

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>