

2017-2022年中国智能坐便器行业市场现状分析及 发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国智能坐便器行业市场现状分析及发展前景预测报告》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.huaon.com/detail/312036.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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。

智能坐便器功能简介

- 1.臀部洗净：臀部清洗专用喷嘴喷出温水，充分清洗臀部;
- 2.女性洗净：专为女性日常卫生而设计，由女性专用喷嘴喷出温水，精心清洗，防止细菌感染;
- 3.洗净位置调节：使用者无需挪动身体，可根据体型向前向后调节洗净位置;
- 4.移动清洗：洗净时喷嘴前后往返移动，扩大清洗范围，增强清洗效果;
- 5.按摩：洗净水压有节律变化，起到按摩作用，促进血液循环;
- 6.温暖便座：电脑控制使便座保持一定的温度，即使在寒冬，也会感到温暖舒适;
- 7.温度调节：可根据使用者个人喜好，调节水温、座温和风温;
- 8.暖风烘干：吹出舒适的暖风，使洗净后的臀部干燥爽快;采用PWM方式控制温度提供4档暖风温度
- 9.自动除臭：采用冷触媒对异味进行处理，清除异味，净化空气;
- 10.便座缓冲：使用物理阻尼方法，使便盖和座圈缓缓落下，避免冲击;
- 11.自动感应：在没感应到人体入座前，锁定洗净和烘干等功能，避免误触发;
- 12.自动冲洗：使用者离开后，便座器自动放水冲洗;
- 13.喷头自洁：喷头伸出或缩回时，自动喷出小股水流对喷头进行自我清洁;
- 14.节电功能：根据使用时段，电脑控制温水和便座加热，达到节电目的;
- 15.无线遥控：使用遥控器轻松操作各使用功能;
- 16.安全防护：对机器电源和加热部件采取多种安全保护措施，彻底消除安全隐患。采用三插接地漏保电源线，能有效防止漏电造成伤害。

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。

报告目录：

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2014-2016年我国经济环境7

一、2016年我国宏观经济运行指标分析7

二、2016年中国经济形势前景及政策走势分析25

第二节2014-2016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2014-2016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2014-2016年我国智能坐便器行业市场分析62

第一节2016年智能坐便器市场现状62

一、2016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、2016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2014-2016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

2011-2015年我国建材行业经营数据分析

二、2016年建材行业运行分析132

三、2016年建材行业发展趋势137

第二节家居行业发展分析140

一、2016年家居行业发展状况140

二、2016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、2016年建材家居新趋势146

五、2016年智能家居消费趋势150

第八章2014-2016年中国陶瓷行业分析153

第一节陶瓷行业发展分析153

一、2016年陶瓷行业经济运行分析153

二、2016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、2014-2016年建陶行业进出口分析164

第二节2016年陶瓷卫浴业发展趋势分析165

一、2016年陶瓷卫浴行业现状分析165

二、2016年中国陶瓷卫浴行业市场弊端分析167

三、2016年陶瓷卫浴行业发展趋势169

四、2016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2011年-2016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、2016年国际卫浴品牌市场扩张175
- 三、2016年我国卫浴业市场竞争分析177
- 四、2016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、2016年卫浴市场两极分化状况185
 - 二、2016年卫浴市场正形成三大格局187
 - 三、2016年我国卫浴市场价格竞争状况190
 - 四、2017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2016年智能坐便器企业发展策略分析211

- 第一节2016年中国卫浴行业发展策略211
 - 一、2016年卫浴行业发展策略调整211
 - 二、2015陶瓷卫浴行业终端品牌营销策略212
 - 三、2016年卫浴企业发展策略分析217
 - 四、2016年中小卫浴企业生存发展策略219
 - 五、2016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toto249

- 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、2014-2016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2017-2022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、2017-2022年智能坐便器发展方向300

第二节2017-2022年中国智能坐便器行业发展趋势及发展前景302

- 一、2016年智能坐便器流行趋势302
- 二、2017-2022年智能坐便器市场规模预测304
- 三、2017-2022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：2012-2016年国内生产总值及其增长速度8

图表：2013年以来中国每单位gdp的物流需求系数8

图表：2016年居民消费价格月度涨跌幅度9

图表：2016年居民消费价格同比涨幅9

图表：2012-2016年公共财政收入及其增长速度10

图表：2016年居民消费价格月度涨跌幅度10

图表：2016年居民消费价格同比涨幅11

图表：2012-2016年农村居民人均收入及其增长速度14

图表：2012-2016年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度15

图表：2016年3季度中国三大产业产值18

图表：2016年3季度中国三大产业增加值与2015年同比18

图表：2016年3季度中国三大产业产值19

图表：2016年3季度中国三大产业增加值与2015年同比19

图表：2016年3季度中国三大产业产值20

图表：2016年3季度中国三大产业增加值与2015年同比20

图表：2016年3季度中国三大产业产值21

图表：2016年3季度中国三大产业增加值与2015年同比21

图表：2012-2016年全社会固定资产投资及其增速24

图表：2016年中国上半年国内生产总值25

图表：2016年3季度中国三大产业产值26

图表：2016年3季度中国三大产业增加值与2015年同比26

图表：2016年3季度中国三大产业产值27

图表：2016年3季度中国三大产业增加值与2015年同比27

图表：2013-2016年世界经济增长形势32

图表：2017-2022年中国卫生洁具行业市场规模及预测71

图表：2013-2016年中国卫生洁具行业产品细分市场规模72

图表：2013-2016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：2015年1-12月水泥制造制品企业数量128
- 图表：2016年1-11月水泥制造制品企业数量128
- 图表：2015年1-12月玻璃制造制品企业数量128
- 图表：2016年1-11月玻璃制造制品企业数量128
- 图表：2016年中国建材工业销售产值129
- 图表：2016年我国建材行业进出口总值情况129
- 图表：2016年我国建材行业工业品出厂价格指数变动情况129
- 图表：2016年3季度中国建材工业销售产值133
- 图表：2016年3季度我国建材行业进出口总值情况133
- 图表：2016年3季度我国建材行业工业品出厂价格指数变动情况133
- 图表：2015年1-12月水泥产量全国合计134

- 图表：2016年1-11月水泥产量全国合计134
- 图表：2015年1-12月平板玻璃产量全国合计134
- 图表：2016年1-11月平板玻璃产量全国合计134
- 图表：2015年1-12月瓷质砖产量全国合计134
- 图表：2016年1-11月瓷质砖产量全国合计135
- 图表：2015年1-12月天然花岗石建筑板材产量全国合计135
- 图表：2016年1-11月天然花岗石建筑板材产量全国合计135
- 图表：2015年1-12月天然大理石建筑板材产量全国合计135
- 图表：2016年1-11月天然大理石建筑板材产量全国合计135
- 图表：2015年1-12月石膏板产量全国合计135
- 图表：2016年1-11月石膏板产量全国合计135
- 图表：2015年1-12月木质家具产量全国合计143
- 图表：2016年1-11月木质家具产量全国合计143
- 图表：2015年1-12月金属家具产量全国合计143
- 图表：2016年1-11月金属家具产量全国合计143
- 图表：2015年1-12月软体家具产量全国合计143
- 图表：2016年1-11月软体家具产量全国合计143
- 图表：2015年1-12月卫生陶瓷制品产量全国合计153
- 图表：2016年1-11月卫生陶瓷制品产量全国合计153
- 图表：2015年1-12月陶质砖产量全国合计160
- 图表：2016年1-11月陶质砖产量全国合计160
- 图表：2015年1-12月陶瓷制造业企业数量160
- 图表：2016年1-11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：2015年1-12月陶瓷制品制造产量出口合计164
- 图表：2016年1-11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：2013-2016年广州海鸥卫浴用品股份有限公司偿债能力分析286
- 图表：2013-2016年广州海鸥卫浴用品股份有限公司资本结构分析286
- 图表：2013-2016年广州海鸥卫浴用品股份有限公司经营效率分析286
- 图表：2013-2016年广州海鸥卫浴用品股份有限公司获利能力分析287
- 图表：2013-2016年广州海鸥卫浴用品股份有限公司发展能力分析287
- 图表：2013-2016年广州海鸥卫浴用品股份有限公司现金流量分析287
- 图表：2013-2016年广州海鸥卫浴用品股份有限公司投资收益分析288
- 图表：2013-2016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：2013-2016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：2013-2016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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/312036.html>