



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2014年中国智能坐便器市场运行走势及投资战略咨询报告

## 一、调研说明

《2010-2014年中国智能坐便器市场运行走势及投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/145078.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一部分 智能坐便器产业基础分析

#### 第一章 智能坐便器行业发展概述

##### 第一节 智能坐便器概念

###### 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、与传统座便相比

###### 三、即热式便器与传统的智能坐便器的区别

##### 第三节 马桶市场分析

###### 一、节水马桶分类

###### 二、节水马桶市场发展状况

###### 三、马桶市场发展状况分析

### 第二章 2009-2010年中国智能坐便器行业投资环境分析

#### 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP分析

##### 二、中国CPI指数分析

##### 三、工业发展形势分析

#### 第二节 轻工业振兴规划

##### 一、轻工业现状及面临的形势

##### 二、指导思想、基本原则和目标

##### 三、产业调整和振兴的主要任务

##### 四、政策措施

##### 五、规划实施

### 第三章 2009-2010年中国智能坐便器行业发展现状分析

#### 第一节 2009-2010年中国智能卫浴行业发展分析

## 一、智能化家居行业分析

## 二、卫浴行业智能化突围分析

## 三、卫浴洁具智能化走向分析

### 第二节 2009-2010年中国智能坐便器行业现状分析

#### 一、智能坐便器行业发展分析

#### 二、智能化坐便器企业发展动向分析

#### 三、全自动智能马桶发展动向

### 第三节 2009-2010年中国智能卫浴行业发展分析

#### 一、智能坐便器行业发展特点分析

#### 二、智能坐便器行业标准分析

## 第四章 2009-2010年中国智能坐便器市场运行动态分析

### 第一节 2009-2010年中国智能坐便器市场现状分析

#### 一、智能坐便器市场发展现状

#### 二、智能坐便器价格因素分析

#### 三、智能坐便器市场消费观念分析

### 第二节 2009-2010年中国智能坐便器市场分析

#### 一、智能马桶市场流行分析

#### 二、智能卫浴市场分析

#### 三、智能坐便盖市场分析

## 第五章 2009-2010年中国部分智能坐便器品牌市场调查

### 第一节 惠达智能坐便器

#### 一、性能评价

#### 二、品牌口碑

### 第二节 箭牌智能坐便器

#### 一、性能评价

#### 二、品牌口碑

### 第三节 法恩莎智能坐便器

#### 一、性能评价

#### 二、品牌口碑

### 第四节 安华智能坐便器

一、性能评价

二、品牌口碑

## 第六章 2009-2010年中国智能坐便器产品测评分析

### 第一节 2009-2010年益高智能坐便器产品测评分析

一、益高智能坐便器发展背景

二、益高智能坐便器性能评测

三、测评总结

### 第二节 2009-2010年中国箭牌智能坐便器产品测评分析

一、箭牌智能坐便器品牌背景

二、箭牌智能坐便器性能评测

三、测评总结

### 第三节 2009-2010年中国安华智能坐便器产品测评分析

一、安华智能坐便器性能评测

二、测评总结

### 第四节 2009-2010年中国欧凤智能坐便器产品测评分析

一、欧凤智能坐便器性能评测

二、测评总结

## 第七章 2009-2010年中国智能坐便器行业消费市场分析

### 第一节 2009-2010年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

### 第二节 2009-2010年中国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、产品质量评析

### 第三节 2009-2010年中国智能马桶消费市场分析

一、智能洁具消费日趋理性

二、智能马桶功能性问题分析

三、智能坐便器普及状况分析

## 第八章 2005-2009-2010年中国轻质建筑材料制造行业规模以上企业经济运行数据监测

### 第一节 2005-2009-2010年（按季度更新）中国轻质建筑材料制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、行业从业人数调查分析

### 第二节 2005-2009-2010年（按季度更新）中国轻质建筑材料制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来5年轻质建筑材料制造盈利能力预测

### 第三节 2005-2009-2010年（按季度更新）中国轻质建筑材料制造行业产销率调查

- 一、工业总产值
- 二、工业销售产值
- 三、产销率调查
- 四、未来5年轻质建筑材料制造产品产销衔接预测

### 第四节 2005-2009-2010年（按季度更新）轻质建筑材料制造出口交货值数据

- 一、出口交货值增长
- 二、出口交货值占工业产值的比重

## 第二部分 智能坐便器竞争分析

## 第九章 2009-2010年中国智能坐便器行业市场竞争格局分析

### 第一节 2009-2010年中国卫浴设备行业竞争现状分析

- 一、国内卫浴市场竞争新格局
- 二、中国卫浴市场竞争状况
- 三、卫浴市场两极分化状况
- 四、2009-2010年卫浴行业竞争走势分析
- 五、2009-2010年中国卫浴业竞争战略分析

### 第二节 2009-2010年中外卫浴设备市场竞争状况分析

- 一、外资在中国洁具中端市场竞争状况

二、金融危机下国际卫浴品牌在二三级市场扩张

三、2009-2010年中国卫浴业在国际市场竞争分析

第三节 2009-2010年中国智能坐便器市场竞争状况分析

一、新明珠在高端智能坐便器市场竞争分析

二、维卫智能坐便器开发状况分析

三、维卫智能坐便器竞争分析

四、2009-2010年洁身器公司智能坐便器竞争分析

五、冠珠萨米特智能坐便器上市情况

六、东鹏洁具智能坐便器战略

第十章 2009-2010年中国智能坐便器企业提升竞争力策略分析

第一节 2009-2010年中国卫浴企业竞争策略分析

一、现代洁具企业竞争策略

二、陶瓷卫浴回头客争夺策略

三、中国卫浴企业开拓国际市场策略

第二节 2009-2010年中国卫浴行业品牌策略分析

一、卫浴品牌竞争发展弊端分析

二、中国卫浴品牌发展策略

三、中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 2009-2010年中国重点智能坐便器龙头生产企业竞争性财务数据分析

第一节 合肥荣事达集团有限责任公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第二节 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

### 第三节 佛山科勒有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

### 第四节 乐家洁具（佛山）有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

### 第五节 潮州市欧美尔陶瓷实业有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

### 第六节 和成（中国）有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

### 第七节 美标(天津)陶瓷有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

### 第八节 湖南四维洁具股份有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

### 第九节 浙江星星便洁宝有限公司

- 一、公司基本概述



二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十节 北京金陶洁具有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一节 略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

第三部分 中国智能坐便器相关产业分析

第十二章 2009-2010年中国建材及家居行业市场局势分析

第一节 2009-2010年中国建材行业发展分析

一、中国建材行业发展状况

二、2009-2010年建材行业运行状况

三、2009-2010年建材行业发展趋势

第二节 2009-2010年中国家居行业发展分析

一、2008年家居行业发展状况

二、2009-2010年家居企业市场终端发展策略

三、2009-2010年家居行业品牌竞争分析

四、2009-2010年春季装修对家具行业影响

第十三章 2009-2010年中国陶瓷行业运行格局分析

第一节 2009-2010年陶瓷行业发展分析

一、2008-2009-2010年陶瓷行业经济运行分析

二、2008年建陶行业发展状况

三、2008-2009-2010年建陶产业可持续发展分析

四、2009-2010年建陶业产业发展状况

五、建筑装饰材料产业的重要发展方向

第二节 2009-2010年金融危机与陶瓷卫浴业发展趋势分析

一、金融危机下陶瓷卫浴市场分析

二、2009-2010年陶瓷卫浴业发展趋势

### 三、2009-2010年建陶行业发展趋势

## 第十四章 2009-2010年中国卫浴设备市场发展分析

### 第一节 2009-2010年卫浴设备市场分析

- 一、中国卫浴产品消费市场现状
- 二、2009-2010年中国卫浴行业发展动态
- 三、2009-2010年中国卫浴行业转型分析
- 四、2009-2010年卫浴市场产品下乡分析

### 第二节 2007-2008年中国卫浴出口及发展分析

- 一、中国瓷制脸盆,浴缸及类似卫生器具进出口总体数据
- 二、中国陶制脸盆,浴缸及类似卫生器具进出口总体数据
- 三、中国其他家用或盥洗用瓷器进出口总体数据

## 第四部分 智能坐便器发展趋势与投资分析

## 第十五章 2010-2014年中国卫浴行业发展趋势分析

### 第一节 2010-2014年中国卫浴行业发展趋势预测

- 一、房产市场对行业发展影响
- 二、卫浴产品艺术化
- 三、节水节能
- 四、卫浴配套产品
- 五、智能化卫浴
- 六、简约观念
- 七、2009-2010年金融危机下陶瓷卫浴发展预测

### 第二节 2010-2014年中国卫浴市场发展趋势预测分析

- 一、洁具市场潜力分析
- 二、中国卫浴行业发展趋势预测
- 三、卫浴业市场复苏预测
- 四、高端卫浴市场空白点预测分析

### 第三节 2010-2014年中国卫浴设备行业发展前景及流行趋势

- 一、用户对卫浴行业前景影响分析
- 二、卫浴空间发展趋势
- 三、卫浴设备流行趋势分析

#### 四、卫浴设备未来发展走向分析

#### 五、卫浴设备设计趋势分析

### 第十六章 2010-2014年中国智能坐便器行业发展趋势分析

#### 第一节 2010-2014年中国智能坐便器行业趋势分析

##### 一、洁具智能化趋势

##### 二、智能坐便器发展趋势

##### 三、智能马桶发展前景

#### 第二节 2010-2014年中国坐便器市场智能化走向分析

##### 一、智能化马桶发展趋势

##### 二、市场智能化走向

##### 三、健康环保型走向

### 第十七章 2010-2014年中国智能坐便器行业投资战略研究

#### 第一节 2010-2014年中国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 2010-2014年对中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、中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

##### 七、智能坐便器行业品牌竞争策略

图表名称：部分

图表 惠达HDE1068A1智能坐便器

图表 箭牌AB1298M/L智能坐便器

图表 法恩莎FB1653M/L智能坐便器

图表 安华aB1338智能坐便器

图表 智能盖板参数

图表 2006-2008年中国轻质建筑材料制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2008年中国轻质建筑材料制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2008年中国轻质建筑材料制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2008年中国轻质建筑材料制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2008年中国轻质建筑材料制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2008年中国轻质建筑材料制造行业投资资产增长性分析

图表 2009-2010年11月中国各省市轻质建筑材料制造行业企业数量统计表

图表 2009-2010年11月中国各省市轻质建筑材料制造行业企业数量分布图

图表 2009-2010年1-11月中国各省市轻质建筑材料制造行业销售收入统计表

图表 2009-2010年1-11月中国各省市轻质建筑材料制造行业销售收入分布图

图表 2009-2010年1-11月中国各省市轻质建筑材料制造行业利润总额统计表

图表 2009-2010年1-11月中国各省市轻质建筑材料制造行业利润总额分布图

图表 2009-2010年1-11月中国各省市轻质建筑材料制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2009-2010年11月底中国各省市轻质建筑材料制造行业资产统计表

图表 2009-2010年11月底中国各省市轻质建筑材料制造行业资产分布图

图表 2009-2010年1-11月中国各省市轻质建筑材料制造行业资产增长速度对比图

图表 2009-2010年1-11月中国各省市轻质建筑材料制造行业工业总产值

图表 2009-2010年1-11月中国各省市轻质建筑材料制造行业工业销售产值

图表 2009-2010年轻质建筑材料制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 日本TOTO公司产品销售构成

图表 日本TOTO公司海外生产基地一览表

图表 TOTO卫浴NEOREST智能坐便器

图表 中国GDP分析

图表 城乡居民家庭人均可支配收入

图表 恩格尔系数

图表 工业发展形势分析

图表 存贷款利率变化

图表 财政收支状况

图表 中国其他家用或盥洗用瓷器进出口主要来源地及出口目的地

图表 合肥荣事达集团有限责任公司盈利指标情况

图表 合肥荣事达集团有限责任公司资产运行指标状况

图表 合肥荣事达集团有限责任公司资产负债能力指标分析

图表 合肥荣事达集团有限责任公司盈利能力情况

图表 合肥荣事达集团有限责任公司销售收入情况

图表 合肥荣事达集团有限责任公司成本费用构成情况

图表 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司盈利指标情况

图表 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司资产运行指标状况

图表 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司资产负债能力指标分析

图表 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司盈利能力情况

图表 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司销售收入情况

图表 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司成本费用构成情况

图表 佛山科勒有限公司盈利指标情况

图表 佛山科勒有限公司资产运行指标状况

图表 佛山科勒有限公司资产负债能力指标分析

图表 佛山科勒有限公司盈利能力情况

图表 佛山科勒有限公司销售收入情况

图表 佛山科勒有限公司成本费用构成情况

图表 乐家洁具（佛山）有限公司盈利指标情况

图表 乐家洁具（佛山）有限公司资产运行指标状况

图表 乐家洁具（佛山）有限公司资产负债能力指标分析

图表 乐家洁具（佛山）有限公司盈利能力情况

图表 乐家洁具（佛山）有限公司销售收入情况

图表 乐家洁具（佛山）有限公司成本费用构成情况

图表 潮州市欧美尔陶瓷实业有限公司盈利指标情况

图表 潮州市欧美尔陶瓷实业有限公司资产运行指标状况

图表 潮州市欧美尔陶瓷实业有限公司资产负债能力指标分析

图表 潮州市欧美尔陶瓷实业有限公司盈利能力情况

图表 潮州市欧美尔陶瓷实业有限公司销售收入情况

图表 潮州市欧美尔陶瓷实业有限公司成本费用构成情况

图表 和成（中国）有限公司盈利指标情况

图表 和成（中国）有限公司资产运行指标状况

图表 和成（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表 和成（中国）有限公司盈利能力情况

图表 和成（中国）有限公司销售收入情况

图表 和成（中国）有限公司成本费用构成情况

图表 美标(天津)陶瓷有限公司盈利指标情况

图表 美标(天津)陶瓷有限公司资产运行指标状况

图表 美标(天津)陶瓷有限公司资产负债能力指标分析

图表 美标(天津)陶瓷有限公司盈利能力情况

图表 美标(天津)陶瓷有限公司销售收入情况

图表 美标(天津)陶瓷有限公司成本费用构成情况

图表 湖南四维洁具股份有限公司盈利指标情况

图表 湖南四维洁具股份有限公司资产运行指标状况

图表 湖南四维洁具股份有限公司资产负债能力指标分析

图表 湖南四维洁具股份有限公司盈利能力情况

图表 湖南四维洁具股份有限公司销售收入情况

图表 湖南四维洁具股份有限公司成本费用构成情况

图表 浙江星星便洁宝有限公司盈利指标情况

图表 浙江星星便洁宝有限公司资产运行指标状况

图表 浙江星星便洁宝有限公司资产负债能力指标分析

图表 浙江星星便洁宝有限公司盈利能力情况

图表 浙江星星便洁宝有限公司销售收入情况

图表 浙江星星便洁宝有限公司成本费用构成情况

图表 北京金陶洁具有限公司盈利指标情况

图表 北京金陶洁具有限公司资产运行指标状况

图表 北京金陶洁具有限公司资产负债能力指标分析

图表 北京金陶洁具有限公司盈利能力情况

图表 北京金陶洁具有限公司销售收入情况

图表 北京金陶洁具有限公司成本费用构成情况

图表 2008-2009年中国瓷制脸盆,浴缸及类似卫生器具出口统计

图表 2008-2009年中国瓷制脸盆,浴缸及类似卫生器具进口统计

图表 2008-2009年中国瓷制脸盆,浴缸及类似卫生器具进出口价格对比

图表 中国瓷制脸盆,浴缸及类似卫生器具进出口主要来源地及出口目的地

图表 2008-2009年中国陶制脸盆,浴缸及类似卫生器具出口统计

图表 2008-2009年中国陶制脸盆,浴缸及类似卫生器具进口统计

图表 2008-2009年中国陶制脸盆,浴缸及类似卫生器具进出口价格对比

图表 中国陶制脸盆,浴缸及类似卫生器具进出口主要来源地及出口目的地

图表 2008-2009年中国其他家用或盥洗用瓷器出口统计

图表 2008-2009年中国其他家用或盥洗用瓷器进口统计

图表 2008-2009年中国其他家用或盥洗用瓷器进出口价格对比

图表 2010-2014年中国智能坐便器行业市场需求预测分析

图表 2010-2014年中国智能坐便器行业供给预测分析

图表 2010-2014年中国智能坐便器行业竞争格局预测分析

图表 2010-2014年中国智能坐便器行业市场盈利预测分析

图表 略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/145078.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量



高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。