



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2020年中国坐便器市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2020年中国坐便器市场发展现状及战略咨询报告》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/273194.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

坐便器，属于建筑给排水材料领域的一种卫生器具。可解决坐便器淤堵后处理费时，费钱，不卫生等问题，可解决用户担心淤堵，在卫生间内备放搋子，手纸筐使卫生间杂乱、有异味、不整洁问题，淤堵处理情况表明，淤堵物多滞堵在S型存水弯上部，此实用新型坐便器的主要技术特征在于：在现有坐便器S型存水弯上部开口，安装一个清扫栓，类似于排水管道上安装检查口或清扫口清理淤堵物一样，坐便器发生淤堵后，用户自己即可以利用此清扫栓方便、快捷、卫生地清除淤堵物，经济实用。

坐便器，其技术特征在于在现有坐便器S型存水弯上部开口，安装一个清扫栓，其清扫栓主要由检查口1和清扫栓枪2构成，检查口1嵌装在S型存水弯上部预留口上，清扫栓枪2为用来清除淤堵物的工具。

坐便器 sitting wc pan使用时以人体取坐式为特点的便器，按冲洗方式分为直冲式、虹吸式（虹吸式又分为喷射虹吸式、旋涡虹吸式）。

主要种类:

1、坐便器按结构分：坐便器可分为分体坐便器和连体坐便器两种，一般的，分体坐便器所占空间大些，连体坐便器所占空间要小些。另外，分体坐便器外形要显得传统些，价格也相对便宜，连体坐便器要显得新颖高档些，价格相对较高。

2、按卫生间的出水口有下排水，（又叫底排）和横排水（又叫后排）之分。横排的排水口在地面上，使用时要用一段胶管与坐便器后出口连接。底排的排水口，俗称地漏，使用时只要将坐便器的排水口与它对正就行了。

3、按不同的排水方式：坐便器按下水方式可分为"直冲式"和"虹吸式"。

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家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：

第一部分 行业现状篇

第一章 中国坐便器行业发展概述

1.1 坐便器行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要产品/服务分类

1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

1.2 坐便器行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 三胜主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 最近3-5年中国坐便器行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

1.4 坐便器行业产业链分析

1.4.1 产业链结构分析

1.4.2 主要环节的增值空间

1.4.3 与上下游行业之间的关联性

1.4.4 行业产业链上游相关行业分析

1.4.5 行业下游产业链相关行业分析

1.4.6 上下游行业影响及风险提示

第二章 中国坐便器行业的国际比较分析

2.1 中国坐便器行业的国际比较分析

2.1.1 中国坐便器行业竞争力指标分析

2.1.2 中国坐便器行业经济指标国际比较分析

2.1.3 坐便器行业国际竞争力比较

(1) 生产要素

(2) 需求条件

(3) 支援与相关产业

(4) 企业战略、结构与竞争状态

(5) 政府的作用

2.2 全球坐便器行业市场需求分析

- 2.2.1 市场规模现状
- 2.2.2 需求结构分析
- 2.2.3 重点需求客户
- 2.2.4 市场前景展望
- 2.3 全球坐便器行业市场供给分析
- 2.3.1 生产规模现状
- 2.3.2 产能规模分布
- 2.3.3 市场价格走势
- 2.3.4 重点厂商分布

第二部分 市场需求篇

第三章 应用领域及行业供需分析

- 3.1 需求分析
- 3.1.1 坐便器行业需求市场
- 3.1.2 坐便器行业客户结构
- 3.1.3 坐便器行业需求的地区差异
- 3.2 供给分析
- 3.3 供求平衡分析及未来发展趋势
- 3.3.1 坐便器行业的需求预测
- 3.3.2 坐便器行业的供应预测
- 3.3.3 供求平衡分析
- 3.3.4 供求平衡预测
- 3.4 市场价格走势分析

第四章 坐便器产业链的分析

- 4.1 行业集中度
- 4.2 主要环节的增值空间
- 4.3 行业进入壁垒和驱动因素
- 4.4 上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

- 5.1 长三角区域市场情况分析

5.2 珠三角区域市场情况分析

5.3 环渤海区域市场情况分析

5.4 坐便器行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

5.4.1 华北大区市场分析

5.4.2 华中大区市场分析

5.4.3 华南大区市场分析

5.4.4 华东大区市场分析

5.4.5 东北大区市场分析

5.4.6 西南大区市场分析

5.4.7 西北大区市场分析

5.5 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2016-2020年需求预测分析

6.1 坐便器行业领域2016-2020年需求量预测

6.2 2016-2020年坐便器行业领域需求产品/服务功能预测

6.3 2016-2020年坐便器行业领域需求产品/服务市场格局预测

第三部分 竞争策略篇

第七章 坐便器市场竞争格局分析

7.1 行业总体市场竞争状况分析

7.1.1 坐便器行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

7.1.2 坐便器行业企业间竞争格局分析

7.1.3 坐便器行业集中度分析

7.1.4 坐便器行业SWOT分析

(1) 坐便器行业优势分析

(2) 坐便器行业劣势分析

(3) 坐便器行业机会分析

(4) 坐便器行业威胁分析

7.2 中国坐便器行业竞争格局综述

7.2.1 坐便器行业竞争概况

(1) 中国坐便器行业品牌竞争格局

(2) 坐便器业未来竞争格局和特点

(3) 坐便器市场进入及竞争对手分析

7.2.2 中国坐便器行业竞争力分析

(1) 我国坐便器行业竞争力剖析

(2) 我国坐便器企业市场竞争的优势

(3) 民企、国企、外企比较分析

(4) 坐便器企业竞争能力提升途径

7.2.3 中国坐便器产品竞争力优势分析

(1) 整体产品竞争力评价

(2) 产品竞争力评价结果分析

(3) 竞争优势评价及构建建议

7.2.4 坐便器行业主要企业竞争力分析

7.3 坐便器行业竞争格局分析

7.3.1 国内外坐便器竞争分析

7.3.2 我国坐便器市场竞争分析

7.3.3 我国坐便器市场集中度分析

7.3.4 国内主要坐便器企业动向

7.3.5 国内坐便器企业拟在建项目分析

7.4 坐便器行业并购重组分析

7.4.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析

7.4.2 本土企业投资兼并与重组分析

7.4.3 行业投资兼并与重组趋势分析

7.5 坐便器市场竞争策略分析

7.5.1 产品策略

7.5.2 技术策略

7.5.3 服务策略

7.5.4 品牌策略

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析

8.1 行业企业排名分析

8.2 产业结构分析

8.2.1 市场细分充分程度的分析

8.2.2 各细分市场领先企业排名

8.2.3 各细分市场占总市场的结构比例

8.2.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

8.3 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

8.3.1 产业价值链的构成

8.3.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

8.4 产业结构发展预测

8.4.1 产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

8.4.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

8.4.3 中国坐便器行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 前十大领先企业分析

9.1 中国坐便器企业总体发展状况分析

9.1.1 坐便器企业主要类型

9.1.2 坐便器企业资本运作分析

9.1.3 坐便器企业创新及品牌建设

9.1.4 坐便器企业国际竞争力分析

9.1.5 2015年坐便器行业企业排名分析

9.2 中国领先坐便器企业经营形势分析

9.2.1 A公司经营分析

（1）企业发展概况分析

（2）企业产品结构分析

（3）企业技术水平分析

（4）企业经营模式分析

（5）企业产销能力分析

（6）企业经济指标分析

（7）企业主要客户分析

(8) 企业竞争优势劣势分析

(9) 企业最新发展动向

9.2.2 B公司经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优势劣势分析

(9) 企业最新发展动向

9.2.3 C公司经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优势劣势分析

(9) 企业最新发展动向

9.2.4 D公司经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优势劣势分析

(9) 企业最新发展动向

9.2.5 E公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.6 F公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.7 G公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.8 H公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析

- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.9 I公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.10 J公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

第四部分 趋势策略篇

第十章 2013-2015年中国坐便器行业整体运行指标分析

10.1 中国坐便器行业总体规模分析

- 10.1.1 企业数量结构分析
- 10.1.2 人员规模状况分析
- 10.1.3 行业资产规模分析
- 10.1.4 行业市场规模分析
- 10.2 中国坐便器行业产销情况分析
- 10.2.1 我国坐便器行业产值
- 10.2.2 我国坐便器行业收入
- 10.2.3 我国坐便器行业产销率
- 10.3 中国坐便器行业财务指标总体分析
- 10.3.1 行业盈利能力分析
- 10.3.2 行业偿债能力分析
- 10.3.3 行业营运能力分析
- 10.3.4 行业发展能力分析

第十一章 2016-2020年坐便器行业前景及趋势预测

- 11.1 坐便器行业五年规划现状及未来预测
- 11.1.1 "十二五"期间坐便器行业运行情况
- 11.1.2 "十二五"规划对行业发展的影响
- 11.1.3 坐便器行业"十三五"发展方向预测
 - (1) 坐便器行业"十三五"规划制定进展
 - (2) 坐便器行业"十三五"规划重点指导
 - (3) 坐便器行业在"十三五"规划中重点部署
 - (4) "十三五"时期坐便器行业发展方向及热点
- 11.2 2016-2020年坐便器市场发展前景
- 11.2.1 2016-2020年坐便器市场发展潜力
- 11.2.2 2016-2020年坐便器市场发展前景展望
- 11.2.3 2016-2020年坐便器细分行业发展前景分析
- 11.3 2016-2020年坐便器市场发展趋势预测
- 11.3.1 2016-2020年坐便器行业发展趋势
- 11.3.2 2016-2020年坐便器市场规模预测
 - (1) 坐便器行业市场容量预测
 - (2) 坐便器行业销售收入预测

11.3.3 2016-2020年坐便器行业应用趋势预测

11.3.4 2016-2020年细分市场发展趋势预测

11.4 2016-2020年中国坐便器行业供需预测

11.4.1 2016-2020年中国坐便器行业供给预测

11.4.2 2016-2020年中国坐便器行业需求预测

11.4.3 2016-2020年中国坐便器行业供需平衡预测

第十二章 我国坐便器行业营销趋势及策略分析

12.1 坐便器行业销售渠道分析

12.1.1 营销分析与营销模式推荐

(1) 渠道构成

(2) 销售贡献比率

(3) 覆盖率

(4) 销售渠道效果

(5) 价值流程结构

(6) 渠道建设方向

12.1.2 坐便器营销环境分析与评价

(1) 国际环境下的坐便器

(2) 企事业需求下的坐便器

(3) Sansheng Consulting评价

12.1.3 销售渠道存在的主要问题

12.1.4 营销渠道发展趋势与策略

12.2 坐便器行业营销策略分析

12.2.1 中国坐便器营销概况

12.2.2 坐便器营销策略探讨

(1) 中国坐便器产品/服务营销策略浅析

(2) 坐便器新产品/服务的市场推广策略

12.3 坐便器营销的发展趋势

12.3.1 未来坐便器市场营销的出路

12.3.2 中国坐便器营销的趋势预测

第十三章 影响企业生产与经营的关键趋势

- 13.1 市场整合成长趋势
- 13.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 13.3 企业区域市场拓展的趋势
- 13.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 13.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2016-2020年坐便器行业投资价值评估分析

- 14.1 坐便器行业投资特性分析
 - 14.1.1 坐便器行业进入壁垒分析
 - 14.1.2 坐便器行业盈利因素分析
 - 14.1.3 坐便器行业盈利模式分析
- 14.2 2016-2020年坐便器行业发展的影响因素
 - 14.2.1 有利因素
 - 14.2.2 不利因素
- 14.3 2016-2020年坐便器行业投资价值评估分析
 - 14.3.1 行业投资效益分析
 - 14.3.2 产业发展的空白点分析
 - 14.3.3 投资回报率比较高的投资方向
 - 14.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十五章 研究结论及发展建议

- 15.1 坐便器行业研究结论及建议
- 15.2 坐便器子行业研究结论及建议
- 15.3 坐便器行业发展建议
 - 15.3.1 行业发展策略建议
 - 15.3.2 行业投资方向建议
 - 15.3.3 行业投资方式建议

图表目录:

- 图表1：坐便器行业生命周期
- 图表2：坐便器行业产业链结构
- 图表3：2013-2015年全球坐便器行业市场规模

图表4：2013-2015年中国坐便器行业市场规模
图表5：2013-2015年坐便器行业重要数据比较
图表6：2013-2015年中国坐便器市场占全球份额比较
图表7：2013-2015年坐便器行业工业总产值
图表8：2013-2015年坐便器行业销售收入
图表9：2013-2015年坐便器行业利润总额
图表10：2013-2015年坐便器行业资产总计
图表11：2013-2015年坐便器行业负债总计
图表12：2013-2015年坐便器行业竞争力分析
图表13：2013-2015年坐便器市场价格走势
图表14：2013-2015年坐便器行业主营业务收入
图表15：2013-2015年坐便器行业主营业务成本
图表16：2013-2015年坐便器行业销售费用分析
图表17：2013-2015年坐便器行业管理费用分析
图表18：2013-2015年坐便器行业财务费用分析
图表19：2013-2015年坐便器行业销售毛利率分析
图表20：2013-2015年坐便器行业销售利润率分析
图表21：2013-2015年坐便器行业成本费用利润率分析
图表22：2013-2015年坐便器行业总资产利润率分析
图表157：2013-2015年坐便器行业集中度
图表158：2016-2020年中国坐便器行业供给预测
图表159：2016-2020年中国坐便器行业需求预测
图表160：2016-2020年中国坐便器行业市场容量预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273194.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。