

2013-2017年智能坐便器市场调查及未来前景预测 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年智能坐便器市场调查及未来前景预测研究报告》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/126963.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

智能马桶可以说是目前卫浴行业比较热的话题。水洗替代了卫生纸，引发了一场卫浴革命，科技、方便、卫生，这是今后卫浴发展的趋势。而对广大的消费者来说一般的新产品都有一个从认知到接受再到追捧的过程。2011年卫浴行业的电子商务风非常猛烈。研究员在卫浴产区调查时发现，目前行业上约有90%的卫浴企业已不同程度地试水电子商务，而剩下5%左右的企业都在为实施电子商务而准备着。2011年我国建筑卫生陶瓷工业总产值3861亿美元。但市场占有率超过10%的巨型陶瓷卫浴企业身在何处，仍是一个极大的悬念。那些注重品牌建设，注重产品原创与特色化的企业，注重提升生产技术、工艺装备、管理技术的企业，注重结构调整、降低成本的陶瓷卫浴企业，或许会成为行业的领军者，更会成为出口转型的领头羊。智能座便器外型时尚、环保健康，受到消费者的热情追捧。2011年由于行业竞争加剧，智能座便器价格比前几年下降了许多。在市场上，智能座便器属于新产品，相对于传统的陶瓷洁具来说，智能座便器是属于一项与民众息息相关的环保技术领域的发明，是一项彻底打破传统“冲水式坐便器”及“简易式便槽”不卫生、不环保的旧模式环保型技术。特别是在国内市场的认可度和占有率都还有非常大的提升空间。目前，我国智能座便器产业最为集中的主要是浙江地区，已具有一定的产业集群优势。

智能座便器属于更新换代的革命性产品，迎合了未来人性化的卫浴发展趋势，“智能座便器”是以“微电脑数字处理系统、纳米材料、激光或热合”等成熟的高科技含量为技术手段，达到和实现传统的“冲水式坐便器、简易式便槽”根本无法解决的污染与环保相矛盾的问题。从而不仅从技术上和方式上乃至材料上都是新突破与改革。2013-2017年期间，随着卫浴节能减排国家标准深化执行，我国智能座便器产品将受到越来越多消费者认可，尤其是80后一代，他们追求品质生活，进一步刺激智能座便器市场需求。研究预测，2013-2017年智能座便器市场规模将达到1500亿元，而由于生产成本上升，出口受阻，将进一步压缩座便器生产厂家利润空间，其售价会保持平稳态势。因此，智能座便器企业在2013-2017年期间，应积极提高企业行业信誉，逐步提高企业经营效率，开拓营销渠道新模式，创新驱动服务模式发展。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年智能坐便器市场调查及未来前景预测研究报告》共十四章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国家电协会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国产业研究报告网、中国轻工业联合会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及智能座便器专业研究单位等公布和提供的大量资料。

本智能座便器行业报告，对我国智能座便器的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对智能座便器市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据智能座便器行业的发展轨迹对智能座便器未来的发展趋势作了审慎的判断，为智能座便器产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明智能座便器行业的

投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

报告目录

第一章 智能坐便器行业发展概述

第一节 智能坐便器定义及分类

一、智能坐便器的定义

二、智能坐便器的特性

三、智能坐便器的功能

四、智能坐便器的由来

第二节 智能坐便器对比分析

一、与现有同类产品相比

二、与传统坐便相比

三、即热式便器与传统的智能坐便器的区别

第二章 中国智能坐便器行业发展环境分析

第一节 2011-2012年我国经济环境

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年政策环境分析

一、卫浴产品的国际认证

二、卫浴产品技术标准的发展

三、智能马桶行业标准

四、政策环境对卫浴行业的影响

第三章 中国智能坐便器行业发展现状分析

第一节 中国智能坐便器行业发展分析

一、智能坐便器行业发展历程

二、智能坐便器行业发展分析

三、智能卫浴向大众化推进

第二节 2011-2012年智能坐便器行业发展分析

一、2011年智能坐便器行业发展状况

二、2011年中国智能坐便器行业发展特点

三、2011年全新智能化卫浴产品

四、2011年卫浴市场智能化水平

五、2012年环保节能智能化卫浴成发展方向

第四章 2011-2012年我国智能坐便器行业市场分析

第一节 2011年智能坐便器市场现状

- 一、2011年智能坐便器企业发展状况
- 二、智能坐便器市场发展分析
- 三、智能坐便器价格因素分析
- 四、智能坐便器市场消费观念分析
- 五、智能坐便器市场认知分析

第二节 智能坐便器行业市场发展分析

- 一、2011年中国卫生洁具市场分析
- 二、智能马桶市场需求分析
- 三、智能卫浴配件市场分析
- 四、智能座便盖市场分析
- 五、智能卫浴销量影响因素分析

第五章 智能坐便器品牌调查与产品评测

第一节 智能坐便器品牌调查

- 一、箭牌智能坐便器
- 二、TOTO智能坐便器
- 三、益高智能坐便器
- 四、惠达智能坐便器

第二节 智能坐便器产品测评分析

- 一、益高智能坐便器
- 二、惠达智能坐便器
- 三、箭牌智能坐便器
- 四、TOTO智能坐便器

第六章 中国智能坐便器行业消费市场分析

第一节 卫浴设备消费市场分析

- 一、卫浴消费者消费行为分析
- 二、影响卫浴价格因素分析
- 三、卫浴市场价格变动情况分析

第二节 智能马桶盖消费市场分析

- 一、销售员介绍评析
- 二、消费者评价分析
- 三、产品品质现况评析

第三节 智能马桶消费市场分析

- 一、智能马桶功能性问题分析
- 二、智能坐便器市场销售状况分析

三、智能坐便器普及状况分析

第七章 2011-2012年中国建材及家居行业分析

第一节 建材行业发展分析

一、我国建材行业发展状况

二、2012年建材行业运行分析

三、2012年建材行业发展趋势

第二节 家居行业发展分析

一、2011年家居行业发展状况

二、2011年家居企业市场终端发展策略

三、智能家居主流发展模式的原因

四、2012年建材家居新趋势

五、2012年智能家居消费趋势

第八章 2011-2012年中国陶瓷行业分析

第一节 陶瓷行业发展分析

一、2011年陶瓷行业经济运行分析

二、2011年建陶行业发展状况

三、我国建陶行业竞争态势分析

四、我国建陶产业发展新特征

五、2011-2012年建陶行业进出口分析

第二节 2012年陶瓷卫浴业发展趋势分析

一、2012年陶瓷卫浴行业现状分析

二、2012年中国陶瓷卫浴行业市场弊端分析

三、2012年陶瓷卫浴行业发展趋势

四、2012年建陶业发展策略分析

第九章 2011年-2012年智能坐便器行业竞争格局分析

第一节 中外卫浴设备市场竞争状况

一、中国卫浴业与国际市场的差距

二、2011年国际卫浴品牌市场扩张

三、2011年我国卫浴业市场竞争分析

四、2011年我国卫浴业在国际市场竞争分析

第二节 卫浴设备行业竞争现状

一、2011年卫浴市场两极分化状况

二、2012年卫浴市场正形成三大格局

三、2012年我国卫浴市场价格竞争状况

四、2012年卫浴行业竞争走势预测

第十章 智能坐便器企业竞争策略分析

第一节 我国卫浴企业竞争策略

- 一、现代洁具企业竞争策略
- 二、陶瓷卫浴回头客争夺策略
- 三、我国卫浴企业开拓国际市场策略

第二节 卫浴行业品牌策略

- 一、卫浴品牌竞争发展弊端分析
- 二、我国卫浴品牌发展策略
- 三、我国卫浴行业品牌推广策略
- 四、卫浴品牌塑造优化策略分析

第十一章 2012年智能坐便器企业发展策略分析

第一节 2012年中国卫浴行业发展策略

- 一、2012年卫浴行业发展策略调整
- 二、2012陶瓷卫浴行业终端品牌营销策略
- 三、2012年卫浴企业发展策略分析
- 四、2012年中小卫浴企业生存发展策略
- 五、2012年卫浴品牌发展策略

第二节 卫浴行业市场营销分析

- 一、卫浴行业营销策略分析
- 二、卫浴设备市场营销策略
- 三、中小卫浴企业营销战略模式

第十二章 智能坐便器重点品牌分析

第一节 惠达

- 一、企业概况
- 二、企业文化
- 三、企业经营分析
- 四、企业知识产权战略设计

第二节 箭牌

- 一、企业概况
- 二、企业理念及荣誉
- 三、企业产品发展分析

第三节 TOTO

- 一、企业概况
- 二、企业理念及技术
- 三、企业品牌分析

四、企业战略分析

第四节 科勒

一、企业概况

二、企业产品分析

第五节 益高

一、企业概况

二、企业理念及文化

三、企业主要产品

四、企业优势分析

第六节 和成

一、企业概况

二、企业发展历程

三、企业文化及经营理念

第七节 乐家

一、企业概况

二、企业发展优势

第八节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司

一、企业概况

二、2011-2012年财务分析

三、企业发展战略品

第九节 美标

一、企业概况

二、企业产品及理念

三、企业重要发展阶段

第十节 舜洁

一、企业概况

二、公司产品淘宝交易规范分析

三、公司产品优势分析

第十三章 智能坐便器行业发展趋势

第一节 2013-2017年智能坐便器行业发展方向

一、市场智能化走向

二、健康环保型走向

三、2013-2017年智能坐便器发展方向

第二节 2013-2017年中国智能坐便器行业发展趋势及发展前景

一、2012年智能坐便器流行趋势

二、2013-2017年智能坐便器市场规模预测

三、2013-2017年智能坐便器发展前景

第十四章 智能坐便器行业投资策略建议

第一节 智能坐便器行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

第二节 对我国智能坐便器品牌的战略思考

一、品牌的基本含义

二、品牌战略在企业发展中的重要性

三、智能坐便器品牌的特性和作用

四、智能坐便器品牌的价值战略

五、我国智能坐便器品牌竞争趋势

六、智能坐便器企业品牌发展战略

第三节 建议

一、行业的发展困惑

二、发现突破的路径

三、品牌的机遇和趋势

图表目录

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度

图表：2000年以来中国每单位GDP的物流需求系数

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格同比涨幅

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格同比涨幅

图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

图表：2011年二季度中国三大产业产值

图表：2006-2013年中国卫生洁具行业市场规模及预测

图表：2006-2010年中国卫生洁具行业产品细分市场规模

图表：2006-2010年我国各区域卫生洁具市场规模

图表：坐便器关注情况

图表：箭牌坐便器的印象调查

图表：选择箭牌坐便器排水方式调查

图表：选择箭牌坐便器原因调查

图表：购买箭牌坐便器预算调查

图表：了解箭牌坐便器途径调查

图表：TOTO坐便器的印象调查

图表：选择TOTO坐便器原因调查

图表：选择TOTO坐便器排水方式调查

图表：购买TOTO坐便器预算调查

图表：了解TOTO坐便器途径调查

图表：益高坐便器的印象调查

图表：益高坐便器类型选择调查

图表：选择益高坐便器排水方式调查

图表：选择益高坐便器原因调查

图表：购买益高坐便器预算调查

图表：了解益高坐便器途径调查

图表：惠达坐便器的印象调查

图表：惠达坐便器类型选择调查

图表：选择惠达坐便器排水方式调查

图表：购买惠达坐便器预算调查

图表：选择惠达坐便器原因调查

图表：了解惠达坐便器途径调查

图表：益高智能坐便器比较

图表：2011年1-12月水泥制造制品企业数量

图表：2012年1-7月水泥制造制品企业数量

图表：2012年1-12月玻璃制造制品企业数量

图表：2012年1-7月玻璃制造制品企业数量

图表：2011年中国建材工业销售产值

图表：2011年我国建材行业进出口总值情况

图表：2011年我国建材行业工业品出厂价格指数变动情况

图表：2012年上半年中国建材工业销售产值

图表：2012年上半年我国建材行业进出口总值情况

图表：2012年上半年我国建材行业工业品出厂价格指数变动情况

图表：2011年1-12月水泥产量全国合计

图表：2012年1-7月水泥产量全国合计

图表：2011年1-12月平板玻璃产量全国合计

图表：2012年1-7月平板玻璃产量全国合计

图表：2011年1-12月瓷质砖产量全国合计

图表：2012年1-7月瓷质砖产量全国合计

图表：2011年1-12月天然花岗石建筑板材产量全国合计

图表：2012年1-7月天然花岗石建筑板材产量全国合计

图表：2011年1-12月天然大理石建筑板材产量全国合计

图表：2012年1-7月天然大理石建筑板材产量全国合计

图表：2011年1-12月石膏板产量全国合计

图表：2012年1-7月石膏板产量全国合计

图表：2011年1-12月木质家具产量全国合计

图表：2012年1-7月木质家具产量全国合计

图表：2011年1-12月金属家具产量全国合计

图表：2012年1-7月金属家具产量全国合计

图表：2011年1-12月软体家具产量全国合计

图表：2012年1-7月软体家具产量全国合计

图表：2011年1-12月卫生陶瓷制品产量全国合计

图表：2012年1-7月卫生陶瓷制品产量全国合计

图表：2011年1-12月陶质砖产量全国合计

图表：2012年1-7月陶质砖产量全国合计

图表：2011年1-12月陶瓷制造业企业数量

图表：2012年1-7月陶瓷制造业企业数量

图表：我国建筑陶瓷行业发展特点

图表：2011年1-12月陶瓷制品制造产量合出口计

图表：2012年1-7月陶瓷制品制造产量出口合计

图表：我国卫生洁具市场不同品牌竞争趋势汇总一览

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司偿债能力分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司资本结构分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司经营效率分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司获利能力分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司发展能力分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司现金流量分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司投资收益分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司按行业构成经营分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司按产品构成经营分析

图表：2011-2012年广州海鸥卫浴用品股份有限公司按地区构成经营分析

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

略.....

通过《2013-2017年智能坐便器市场调查及未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/126963.html>