分析

## 2、2019年卫浴加盟商对企业品牌影响力方面关注点



品牌层面分析，加盟商主要关注所加盟品牌的知名度，是否为资深老牌、是否为进口品牌。

# 5 2019卫浴行业加盟商选择品牌核心要素分析

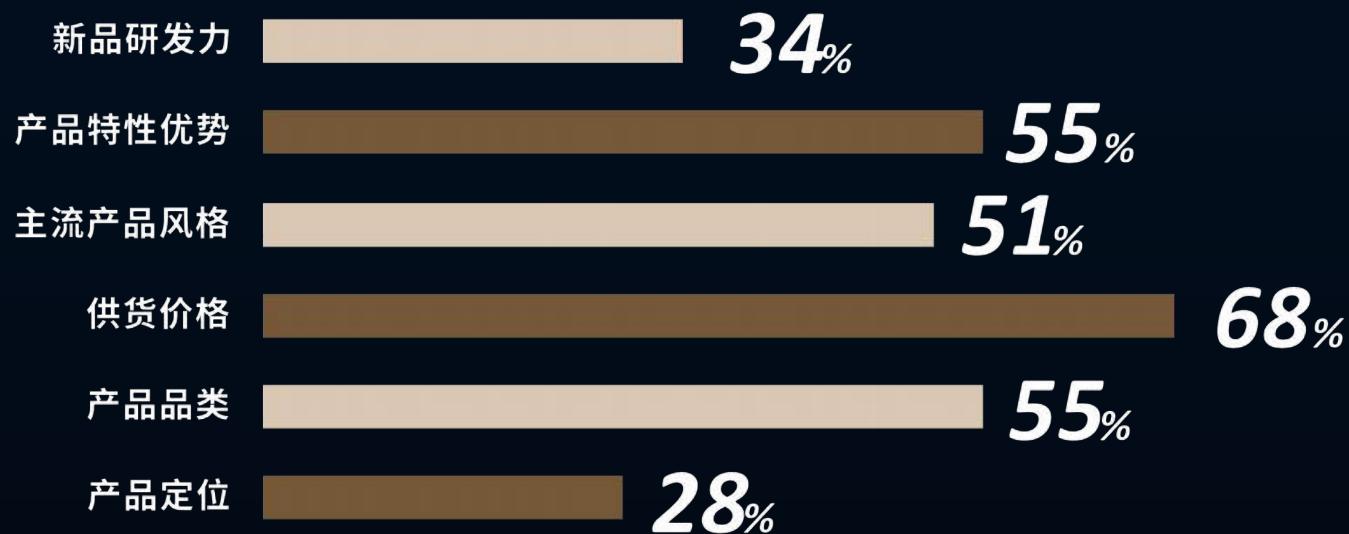
## 3、2019年卫浴加盟商对企业后端生产 产力方面关注点

生产层面，加盟商更关注**卫浴产品的生产工艺和生产设备以及交付周期**，这也是卫浴企业生产方面需要提升的关键点。



# 5 2019卫浴行业加盟商选择品牌核心要素分析

## 4、2019年卫浴加盟商对产品竞争力方面关注点

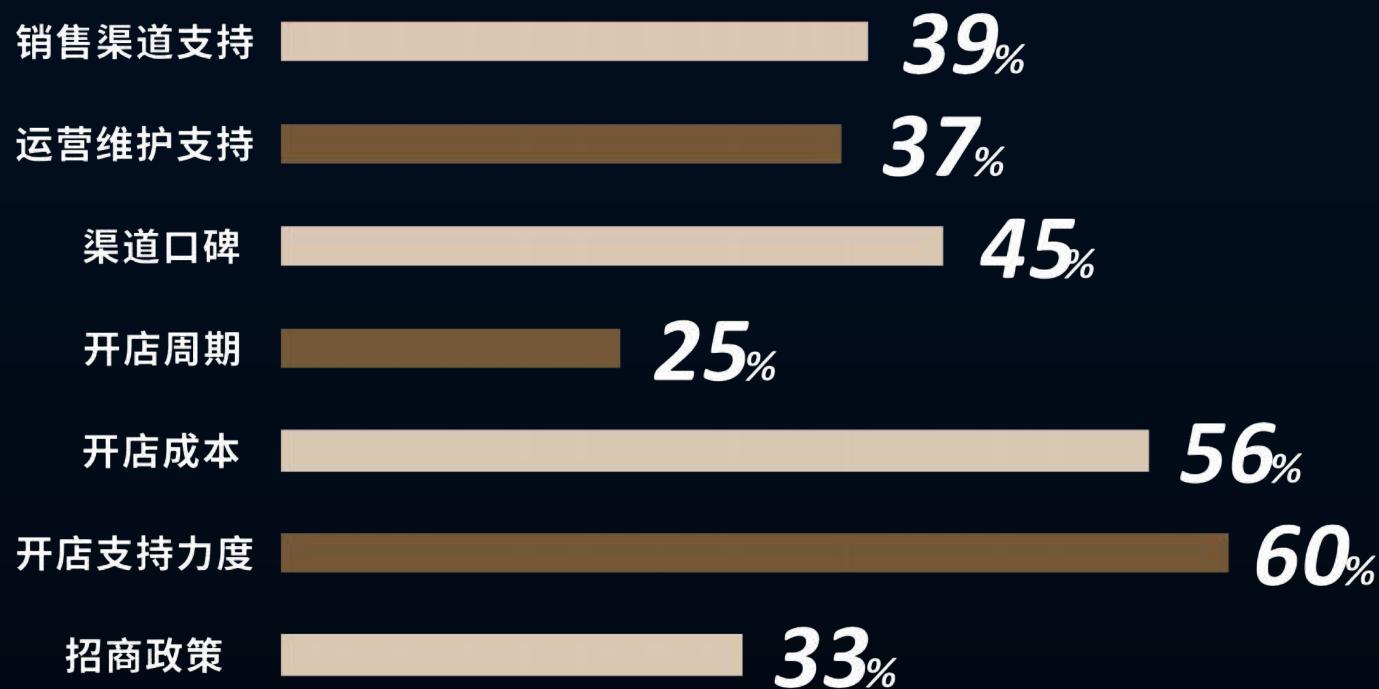


产品层面，供货价格是加盟商最关注的点，产品品类和产品特性优势持平为55%，总体来说，卫浴加盟商更注重卫浴产品的外观和性能。

# 5 2019卫浴行业加盟商选择品牌核心要素分析

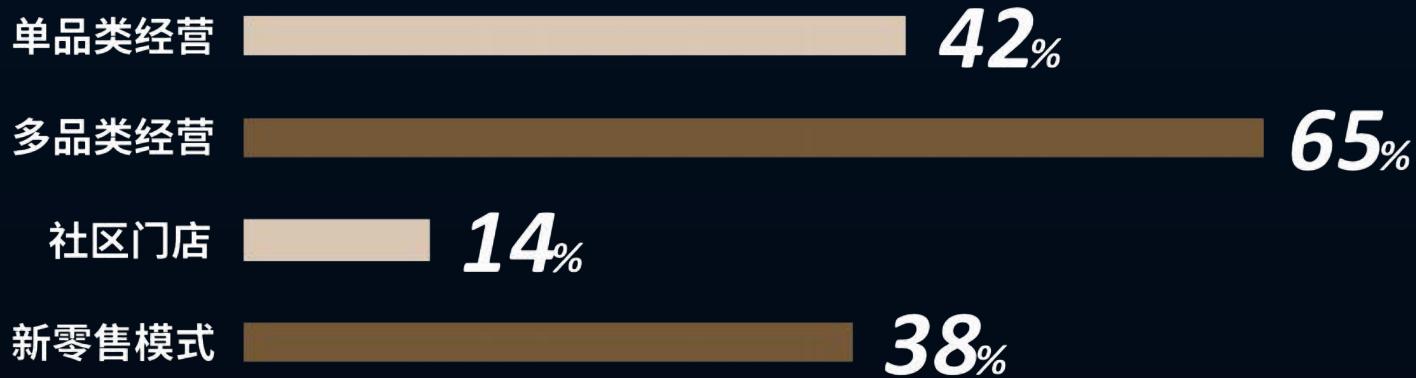
## 5、2019年卫浴加盟商对企业渠道运营帮扶方面关注点

渠道层面，投资开店成本是否在可控范围、企业对开店是否有一对一帮扶运营是加盟商最关注的2个方面。



## 5 2019卫浴行业加盟商选择品牌核心要素分析

### 6、2019年卫浴加盟商对企业经营创新力方面关注点



经营创新力层面，加盟商更青睐的是**多品类经营的模式**，其次是单品类经营，**新零售模式**也吸引了不少加盟商关注。

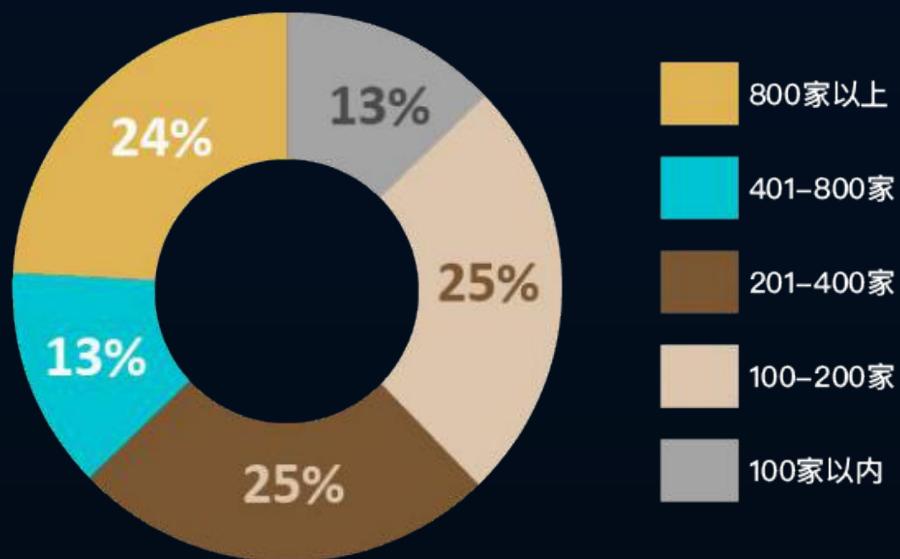
03

招商加盟大数据报告

行业招商指数报告

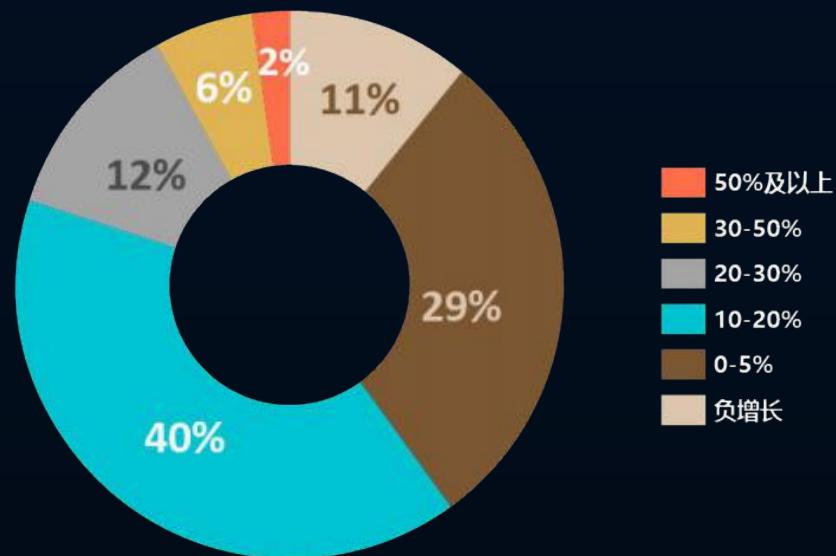
# 1 2019年卫浴企业整体招商情况

## 1、2019年卫浴企业代理商规模情况



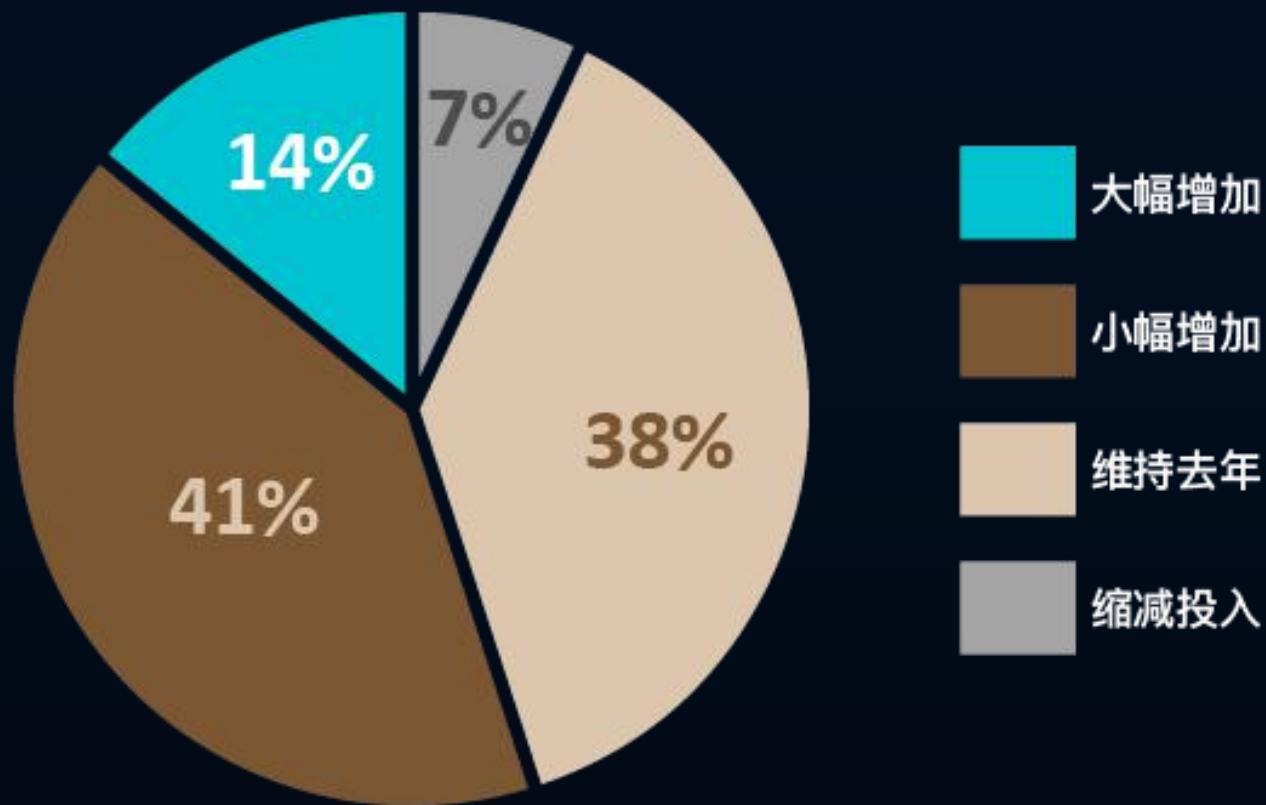
五成的卫浴企业品牌代理商规模在100-400家以内，24%卫浴企业品牌代理商规模在800以上，比起同行，卫浴行业集中度较高。

## 2、2019年卫浴企业渠道代理商数量增长比例



总体呈现平缓增长态势，渠道代理商网点增长比例在0~20%区间的品牌占比近七成，11%的品牌出现负增长。

# 1 2019年卫浴企业整体招商情况



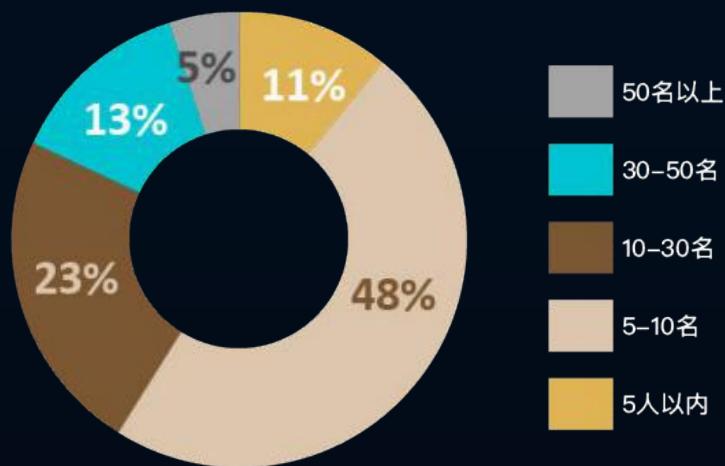
## 3、2020年卫浴企业招商费用投入预期

2020年，超5成企业将会在招商费用上增加投入。

# 1 2019年卫浴企业整体招商情况

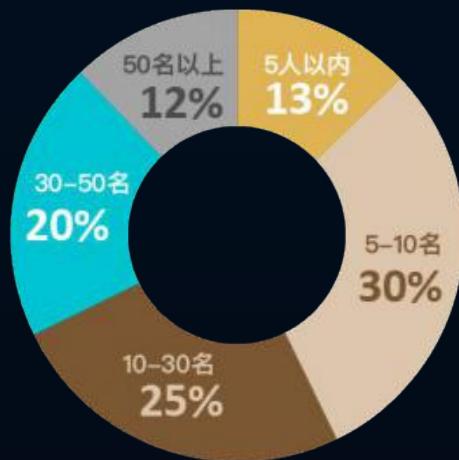
## 4、2019年卫浴企业招商团队投入情况

(1) 2019年卫浴企业专职招商团队规模



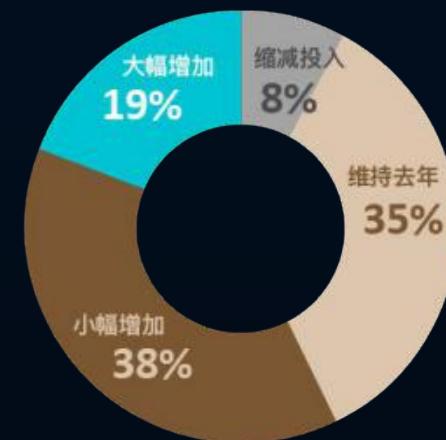
2019年，**超8成**卫浴企业专职招商团队在30名以内。

(2) 2019年卫浴企业专职渠道代理商维护运营团队规模



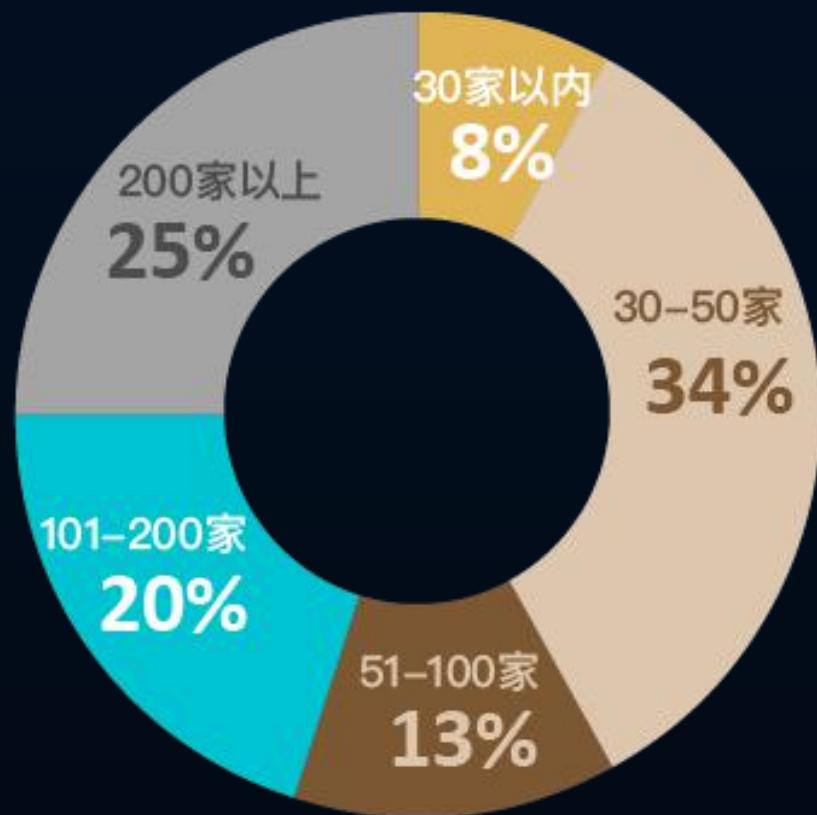
**超5成**的企业专职渠道代理商维护运营团队在10人以上。

(3) 2020年卫浴企业招商人力投入情况



2020年，**超5成**以上卫浴企业会增加招商人力投入。

# 1 2019年卫浴企业整体招商情况

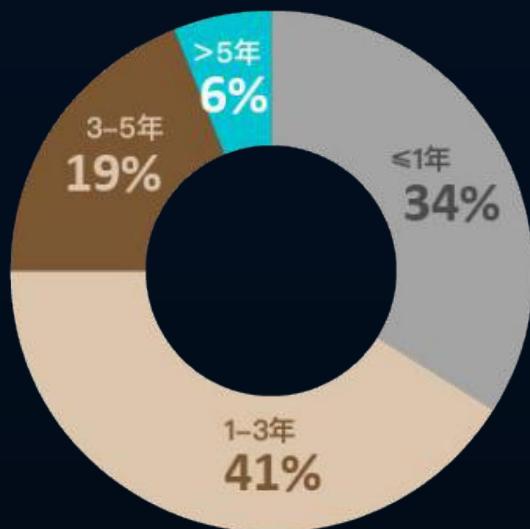


## 5、2020年卫浴企业全国渠道计划招商目标

2020年，超5成卫浴企业全国渠道招商目标在50家以上。

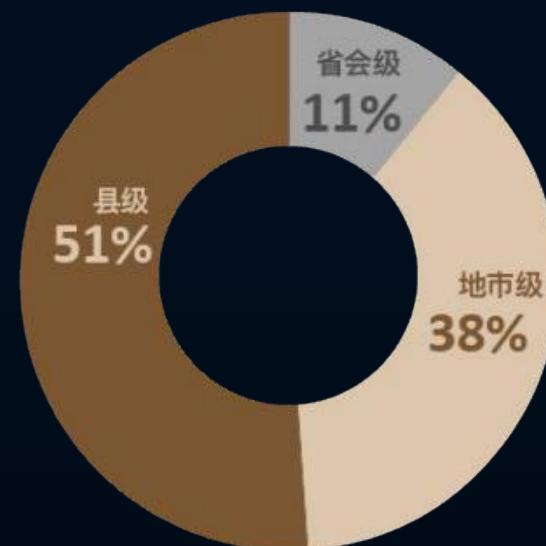
## 2 2019年卫浴品牌招商需求及结果分析

### 1、2019年卫浴企业对代理商行业经验要求分析



近7成卫浴企业对加盟商有丰富的行业经验要求，卫浴企业对加盟商的要求门槛不低。

### 2、2019年卫浴企业重点招商城市级别分析



卫浴企业重点在县级、地级市招商，重点发展二三线城市。

## 2 2019年卫浴品牌招商需求及结果分析



### 3、2019年卫浴企业重点招商区域分析

卫浴企业的重点招商区域在**华东、华中地区**，其次是西南地区和华北地区。

## 2 2019年卫浴品牌招商需求及结果分析

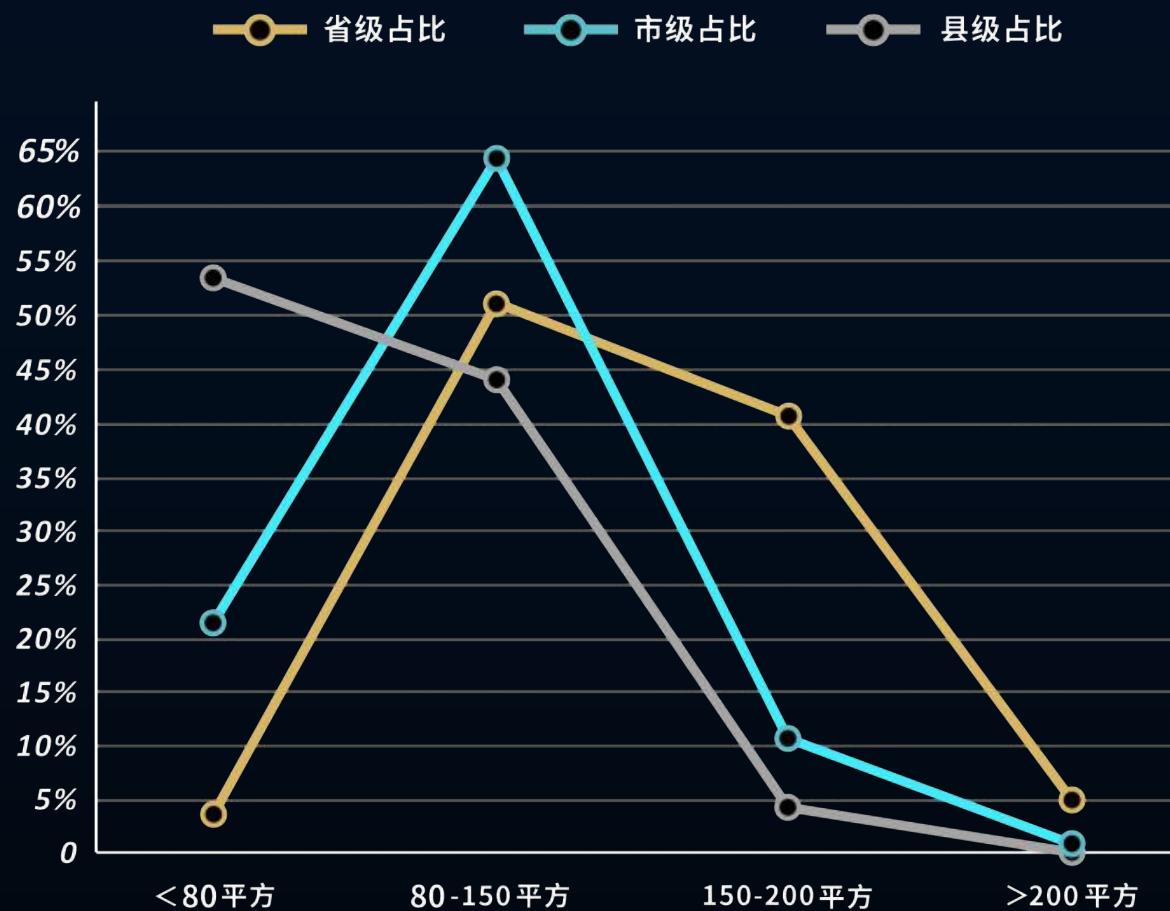
### 4、2019年卫浴企业对代理商投资能力要求分析

卫浴企业对省级加盟商超半数要求**30-50万**，**市级为20-30万**，**县级为10-20万**，根据城市等级从高到低递减。



## 2 2019年卫浴品牌招商需求及结果分析

### 5、2019年卫浴企业对代理商店面筹备情况要求分析

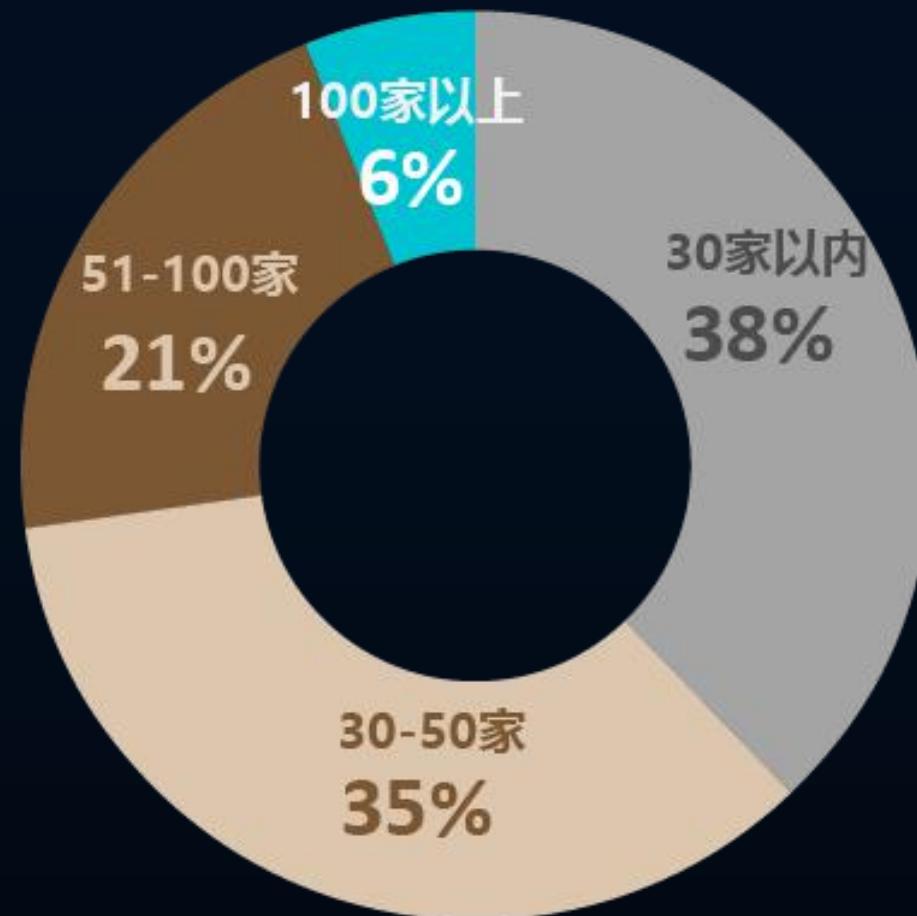


卫浴企业根据不同城市对加盟商的筹备情况要求不同，对省级加盟商店面要求 **>80平米超九成**，基本要求店面面积在 **80-150平方**。

## 2 2019年卫浴品牌招商需求及结果分析

### 6、2019年卫浴企业网络招商成功情况分析

2019年，卫浴企业成功招商30家以内的**近4成**，30-35家占**35%**，招50家以上的企业占比**27%**。



## 2 2019年卫浴品牌招商需求及结果分析

### 7、2019年卫浴企业招商成功数据区域分布



华东地区是代理商报名最多的区域，同样也是招商成功率最高的地区，达34%，其中安徽、江西这两个省份，成功的代理商最多。

# 04

招商加盟大数据报告

总结

## （一）2020年卫浴企业渠道拓展建议：

### 树立品牌，综合实力是顺利招商的前提

“品牌力就是销售力”的观念正在被愈来愈多的民族卫浴企业所接受。很多卫浴企业积极应对市场环境的变化，苦练内功，同时积极的把品牌推向市场。

### 渠道下沉，拓展三四级市场

在小城镇，生活着数亿具有一定消费能力的消费者，小城镇的家庭收入总量已经比一线和二线城市的高出约**50%**，而且在今后20年内，小城镇中年收入超过**3.5万**的家庭每年将增加760万户，比城市增长速度还快。中国本土企业应充分利用其本土优势，拓展广阔的三四级市场，不断开发市场才较关键。

### 线上招商花样多，可适当多做尝试

“互联网时代，永远都是顺势者昌，从来没有谁从一开始就注定成功。多做尝试，利用好新零售渠道，也许招商会有新突破。”





## 顺应趋势，融入环保

产品融入环保功能：随着环保、节能概念的深入，消费者对这些节水洁具会产生新的认识，卫浴产品如果想迅速占领市场，还要从环保上下工夫，不断提高产品的性能。从原材料、配件、设计等方面充分体现健康环保的概念。

## 推动技术创新，杜绝千篇一律

技术是产品内在的本质差异，是阻隔竞争对手、提升行业地位的核心推动力，是企业综合实力的体现，唯有技术创新才能给企业带来长久的竞争力。

产品同质化现象严重，企业想进一步发展、赢得更多加盟商的信赖，一定要抓创新、祛高仿，有“我就是我的自信”。另外，企业要推动技术创新，技术是产品内在的本质差异，是阻隔竞争对手、提升行业地位的核心推动力，是企业综合实力的体现，唯有技术创新才能给企业带来长久的竞争力。意向加盟商才会多看一眼。

## (二) 出品平台及优势介绍

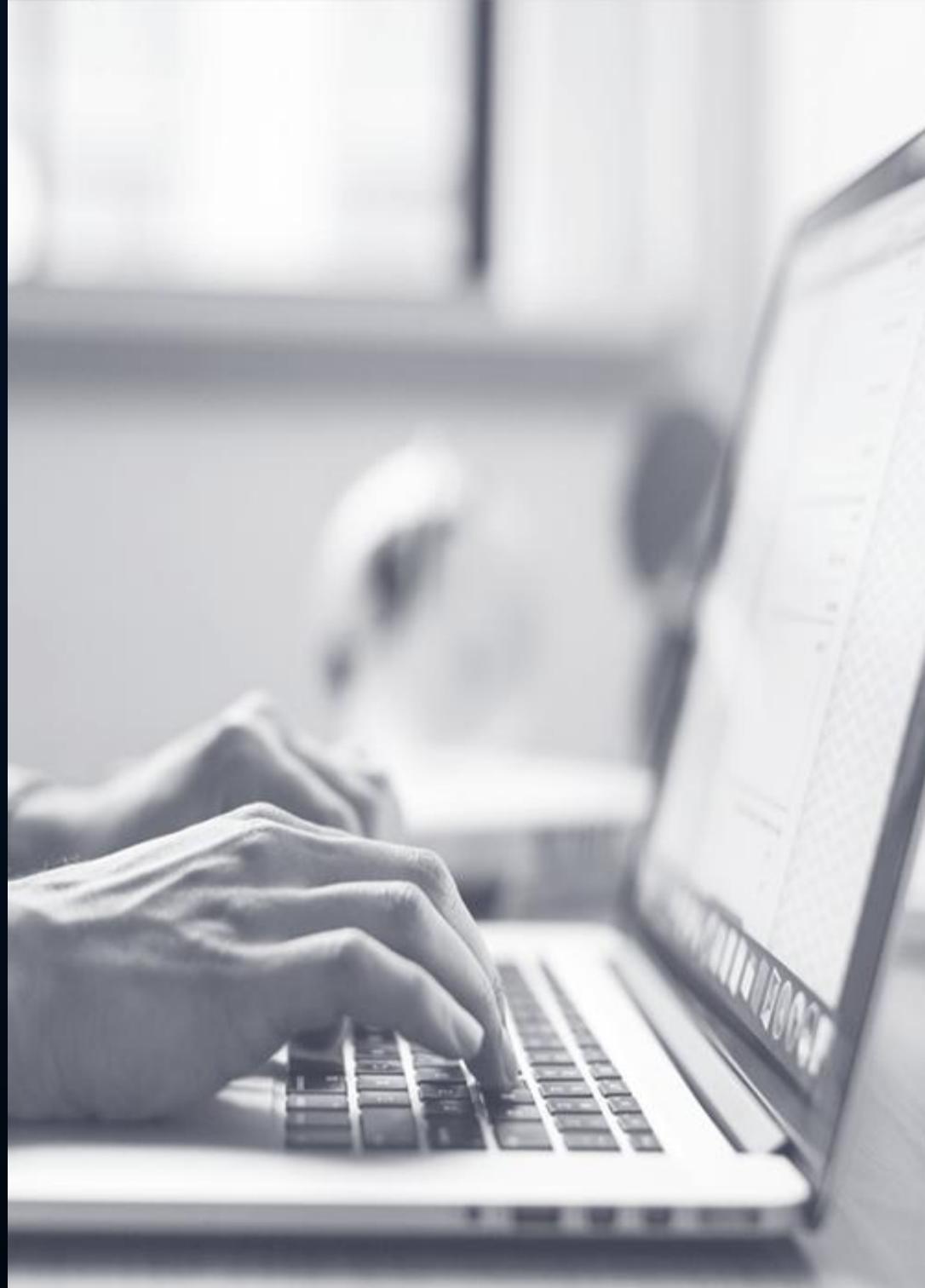
**中华卫浴网** (<https://www.chinaweiyu.com/>) 是居美科技旗下专业垂直门户平台，创建于2013年，秉承为中国卫浴客户提供满意服务，为中国卫浴厂商开拓终端市场的宗旨，以品宣推广、招商支持、广告植入、供求撮合、口碑提升、导购知识六大资源平台为依托，凭借**专业、高效、口碑、高度、优质、时效六大核心优势**，打造具有行业高度与凝聚力、消费者影响力乃至卫浴行业中具有影响力和传播力的行业门户网站。”

**居美科技**及前身自1998年成立以来，一直扎根于中国家居建材行业领域，为广大客户提供精准招商和品牌建设服务。多年来，我们与中国家居建材行业一起不断进步，累计为3200+企业提供解决方案，并助力他们在精准招商及品牌传播领域取得卓越成果！

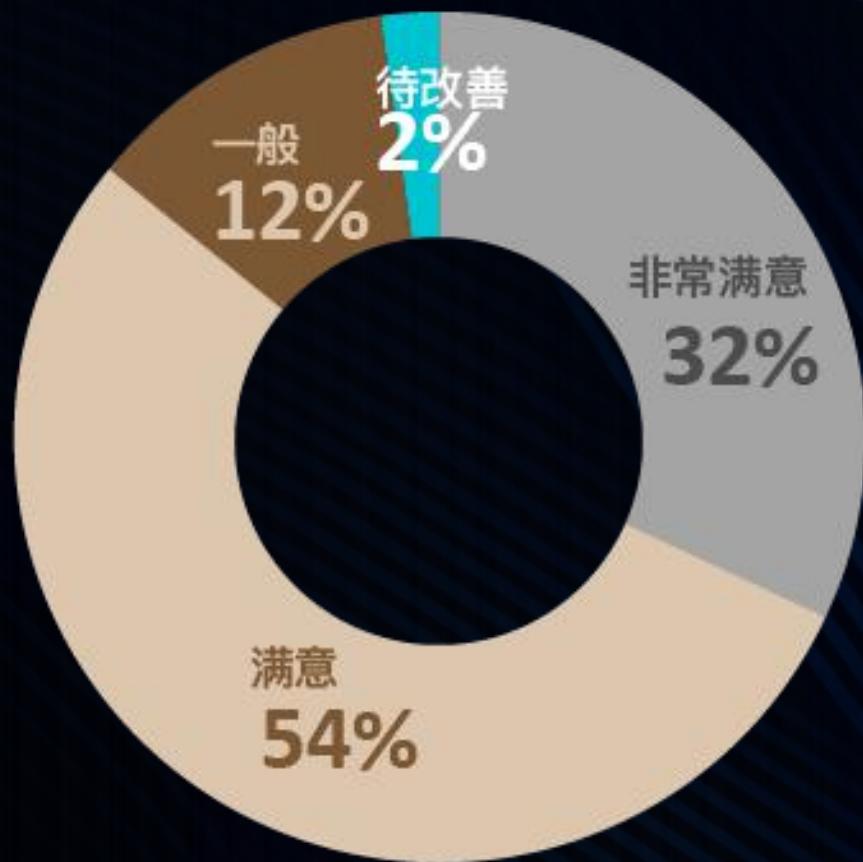
### 数说居美

- 350万+ 家居建材行业经销商数据库
- 2380个 服务城市和地区
- 30万+ 累计帮扶成功创业代理商
- 25家 TOP 家居建材行业上市公司服务经验
- 15年 招商数据服务&行业垂直平台运营经验
- 3200+ 行业品牌服务经验，致力于为家居建材企业营销破局
- 300人+5年行业经验人员超20%，10年行业经验人员超10%
- 20万+ 每年为20万家居建材行业代理商提供优质的品牌选择

(数据截止到2019年12月)



### (三) 2019年度卫浴企业对于我方平台招商产品及服务满意度调查



近九成的合作伙伴对中华卫浴网招商产品及服务表示满意，前行路远，赋能卫浴行业发展，我们从未懈怠。

# 鸣谢单位



# 免责声明

本报告所有数据截止于2019年12月15日，数据来源于全国工商联经销商数据调研、中华卫浴网数据平台、中国建博会数据统计中心以及公开数据信息综合，所提供的信息仅供参考，本报告不作研究依据、法律依据与凭证，不承担版权及法律责任。