

2015-2020年中国智能坐便 器市场运营状况分析及投资规划建议咨询报告

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

《2015-2020年中国智能坐便器市场运营状况分析及投资规划建议咨询报告》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/jiaju1502/7280291J6O.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2015-2020年中国智能坐便器市场运营状况分析及投资规划建议咨询报告》共十四章。报告介绍了智能坐便器行业相关概述、中国智能坐便器产业运行环境、分析了中国智能坐便器行业的现状、中国智能坐便器行业竞争格局、对中国智能坐便器行业做了重点企业经营状况分析及中国智能坐便器产业发展前景与投资预测。您若想对智能坐便器产业有个系统的了解或者想投资智能坐便器行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

智能坐便器起源于美国，用于医疗和老年保健，最初设置有温水洗净功能。后经韩国，日本的卫浴公司逐渐引进技术开始制造，加入了座便盖加热、温水洗净、暖风干燥、杀菌等多种功能。目前市场上的智能坐便器大体上分为三种，一种为带清洗、加热、杀菌等的智能坐便器，一种为可自动换套的智能坐便器，另外一种为自动换套加清洗功能智能座便器。

智能座便器的臀部洗净采用独特涡流旋转气泡式喷嘴，具有按摩效果和促进血液循环，完全洁净感受。避免细菌繁殖。冲

洗同时还可以根据个人喜好调节水流强度。水流强度可分五档调节让你更舒服。水温可分四档调节在（32-38）度间按需选择；使用时喷嘴自动清洗。适合人体工程学设计，座圈备有电热装置、温度可在25-40度间按需选择，即使在寒冷的天气，也会给您一份温暖舒适。 抗菌：座圈采用抗菌合成材料，实验证明抗菌粉对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌和白色念珠菌抗菌率达到98%以上！防止日常使用中频繁接触部位病菌交叉感染。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 智能坐便器行业发展概述 1

第一节 智能坐便器定义及分类 1

一、智能坐便器的定义 1

二、智能坐便器的特性 1

三、智能坐便器的功能 3

四、智能坐便器的由来 4

第二节 智能坐便器对比分析 4

一、与现有同类产品相比 4

二、与传统坐便相比 5

三、即热式便器与传统的智能坐便器的区别 6

第二章 中国智能坐便器行业发展环境分析 7

第一节 2012-2015年我国经济环境 7

一、2015年我国宏观经济运行指标分析 7

二、2015年中国经济形势前瞻及政策走势分析 25

第二节 2012-2015年政策环境分析 33

一、卫浴产品的国际认证 33

二、卫浴产品技术标准的发展 35

三、智能马桶行业标准 42

四、政策环境对卫浴行业的影响 43

第三章 中国智能坐便器行业发展现状分析 45

第一节 中国智能坐便器行业发展分析 45

一、智能坐便器行业发展历程 45

二、智能坐便器行业发展分析 46

三、智能卫浴向大众化推进 48

第二节 2012-2015年智能坐便器行业发展分析 49

一、智能坐便器行业发展状况 49

二、中国智能坐便器行业发展特点 54

三、全新智能化卫浴产品 55

四、卫浴市场智能化水平 58

五、环保节能智能化卫浴成发展方向 60

第二部分 行业市场分析

第四章 2012-2015年我国智能坐便器行业市场分析 62

第一节 2015年智能坐便器市场现状 62

一、2015年智能坐便器企业发展状况 62

二、智能坐便器市场发展分析 62

三、智能坐便器价格因素分析 63

四、智能坐便器市场消费观念分析 65

五、智能坐便器市场认知分析 65

第二节 智能坐便器行业市场发展分析 70

一、2015年中国卫生洁具市场分析 70

二、智能马桶市场需求分析 75

三、智能卫浴配件市场分析 77

四、智能座便盖市场分析 80

五、智能卫浴销量影响因素分析 83

第五章 智能坐便器品牌调查与产品评测 85

第一节 智能坐便器品牌调查 85

一、箭牌智能坐便器 85

二、TOTO智能坐便器 89

三、益高智能坐便器 92

四、惠达智能坐便器 96

第二节 智能坐便器产品测评分析 100

一、益高智能坐便器 100

二、惠达智能坐便器 103

三、箭牌智能坐便器 105

四、TOTO智能坐便器 108

第六章 中国智能坐便器行业消费市场分析 111

第一节 卫浴设备消费市场分析 111

一、卫浴消费者消费行为分析 111

二、影响卫浴价格因素分析 117

三、卫浴市场价格变动情况分析 118

第二节 智能马桶盖消费市场分析 121

一、销售员介绍评析 121

二、消费者评价分析 121

三、产品品质现况评析 122

第三节 智能马桶消费市场分析 123

一、智能马桶功能性问题分析 123

二、智能坐便器市场销售状况分析 125

三、智能坐便器普及状况分析 127

第七章 2012-2015年中国建材及家居行业分析 128

第一节 建材行业发展分析 128

- 一、我国建材行业发展状况 128
- 二、2015年建材行业运行分析 132
- 三、2015年建材行业发展趋势 137

第二节 家居行业发展分析 140

- 一、2015年家居行业发展状况 140
- 二、2015年家居企业市场终端发展策略 144
- 三、智能家居主流发展模式的原因 145
- 四、2015年建材家居新趋势 146
- 五、2015年智能家居消费趋势 150

第八章 2012-2015年中国陶瓷行业分析 153

第一节 陶瓷行业发展分析 153

- 一、2015年陶瓷行业经济运行分析 153
- 二、2015年建陶行业发展状况 153
- 三、我国建陶行业竞争态势分析 160
- 四、我国建陶产业发展新特征 162
- 五、2012-2015年建陶行业进出口分析 164

第二节 2015年陶瓷卫浴业发展趋势分析 165

- 一、2015年陶瓷卫浴行业现状分析 165
- 二、2015年中国陶瓷卫浴行业市场弊端分析 167
- 三、2015年陶瓷卫浴行业发展趋势 169
- 四、2015年建陶业发展策略分析 171

第三部分 产品竞争格局分析

第九章 2012年-2015年智能坐便器行业竞争格局分析 174

第一节 中外卫浴设备市场竞争状况 174

- 一、中国卫浴业与国际市场的差距 174
- 二、2015年国际卫浴品牌市场扩张 175
- 三、2015年我国卫浴业市场竞争分析 177

四、2015年我国卫浴业在国际市场竞争分析 182

第二节 卫浴设备行业竞争现状 185

一、2015年卫浴市场两极分化状况 185

二、2015年卫浴市场正形成三大格局 187

三、2015年我国卫浴市场价格竞争状况 190

四、2015年卫浴行业竞争走势预测 192

第十章 智能坐便器企业竞争策略分析 194

第一节 我国卫浴企业竞争策略 194

一、现代洁具企业竞争策略 194

二、陶瓷卫浴回头客争夺策略 197

三、我国卫浴企业开拓国际市场策略 198

第二节 卫浴行业品牌策略 198

一、卫浴品牌竞争发展弊端分析 198

二、我国卫浴品牌发展策略 203

三、我国卫浴行业品牌推广策略 204

四、卫浴品牌塑造优化策略分析 207

第十一章 2015年智能坐便器企业发展策略分析 211

第一节 2015年中国卫浴行业发展策略 211

一、2015年卫浴行业发展策略调整 211

二、2014陶瓷卫浴行业终端品牌营销策略 212

三、2015年卫浴企业发展策略分析 217

四、2015年中小卫浴企业生存发展策略 219

五、2015年卫浴品牌发展策略 221

第二节 卫浴行业市场营销分析 223

一、卫浴行业营销策略分析 223

二、卫浴设备市场营销策略 227

三、中小卫浴企业营销战略模式 236

第十二章 智能坐便器重点品牌分析 239

第一节 惠达 239

- 一、企业概况 239
- 二、企业文化 240
- 三、企业经营分析 243
- 四、企业知识产权战略设计 244
- 第二节 箭牌 246
 - 一、企业概况 246
 - 二、企业理念及荣誉 247
 - 三、企业产品发展分析 248
- 第三节 TOTO 249
 - 一、企业概况 249
 - 二、企业理念及技术 250
 - 三、企业品牌分析 251
 - 四、企业战略分析 254
- 第四节 科勒 267
 - 一、企业概况 267
 - 二、企业产品分析 271
- 第五节 益高 272
 - 一、企业概况 272
 - 二、企业理念及文化 273
 - 三、企业主要产品 274
 - 四、企业优势分析 274
- 第六节 和成 278
 - 一、企业概况 278
 - 二、企业发展历程 279
 - 三、企业文化及经营理念 280
- 第七节 乐家 282
 - 一、企业概况 282
 - 二、企业发展优势 283
- 第八节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司 285
 - 一、企业概况 285
 - 二、2012-2015年财务分析 286
 - 三、企业发展战略品 289

第九节 美标 290

一、企业概况 290

二、企业产品及理念 292

三、企业重要发展阶段 293

第十节 舜洁 294

一、企业概况 294

二、公司产品淘宝交易规范分析 294

三、公司产品优势分析 296

第四部分 产业发展关键趋势与投资方向推荐

第十三章 智能坐便器行业发展趋势 297

第一节 2015-2020年智能坐便器行业发展方向 297

一、市场智能化走向 297

二、健康环保型走向 299

三、2015-2020年智能坐便器发展方向 300

第二节 2015-2020年中国智能坐便器行业发展趋势及发展前景 302

一、2015年智能坐便器流行趋势 302

二、2015-2020年智能坐便器市场规模预测 304

三、2015-2020年智能坐便器发展前景 305

第十四章 智能坐便器行业投资策略建议 306

第一节 智能坐便器行业发展战略研究 306

一、技术开发战略 306

二、产业战略规划 310

三、业务组合战略 312

四、营销战略规划 314

五、区域战略规划 317

六、企业信息化战略规划 326

第二节 对我国智能坐便器品牌的战略思考 328

一、品牌的基本含义 328

二、品牌战略在企业发展中的重要性 329

三、智能坐便器品牌的特性和作用 330

| | |
|-----------------|-----|
| 四、智能坐便器品牌的价值战略 | 330 |
| 五、我国智能坐便器品牌竞争趋势 | 331 |
| 六、智能坐便器企业品牌发展战略 | 331 |
| 第三节 专家建议 | 334 |
| 一、行业的发展困惑 | 334 |
| 二、发现突破的路径 | 336 |
| 三、品牌的机遇和趋势 | 338 |

图表目录：

| | |
|----------------------------------|----|
| 图表：2007-2015年国内生产总值及其增长速度 | 8 |
| 图表：2000年以来中国每单位GDP的物流需求系数 | 8 |
| 图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度 | 9 |
| 图表：2015年居民消费价格同比涨幅 | 9 |
| 图表：2007-2015年公共财政收入及其增长速度 | 10 |
| 图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度 | 10 |
| 图表：2015年居民消费价格同比涨幅 | 11 |
| 图表：2007-2015年农村居民人均收入及其增长速度 | 14 |
| 图表：2007-2015年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 | 15 |
| 图表：2014年一季度中国三大产业产值 | 18 |
| 图表：2014年一季度中国三大产业增加值与2014年同比 | 18 |
| 图表：2014年二季度中国三大产业产值 | 19 |
| 图表：2014年二季度中国三大产业增加值与2014年同比 | 19 |
| 图表：2014年三季度中国三大产业产值 | 20 |
| 图表：2014年三季度中国三大产业增加值与2014年同比 | 20 |
| 图表：2014年四季度中国三大产业产值 | 21 |
| 图表：2014年四季度中国三大产业增加值与2014年同比 | 21 |
| 图表：2007-2015年全社会固定资产投资及其增速 | 24 |
| 图表：2015年中国国内生产总值 | 25 |
| 图表：2015年一季度中国三大产业产值 | 26 |
| 图表：2015年一季度中国三大产业增加值与2014年同比 | 26 |
| 图表：2015年二季度中国三大产业产值 | 27 |
| 图表：2015年二季度中国三大产业增加值与2015年同比 | 27 |

图表：2010-2015年世界经济增长形势 32

图表：2007-2015年中国卫生洁具行业市场规模及预测 71

图表：2007-2014年中国卫生洁具行业产品细分市场规模 72

图表：2007-2014年我国各区域卫生洁具市场规模 73

图表：坐便器关注情况 85

图表：箭牌坐便器的印象调查 85

图表：选择箭牌坐便器排水方式调查 86

图表：选择箭牌坐便器原因调查 87

图表：购买箭牌坐便器预算调查 88

图表：了解箭牌坐便器途径调查 88

图表：TOTO坐便器的印象调查 89

图表：选择TOTO坐便器原因调查 89

图表：选择TOTO坐便器排水方式调查 90

图表：购买TOTO坐便器预算调查 91

图表：了解TOTO坐便器途径调查 92

图表：益高坐便器的印象调查 92

图表：益高坐便器类型选择调查 93

图表：选择益高坐便器排水方式调查 94

图表：选择益高坐便器原因调查 94

图表：购买益高坐便器预算调查 95

图表：了解益高坐便器途径调查 96

图表：惠达坐便器的印象调查 96

图表：惠达坐便器类型选择调查 97

图表：选择惠达坐便器排水方式调查 97

图表：购买惠达坐便器预算调查 98

图表：选择惠达坐便器原因调查 98

图表：了解惠达坐便器途径调查 99

图表：益高智能坐便器比较 102

图表：2014年1-12月水泥制造制品企业数量 128

图表：2015年1-6月水泥制造制品企业数量 128

图表：2014年1-12月玻璃制造制品企业数量 128

图表：2015年1-6月玻璃制造制品企业数量 128

图表：2014年中国建材工业销售产值 129

图表：2014年我国建材行业进出口总值情况 129

图表：2014年我国建材行业工业品出厂价格指数变动情况 129

图表：2014年中国建材工业销售产值 133

图表：2014年我国建材行业进出口总值情况 133

图表：2014年我国建材行业工业品出厂价格指数变动情况 133

图表：2014年1-12月水泥产量全国合计 134

图表：2015年1-6月水泥产量全国合计 134

图表：2014年1-12月平板玻璃产量全国合计 134

图表：2015年1-6月平板玻璃产量全国合计 134

图表：2014年1-12月瓷质砖产量全国合计 134

图表：2015年1-6月瓷质砖产量全国合计 135

图表：2014年1-12月天然花岗石建筑板材产量全国合计 135

图表：2015年1-6月天然花岗石建筑板材产量全国合计 135

图表：2014年1-12月天然大理石建筑板材产量全国合计 135

图表：2015年1-6月天然大理石建筑板材产量全国合计 135

图表：2014年1-12月石膏板产量全国合计 135

图表：2015年1-6月石膏板产量全国合计 135

图表：2014年1-12月木质家具产量全国合计 143

图表：2015年1-6月木质家具产量全国合计 143

图表：2014年1-12月金属家具产量全国合计 143

图表：2015年1-6月金属家具产量全国合计 143

图表：2014年1-12月软体家具产量全国合计 143

图表：2015年1-6月软体家具产量全国合计 143

图表：2014年1-12月卫生陶瓷制品产量全国合计 153

图表：2015年1-6月卫生陶瓷制品产量全国合计 153

图表：2014年1-12月陶质砖产量全国合计 160

图表：2015年1-6月陶质砖产量全国合计 160

图表：2014年1-12月陶瓷制造业企业数量 160

图表：2015年1-6月陶瓷制造业企业数量 160

图表：我国建筑陶瓷行业发展特点 161

图表：2014年1-12月陶瓷制品制造产量合出口计 164

图表：2015年1-6月陶瓷制品制造产量出口合计 164

图表：我国卫生洁具市场不同品牌竞争趋势汇总一览 188

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司偿债能力分析 286

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司资本结构分析 286

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司经营效率分析 286

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司获利能力分析 287

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司发展能力分析 287

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司现金流量分析 287

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司投资收益分析 288

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司按行业构成经营分析 288

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司按产品构成经营分析 288

图表：2013-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司按地区构成经营分析 289

图表：区域发展战略咨询流程图 323

图表：区域SWOT战略分析图 325

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/jiaju1502/7280291J6O.html>