

2016-2022年中国马桶市场 前景研究与市场分析预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国马桶市场前景研究与市场分析预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucan/O116517NZA.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

随着社会高速发展的同时，任何处于发展上升期的朝阳产业，都有可能迎来发展高潮，实现行业不断跨越高峰，最终实现一次质的蜕变。如今，智能马桶演绎的这场行业大戏，就完美地体现出朝阳产业高潮迭起的发展过程。

随着人们生活水平的提高，智能马桶的价格也会越来越亲民，将会有更多的消费者选择智能卫浴产品，市场潜力不可低估。随着智能马桶的普及，价格会越来越便宜，而如果受不了智能马桶带来的如厕新体验，不能改变传统的生活习惯，势必将极大影响智能马桶的普及。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国马桶市场前景研究与市场分析预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国马桶行业发展综述

1.1 马桶行业定义及特点

1.1.1 马桶行业的定义

1.1.2 马桶行业产品/业务特点

1.1.3 马桶产品发展趋势

1.2 马桶行业统计标准

1.2.1 马桶行业统计口径

1.2.2 马桶行业统计方法

1.2.3 马桶行业数据种类

1.2.4 马桶行业研究范围

1.3 马桶行业环境分析

1.3.1 马桶行业经济环境分析

(1) GDP增长分析

(2) 工业增加值走势分析

(3) 制造业发展分析

1.3.2 马桶行业政策环境分析

1.3.3 马桶行业社会环境分析

1.3.4 马桶行业技术环境分析

(1) 马桶行业技术总量分析

(2) 马桶行业专利申请分析

(3) 马桶行业专利发明分析

(4) 马桶行业专利类型分析

(5) 马桶行业专利区域分析

(6) 马桶行业技术发展水平

第2章：国际马桶行业发展现状

2.1 国外马桶行业技术标准

2.1.1 美国节水便器标准

2.1.2 日本智能坐便器标准

2.1.3 国外节水型坐便器用水量标准

2.2 国外马桶行业发展现状

2.2.1 美国马桶行业现状

2.2.2 日本马桶行业现状

2.2.3 韩国马桶行业现状

2.3 国外马桶行业主要企业

2.3.1 东陶（TOTO）

2.3.2 科勒

2.3.3 美标

第3章：中国马桶行业市场发展现状分析

3.1 马桶行业发展概况

3.1.1 卫生陶瓷行业发展分析

(1) 产量

(2) 主营业务收入

(3) 销售收入

(4) 细分产品

3.1.2 马桶行业市场规模分析

3.1.3 马桶行业竞争格局分析

(1) 区域竞争格局

(2) 企业竞争格局

3.1.4 智能马桶发展分析

(1) 发展现状

(2) 生产情况

(3) 智能马桶普及困难分析

(4) 消费者偏好调查

(5) 发展展望

3.1.5 马桶行业市场容量预测

3.2 马桶行业进出口情况分析

3.2.1 马桶行业进出口综合分析

3.2.2 马桶行业出口情况分析

3.2.3 马桶行业进口情况分析

3.3 卫浴电商发展分析

3.3.1 卫浴电商逐渐规模化

3.3.2 卫浴行业互联网招商指数分析

(1) 代理商互联网在线参与加盟代理数据

(2) 意向代理商一、二、三线城市分布情况

(3) 意向代理商选择卫浴品牌情况

(4) 意向代理商店面筹备分析

(5) 代理商代理加盟最关注问题分析

3.3.3 卫浴行业O2O案例分析——海鸥卫浴联手齐家网

第4章：中国马桶行业产业链上下游分析

4.1 马桶行业产业链

4.1.1 马桶生产流程

4.1.2 马桶产业链简介

4.1.3 马桶行业渠道分析

4.2 马桶产业链上游行业分析

- 4.2.1 黏土行业发展分析
- 4.2.2 色釉料行业发展分析
- 4.3 马桶产业链下游行业分析
 - 4.3.1 房地产行业发展分析
 - (1) 房地产开发投资额
 - (2) 商品房销售情况
 - 4.3.2 建筑装饰行业发展分析
 - (1) 企业数量与结构
 - (2) 从业人员规模与结构
 - (3) 产值

第5章：中国马桶行业市场竞争格局分析

- 5.1 马桶行业竞争格局分析
 - 5.1.1 马桶行业区域分布格局
 - 5.1.2 马桶行业企业规模格局
 - 5.1.3 马桶行业企业性质格局
- 5.2 马桶行业竞争状况分析
 - 5.2.1 马桶行业上游议价能力
 - 5.2.2 马桶行业下游议价能力
 - 5.2.3 马桶行业新进入者威胁
 - 5.2.4 马桶行业行业内部竞争
 - 5.2.5 马桶行业企业竞争策略
- 5.3 马桶行业投资兼并重组整合分析
 - 5.3.1 投资兼并重组现状
 - 5.3.2 投资兼并重组案例
 - 5.3.3 投资兼并重组趋势

第6章：中国马桶行业重点省市投资机会分析

- 6.1 马桶行业区域投资环境分析
 - 6.1.1 行业区域结构总体特征
 - (1) 区域结构整体特征
 - (2) 市场规模区域分布

6.1.2 行业区域集中度分析

6.2 行业重点区域运营情况分析

6.2.1 华北地区马桶行业运营情况分析

(1) 北京市马桶行业运营情况分析

(2) 天津市马桶行业运营情况分析

(3) 河北省马桶行业运营情况分析

6.2.2 华南地区马桶行业运营情况分析

(1) 广东省马桶行业运营情况分析

(2) 广西马桶行业运营情况分析

6.2.3 华东地区马桶行业运营情况分析

(1) 上海市马桶行业运营情况分析

(2) 江苏省马桶行业运营情况分析

(3) 浙江省马桶行业运营情况分析

(4) 山东省马桶行业运营情况分析

(5) 福建省马桶行业运营情况分析

(6) 安徽省马桶行业运营情况分析

6.2.4 华中地区马桶行业运营情况分析

(1) 湖南省马桶行业运营情况分析

(2) 湖北省马桶行业运营情况分析

(3) 河南省马桶行业运营情况分析

6.2.5 西南地区马桶行业运营情况分析

(1) 重庆市马桶行业运营情况分析

(2) 四川省马桶行业运营情况分析

6.2.6 东北地区马桶行业运营情况分析

(1) 黑龙江省马桶行业运营情况分析

(2) 吉林省马桶行业运营情况分析

(3) 辽宁省马桶行业运营情况分析

第7章：中国马桶行业标杆企业经营分析

7.1 马桶行业企业总体发展概况

7.2 马桶行业企业经营状况分析

7.2.1 TOTO公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.2 科勒公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.3 惠达卫浴股份有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.4 上海箭牌卫浴有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.5 广东恒洁卫浴有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.6 阿波罗（中国）有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.7 申鹭达集团有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.8 佛山市法恩洁具有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第8章：中国马桶行业前景预测与投资战略规划

8.1 马桶行业投资特性分析

8.1.1 马桶行业进入壁垒分析

(1) 技术壁垒

(2) 品牌壁垒

(3) 资金壁垒

8.1.2 马桶行业投资风险分析

(1) 宏观经济波动风险

(2) 关联行业波动风险

(3) 原材料风险

8.2 马桶行业投资战略规划

8.2.1 马桶行业投资机会分析

8.2.2 马桶企业战略布局建议

第9章 电商行业发展分析

9.1 电子商务发展分析

9.1.1 电子商务定义及发展模式分析

9.1.2 中国电子商务行业政策现状

9.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

9.2 “互联网+”的相关概述

9.2.1 “互联网+”的提出

9.2.2 “互联网+”的内涵

9.2.3 “互联网+”的发展

9.2.4 “互联网+”的评价

9.2.5 “互联网+”的趋势

9.3 电商市场现状及建设情况

9.3.1 电商总体开展情况

9.3.2 电商案例分析

9.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

9.4 电商行业未来前景及趋势预测

9.4.1 电商市场规模预测分析

9.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：马桶产品分类及特点

图表2：2009年以来中国国内生产总值趋势图（单位：万亿元，%）

图表3：2010年以来我国工业增加值同比增速（单位：亿元，%）

图表4：2014-2015年规模以上工业增加值同比增长速度（单位：%）

图表5：2014-2015年制造业PMI走势图（单位：%）

图表6：马桶行业相关标准

图表7：马桶行业相关政策分析

图表8：2005年以来中国城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表9：2005年以来中国农村居民人均纯收入走势图（单位：元，%）

图表10：2001-2015年我国马桶行业专利数量走势（单位：个）

图表11：马桶行业专利申请数量分析（单位：个）

图表12：马桶行业专利发明数量分析（单位：个）

图表13：我国马桶行业专利类型分析（单位：%）

图表14：马桶行业专利发明数量地区分析（单位：个）

图表15：美国的洁具标准技术指标

图表16：美国标准对便器一次性冲洗水量的规定（单位：L）

图表17：日本智能坐便器标准

图表18：美国、澳洲、欧洲坐便器节水标准（单位：L）

图表19：美国马桶市场份额（单位：%）

图表20：2008年以来我国卫生陶瓷产量及同比增速（单位：亿件，%）

图表21：中国陶瓷和卫生洁具企业主营业务收入结构（单位：亿元，%）

图表22：2011年以来卫生陶瓷规模以上企业主营业务收入及增长率（单位：亿元，%）

图表23：2010年以来我国卫生陶瓷行业销售收入及增长率（单位：亿元，%）

图表24：卫生洁具行业细分产品市场结构（单位：亿元，%）

图表25：2010年以来我国坐便器行业市场规模（单位：亿元，%）

图表26：我国陶瓷坐便器的主要生产地发展情况

图表27：我国陶瓷坐便器行业企业市场竞争格局

图表28：工程整体市场坐便器市场整体占有率（单位：%）

图表29：我国智能马桶的主要生产地发展情况

图表30：网友不购买智能马桶的部分原因（单位：票）

图表31：网友接受智能马桶价格区位（单位：%）

图表32：智能马桶功能得票（单位：票）

图表33：智能马桶品牌网优知名度调查（单位：票）

图表34：2016-2022年马桶行业市场规模（单位：亿元）

图表35：2013-2015年中国马桶及相关产品制造进出口统计（单位：万美元）

图表36：2013-2015年中国马桶及相关产品制造主要出口产品结构表（单位：吨，万美元）

图表37：2013-2015年中国马桶及相关产品制造主要进口产品结构表（单位：吨，万美元）

图表38：天猫“双十一”卫浴品牌前十排行（单位：元，件，人次）

图表39：卫浴代理商互联网在线参与数据（单位：家）

图表40：卫浴行业意向代理商城市区域分布（单位：%）

图表41：卫浴行业意向代理商选择品牌情况（单位：%）

图表42：卫浴行业意向代理商店面筹备（单位：%）

图表43：卫浴行业意向代理商最关注问题（单位：%）

图表44：齐家网入股后股权结构（单位：%）

图表45：通过齐家网与海鸥卫浴联合实现卫浴定制O2O模式

图表46：家装电商平台流量情况（单位：万次）

图表47：齐家网线下体验店开店计划（单位：家）

图表48：TMS模式

图表49：2009年以来齐家网在线交易规模（单位：亿元）

图表50：海鸥卫浴主要客户

图表51：从TMS到PB的转变

图表52：马桶行业生产流程

图表53：马桶行业产业链

图表54：马桶行业销售渠道

图表55：马桶行业渠道特点

图表56：2010年以来我国高岭土基础储量变化情况（单位：万吨）

图表57：色釉料行业发展分析

图表58：2009年以来我国房地产开发投资及同比增速（单位：亿元，%）

图表59：2008年以来我国商品房销售面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表60：2008年以来我国商品房销售金额及同比增速（单位：亿元，%）

图表61：2008年以来我国商品房销售价格及同比增速（单位：元/平方米，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucui/O116517NZA.html>