



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国马桶产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国马桶产业发展现状及市场监测报告》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/277510.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

马桶正式名称为座便器，是大小便用的有盖的桶。马桶的发明被称为一项伟大的发明，它解决了人自身吃喝拉撒的进出问题。后来又演变为利用虹吸、螺旋虹吸，现在最新的喷射虹吸式和超旋虹吸式等原理的抽水马桶。也有人认为抽水马桶是万恶之源，因为它消耗了大量的生活用水。马桶的分类很多，有分体的，连体的。随着科技的发展，还出现了许多新奇的品种。

根据马桶盖的配套方式，还可分为普通马桶和智能马桶。智能马桶还可进一步分为自动换套智能马桶和非自动换套马桶，前者包含自动换套加冲洗、自动换套带冲洗和烘干等不同种类。

2014年，我国马桶行业市场规模达279.11亿元，较2013年同期增长13.37%。 2010-2014年我国马桶行业市场规模（单位：亿元，%） 数据来源：艾凯咨询网整理

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 国内马桶行业品牌发展环境分析

第一节 坐便器定义及分类

一、坐便器定义

二、坐便器分类

第二节 经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第三节 政策环境分析

一、行业发展规划分析

二、国家鼓励政策分析

三、行业标准分析

四、出口政策分析

五、下游行业政策分析

第四节 马桶行业社会分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、科技环境分析

五、生态环境分析

六、中国城镇化率

第五节 马桶行业技术环境分析

第二章 中国卫生洁具行业发展情况分析

第一节 全球卫生洁具行业发展概况分析

第二节 中国卫生洁具行业发展状况分析

一、中国卫生洁具行业发展历程分析

二、中国卫生洁具行业发展特点分析

第三节 中国卫生洁具市场规模分析

第四节 中国卫生洁具市场需求分析

一、房地产投资规模分析

二、房地产销售面积分析

三、保障性住房和棚户区改造

四、农村市场需求分析

五、更新换代需求分析

第三章 国内马桶行业品牌产品市场规模分析

第一节 马桶产量统计分析

第二节 马桶知名品牌价格分析

第三节 马桶市场规模分析

第四节 中国马桶区域结构分析

第五节 马桶区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第六节 2016-2022年马桶市场规模预测

第四章 国内马桶行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 马桶产品目标消费群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、消费者使用便器类型分析

三、消费者了解渠道分析

第二节 马桶产品的品牌市场调查

一、消费者品牌认知度分析

二、消费者品牌满意度分析

三、消费者不满意指标分析

四、品牌市场占有率调查

第三节 消费者购买产品的影响分析

一、购买影响因素分析

二、购买价格分析

三、消费者购买渠道分析

第五章 国内马桶行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 供需渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、销售渠道要素对比

第二节 销售渠道对马桶行业品牌发展的重要性

第三节 马桶行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第五节 销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第六节 销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第七节 国内马桶行业销售渠道革新分析

一、马桶行业销售渠道革新背景

二、马桶行业加大直营店建设力度

三、马桶行业开拓创新渠道

第六章 中国马桶行业进出口市场情况分析

第一节 2010-2015年中国马桶行业进口分析

一、中国马桶行业进口数量分析

二、中国马桶行业进口金额分析

三、中国马桶行业进口均价分析

第二节 2010-2015年中国马桶行业出口分析

一、中国马桶行业出口数量分析

二、中国马桶行业出口金额分析

三、中国马桶行业出口均价分析

第三节 2016-2022年国内马桶行业进出口市场预测分析

第七章 国内马桶行业优势品牌企业分析

第一节 航标控股有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业坐便器产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业生产基地分析
- 五、企业发展战略分析

第二节 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业坐便器产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析
- 五、企业服务网络分析

第三节 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业坐便器产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析
- 五、企业最新动态分析

第四节 江门吉事多卫浴有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业座便器产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析
- 五、企业工程案例

第五节 佛山东鹏洁具股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业座便器产品分析
- 三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业竞争优势分析

第六节 佛山市美加华陶瓷有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业座便器产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业营销网络分析

第八章 国内马桶行业品牌竞争格局分析

第一节 马桶行业历史竞争格局概况

一、马桶行业集中度分析

二、马桶行业竞争程度分析

第二节 马桶行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2016-2022年国内马桶行业品牌竞争格局展望

第四节 马桶行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第九章 2016-2022年国内马桶行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第二节 马桶行业投资环境分析

一、政治环境分析

二、经济环境分析

三、国际环境分析

四、技术环境分析

第三节 2016-2022年马桶行业投资价值分析

一、2016-2022年马桶发展趋势分析

二、马桶市场供需情况分析

三、马桶市场利润水平分析

四、2016-2022年智能马桶投资价值分析

第四节 马桶行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、需求波动风险

三、原材料结构风险

四、产品破损风险

五、技术风险

第五节 马桶行业投资策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十章 业内专家对国内马桶行业总结及企业经营战略建议

第一节 马桶行业存在的问题分析

第二节 2016-2022年马桶行业企业的资本运作模式

一、马桶行业企业的兼并及收购分析

二、马桶行业企业的融资方式选择建议

三、马桶行业企业的融资方式选择建议

第三节 2016-2022年马桶行业海外营销策略建议

第四节 2016-2022年马桶行业企业营销模式建议

一、营销渠道体系构建原则

二、营销渠道体系结构设计

三、经销商评估及建立标准

四、渠道价格体系返利政策

五、营销渠道体系运作流程

六、营销渠道系统宣传推广

七、营销渠道反馈支持服务

第五节 马桶企业品牌宣传推广策略

一、消费者互动的推广

二、新闻广告品牌推广

三、事件营销品牌推广

四、网络营销品牌推广

五、活动赞助品牌推广

六、口碑传播品牌推广

第六节 马桶市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、企业重点客户的鉴别与确定

三、企业重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表 1 2010-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 2 2013-2015年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 3 2014-2015年规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表 4 2010-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表 5 2010-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 6 2015年中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表 7 2010-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 8 2009-2015年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表 9 2014-2015年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表 10 2010-2015年中国进出口总额增长趋势图

图表 11 中国马桶行业标准情况

图表 12 2009-2015年中国人口总量增长趋势图

图表 13 2015年中国人口数量及其构成情况统计

图表 14 2007-2015年中国各级各类学校招生人数统计

图表 15 2009-2015年中国城镇化率变化趋势图

图表 16 坐便器不同冲水技术的对比情况

图表 17 中国卫生洁具行业发展历程图示

图表 18 中国城镇人均收入、人均家庭设备用品及服务支出情况

图表 19 中国城市化建设情况

图表 20 2010-2015年中国卫浴洁具零售规模变化趋势图

图表 21 2007-2015年中国房地产开发投资累计完成情况

图表 22 2010-2015年中国商品房销售面积趋势图

图表 23 2011-2015年中国各类商品房销售面积情况统计

图表 24 2009-2015年中国马桶产量变化趋势图

图表 25 知名坐便器产品价格情况

图表 26 2010-2015年中国马桶零售规模变化趋势图

图表 27 中国坐便器市场区域结构图

图表 28 2010-2015年东北地区坐便器零售规模变化趋势图

图表 29 2010-2015年华北地区坐便器零售规模变化趋势图

图表 30 2010-2015年华东地区坐便器零售规模变化趋势图

图表 31 2010-2015年华中地区坐便器零售规模变化趋势图

图表 32 2010-2015年华南地区坐便器零售规模变化趋势图

图表 33 2010-2015年西部地区坐便器零售规模变化趋势图

图表 34 2016-2022年中国陶瓷马桶零售规模预测图

图表 35 消费者使用不同的便器类型情况

图表 36 消费者了解坐便器的渠道比例

图表 37 消费者对不同品牌坐便器的认知度情况

图表 38 消费者对不同品牌坐便器的满意度

图表 39 消费者对坐便器不满意指标情况

图表 40 消费者使用坐便器的品牌情况

图表 41 消费者购买时考虑的因素占比

图表 42 消费者购买不同价格坐便器比例

图表 43 消费者选择不同的购买渠道比例

图表 44 各种营销渠道渠道的成本分析

图表 45 各种营销渠道渠道的毛利分析

图表 46 2010-2015年中国瓷制坐便器及其他瓷制固定卫生设备进口数量情况

图表 47 2010-2015年中国瓷制坐便器及其他瓷制固定卫生设备进口金额情况

图表 48 2010-2015年中国瓷制坐便器及其他瓷制固定卫生设备进口均价情况

图表 49 2010-2015年中国瓷制坐便器及其他瓷制固定卫生设备出口数量情况

图表 50 2010-2015年中国瓷制坐便器及其他瓷制固定卫生设备出口金额情况

图表 51 2010-2015年中国瓷制坐便器及其他瓷制固定卫生设备出口均价情况

图表 52 航标控股有限公司坐便器产品图示

图表 53 2011-2015年航标控股有限公司资产及负债统计

图表 54 2011-2015年航标控股有限公司营业收入统计

图表 55 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司基本情况

图表 56 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司部分产品统计

图表 57 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司坐便器产品图示

图表 58 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司资产及负债统计

图表 59 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司收入及利润情况

图表 60 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司资产负债率情况

图表 61 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司盈利能力指标

图表 62 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司基本情况

图表 63 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司部分产品统计

图表 64 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司坐便器产品图示

图表 65 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司资产及负债统计

图表 66 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司收入及利润情况

图表 67 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司资产负债率情况

图表 68 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司盈利能力指标

图表 69 江门吉事多卫浴有限公司基本情况

图表 70 江门吉事多卫浴有限公司座便器及配件产品统计

图表 71 江门吉事多卫浴有限公司资产及负债统计

图表 72 江门吉事多卫浴有限公司收入及利润情况

图表 73 江门吉事多卫浴有限公司资产负债率情况

图表 74 江门吉事多卫浴有限公司盈利能力指标

图表 75 江门吉事多卫浴有限公司部分工程案例分析

图表 76 佛山东鹏洁具股份有限公司基本情况

图表 77 佛山东鹏洁具股份有限公司座便器产品展示

图表 78 佛山东鹏洁具股份有限公司资产及负债统计

图表 79 佛山东鹏洁具股份有限公司收入及利润情况
图表 80 佛山东鹏洁具股份有限公司资产负债率情况
图表 81 佛山东鹏洁具股份有限公司盈利能力指标
图表 82 佛山东鹏洁具股份有限公司营销网络图
图表 83 佛山市美加华陶瓷有限公司基本情况
图表 84 佛山市美加华陶瓷有限公司座便器产品分析
图表 85 佛山市美加华陶瓷有限公司资产及负债统计
图表 86 佛山市美加华陶瓷有限公司收入及利润情况
图表 87 佛山市美加华陶瓷有限公司资产负债率情况
图表 88 佛山市美加华陶瓷有限公司盈利能力指标
图表 89 佛山市美加华陶瓷有限公司营销网络图
图表 90 中国中高端陶瓷卫浴市场十大品牌及份额情况
图表 91 "十三五"时期中国经济社会发展主要指标
图表 92 重点客户管理与企业战略规划
略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277510.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。