



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年智能座便器市场调查及未来前景预测报告

一、调研说明

《2013-2017年智能座便器市场调查及未来前景预测报告》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/218327.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

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。调查发现，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。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年智能座便器市场调查及未来前景预测研究报告》共十四章。首先介绍了中国智能座便器行业的概念，接着分析了中国智能座便器行业发展环境，然后对中国智能座便器行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国智能座便器行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国智能座便器行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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

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

第三部分 智能坐便器产品竞争格局分析

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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年智能座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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/218327.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）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。