

2018-2024年中国生态厕所 行业市场运营态势与竞争策略研究报告

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

《2018-2024年中国生态厕所行业市场运营态势与竞争策略研究报告》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/qita/T61651XGE3.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

生态厕所（Bio-toilet）是环保厕所中的一类，是指具有不对环境造成污染，并且能充分利用各种资源，强调污染物自净和资源循环利用概念和功能的一类厕所。

目前的生态厕所利用率最多的是微生物菌种分解粪便的厕所，它利用其生长繁殖活动对粪便中可利用的大分子有机化合物进行生物降解并转化为菌体生物量，竞争性的抑制并杀死粪便中的病原性微生物，吸附、降解、转化粪便中产生的臭味物质，实现了粪便的无害化、资源化处理。能达到零排放的功能，对环境完全不造成任何污染。

生态厕所的重要性主要体现在以下三个方面：减少或根除人类粪污带来的环境污染问题。通过各种技术手段或社会分工协作，对厕所所收集的粪污进行就地处理或异地处理，使粪污无害化后再回归于环境。在进行粪污处理时，往往会带来一些附加的好处，例如回收了粪污中的有用成份用于制药、制肥或回收水资源。减少了厕所对外界资源的依赖性，并节省资源。一般生态厕所具备粪便处理回收水的功能，也有一些厕所不使用水冲方式而达到洁净目的。还有一些厕所利用太阳能作为取暖能源。这些厕所在使用上更具有独立性，特别是对水资源的需求减少，从而具备了节水特点。扩大了厕所的应用范围，提高生活水平。由于生态厕所具有无污染并且节水等特点。使生态厕所可以广泛地应用于环境和条件受限制的地域。如大型的会议场地、广场、旅游景点等。随着这类厕所应用范围的扩大，极大地方便人民群众的生活，提高了生活水平。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国生态厕所行业市场运营态势与竞争策略研究报告》共七章。首先介绍了生态厕所行业市场发展环境、生态厕所整体运行态势等，接着分析了生态厕所行业市场运行的现状，然后介绍了生态厕所市场竞争格局。随后，报告对生态厕所做了重点企业经营状况分析，最后分析了生态厕所行业发展趋势与投资预测。您若想对生态厕所产业有个系统的了解或者想投资生态厕所行业，本报告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1章 中国生态厕所行业发展概述 47

1.1 生态厕所行业界定 47

1.1.1 生态厕所行业定义	47
1.1.2 生态厕所产品分类	47
1.2 生态厕所行业经济环境分析	48
1.2.1 国家GDP增长分析	48
1.2.2 国家城市化进程分析	69
1.3 生态厕所行业政策环境分析	74
1.3.1 生态厕所行业管理体制	74
1.3.2 生态厕所行业相关政策	75
(1) 资源综合利用目录	75
(2) <环境标志产品技术要求-卫生陶瓷> (HBC16-2003)	82
(3) <便器水箱配件标准>JC987-2005	82
(4) 节水型洁具管理细则	93
(5) 城市公共厕所设计标准	94
(6) 国家鼓励发展的环境保护技术目录	120
(7) 国家先进污染防治示范技术名录	126
(8) 环境保护、节能节水项目企业所得税优惠目录 (试行)	129
(9) 当前国家鼓励发展的环保产业设备 (产品) 目录 (2016年版)	131
1.3.3 生态厕所行业发展规划	134

第2章 中国生态厕所行业发展分析 136

2.1 国际生态厕所行业发展分析	136
2.1.1 美国生态厕所行业发展分析	136
(1) 美国环保投资规模分析	136
(2) 美国环保产业发展重点分析	137
(3) 美国生态厕所发展相关政策	138
(4) 美国生态厕所行业应用技术	139
(5) 美国生态厕所行业发展现状	140
2.1.2 日本生态厕所行业发展分析	140
(1) 日本环保投资规模分析	140
(2) 日本环保产业发展重点分析	141
(3) 日本生态厕所发展相关政策	141
2.1.3 德国生态厕所行业发展分析	142

- (1) 德国环保投资规模分析 142
- (2) 德国环保产业发展重点分析 145
- (3) 德国环保产业发展相关政策 147
- 2.2 国内生态厕所行业发展分析 148
 - 2.2.1 国内环保产业投资规模分析 148
 - 2.2.2 国内环保产业发展重点领域 150
 - 2.2.3 国内生态厕所行业发展历程 152
 - 2.2.4 国内生态厕所行业制约因素 153
- 2.3 国内生态厕所行业竞争分析 153
 - 2.3.1 生态厕所行业竞争格局分析 153
 - 2.3.2 生态厕所行业潜在威胁分析 154
 - 2.3.3 生态厕所行业议价能力分析 154

第3章 中国生态厕所行业下游需求分析 156

- 3.1 旅游景区生态厕所需求分析 156
 - 3.1.1 旅游景区发展分析 156
 - (1) 旅游景区分布情况 156
 - (2) 旅游景区开发利用现状 156
 - (3) 旅游景区盈利模式分析 163
 - (4) 旅游景区市场发展特征 167
 - 3.1.2 旅游市场旅客数量规模分析 170
 - 3.1.3 城市旅游基础设施建设情况 176
 - (1) 城市旅游集散中心情况 176
 - (2) 城市旅游公共配套系统 177
 - 3.1.4 旅游景区生态厕所应用可行性分析 182
 - (1) 生态厕所的社会效益分析 182
 - (2) 生态厕所的经济效益分析 182
 - 3.1.5 一线城市旅游景区生态厕所需求分析 183
 - (1) 北京旅游景区生态厕所需求分析 183
 - (2) 上海旅游景区生态厕所需求分析 191
 - 3.1.6 二线城市旅游景区生态厕所需求分析 202
 - (1) 丽江景区生态厕所需求分析 202

- (2) 九寨沟景区生态厕所需求分析 204
- 3.2 交通工具生态厕所需求分析 206
 - 3.2.1 客运列车生态厕所需求分析 206
 - (1) 客运列车存量分析 206
 - (2) 客运列车新产品供给分析 206
 - (3) 客运列车公厕配置情况 208
 - (4) 客运列车公厕改造市场需求 209
 - 3.2.2 地铁站生态厕所需求分析 210
 - (1) 地铁建设现状 210
 - (2) 地铁在建项目 211
 - (3) 地铁建设规划 212
 - (4) 地铁站点公厕配置情况 213
 - (5) 地铁站点公厕改造需求 214
 - (6) 新建地铁站点配套生态厕所需求 214
 - 3.2.3 客运飞机生态厕所需求分析 215
 - (1) 客运飞机存量分析 215
 - (2) 客运飞机供给分析 215
 - (3) 客运飞机公厕配置情况 217
 - (4) 客运飞机生态厕所需求 217
 - 3.2.4 客运轮船生态厕所需求分析 217
 - (1) 客运轮船存量分析 217
 - (2) 客运轮船公厕配置情况 218
 - (3) 客运轮船生态厕所需求 218
- 3.3 酒店行业生态厕所需求分析 218
 - 3.3.1 酒店行业发展分析 218
 - (1) 酒店行业市场规模分析 218
 - (2) 酒店行业数量结构分析 219
 - 3.3.2 酒店生态厕所需求分析 220
 - (1) 酒店厕所配置情况 220
 - (2) 酒店生态厕所需求分析 221
- 3.4 市政公厕改造市场需求分析 221
 - 3.4.1 全国市政公厕改造总体需求 221

3.4.2	北京市政公厕改造需求分析	227
3.4.3	上海市政公厕改造需求分析	228
3.4.4	广州市政公厕改造需求分析	234
3.5	主题事件生态厕所需求分析	237
3.5.1	奥运会生态厕所需求分析	237
	(1) 奥运会生态厕所使用情况	237
	(2) 奥运会生态厕所应用技术	238
	(3) 奥运会生态厕所供应商分析	239
3.5.2	世博会生态厕所需求分析	239
	(1) 世博会生态厕所使用情况	239
	(2) 世博会生态厕所应用技术	239
	(3) 世博会生态厕所供应商分析	240
3.6	农村社区生态厕所需求分析	240
3.6.1	农村社区厕所环保现状分析	240
3.6.2	农村社区生态厕所应用分析	241
	(1) 农村社区生态厕所使用现状	241
	(2) 农村社区生态厕所应用技术	241
	(3) 农村社区生态厕所主要问题	241
	(4) 农村社区生态厕所发展对策	242
3.6.3	农村社区生态厕所需求前景	242

第4章 中国有机污染物处理技术发展分析 245

4.1	有机污染物处理方法概述	245
4.1.1	有机污染物物理处理法	245
	(1) 重力分离法	245
	(2) 离心分离法	247
	(3) 过滤分离法	252
4.1.2	有机污染物化学处理法	253
	(1) 中和法	253
	(2) 混凝沉淀法	254
	(3) 氧化还原法	255
4.1.3	有机污染物生物处理法	256

- (1) 好氧生物治理法 256
- (2) 厌氧生物处理法 266
- (3) 天然生物治理法 270
- 4.1.4 有机污染物交叉处理法 274
 - (1) 吸附法 274
 - (2) 电渗析法 275
 - (3) 汽提法与吹脱法 279
- 4.2 有机污染物物理化学处理技术进展分析 283
 - 4.2.1 有机污染物膜过滤技术进展分析 283
 - 4.2.2 有机污染物化学处理法进展分析 293
 - (1) 强化混凝法 293
 - (2) 高级氧化技术 298
 - 4.2.3 有机污染物交叉处理法进展分析 300
 - (1) 活性炭吸附法进展 300
 - (2) 超声光催化联合技术进展 306
 - (3) 高级氧化与高效吸附联用工艺进展 311
 - 4.3 有机污染物生物处理方法进展分析 313
 - 4.3.1 有机污染物活性污泥法进展分析 313
 - 4.3.2 有机污染物MBR技术进展分析 318
 - (1) MBR技术原理 318
 - (2) MBR技术优势分析 319
 - (3) MBR技术应用现状 321
 - (4) MBR技术应用前景 324
 - 4.3.3 有机污染物MBBR技术进展分析 325
 - (1) MBBR技术原理 325
 - (2) MBBR技术特点 326
 - (3) MBBR技术应用现状 327
 - 4.3.4 有机污染物厌氧生物处理技术进展分析 327
 - (1) ABR技术原理 327
 - (3) ABR技术应用现状 329
 - (2) ABR技术特点 330

第5章 中国生态厕所行业产品市场分析 332

5.1 太阳能公厕市场分析 332

5.1.1 太阳能公厕技术原理 332

5.1.2 太阳能公厕特点与应用领域 333

5.1.3 太阳能公厕市场使用现状 336

5.1.4 太阳能公厕市场价格分析 336

5.1.5 太阳能公厕市场发展趋势 337

5.2 免水冲洗厕所市场分析 338

5.2.1 免水冲洗厕所技术原理 338

5.2.2 免水冲洗厕所特点与应用领域 339

5.2.3 免水冲洗厕所市场使用现状 339

5.2.4 免水冲洗厕所市场发展趋势 340

5.3 循环水冲洗厕所市场分析 340

5.3.1 循环水冲洗厕所技术原理 340

循环水冲厕所原理图

5.3.2 循环水冲洗厕所特点与应用领域 343

5.3.3 循环水冲洗厕所市场使用现状 344

5.3.4 循环水冲洗厕所市场发展趋势 344

第6章 中国生态厕所行业重点企业经营分析 345

6.1 生态厕所行业企业总体发展状况 345

6.2 生态厕所行业领先企业经营分析 346

6.2.1 山东生态洁环保科技股份有限公司经营情况分析 346

(1) 企业发展简况分析 346

(2) 企业主营产品分析 346

(3) 企业荣誉资质分析 346

(4) 企业工程案例分析 346

(5) 企业经营情况分析 346

(一) 企业偿债能力分析 346

(二) 企业运营能力分析 348

(三) 企业盈利能力分析 352

- (6) 企业经营状况SWOT分析 353
- (7) 企业发展战略分析 353
- (8) 企业最新发展动向分析 353
- 6.2.2 北京蓝洁士科技发展有限公司经营情况分析 353
 - (1) 企业发展简况分析 353
 - (2) 企业主营产品分析 353
 - (3) 企业荣誉资质分析 354
 - (4) 企业工程案例分析 354
 - (5) 企业经营情况分析 354
 - (一) 企业偿债能力分析 354
 - (二) 企业运营能力分析 356
 - (三) 企业盈利能力分析 359
 - (6) 企业经营状况SWOT分析 360
 - (7) 企业发展战略分析 360
 - (8) 企业最新发展动向分析 361
- 6.2.3 上海华杰生态环境工程有限公司经营情况分析 361
 - (1) 企业发展简况分析 361
 - (2) 企业主营产品分析 361
 - (3) 企业荣誉资质分析 362
 - (4) 企业工程案例分析 362
 - (5) 企业市场分析 362
 - (一) 企业偿债能力分析 362
 - (二) 企业运营能力分析 364
 - (三) 企业盈利能力分析 367
 - (6) 企业经营状况SWOT分析 368
 - (7) 企业发展战略分析 369
- 6.2.4 南京协力环保科技有限公司经营情况分析 369
 - (1) 企业发展简况分析 369
 - (2) 企业主营产品分析 369
 - (3) 企业荣誉资质分析 369
 - (4) 企业工程案例分析 370
 - (5) 企业经营情况分析 370

- (一) 企业偿债能力分析 370
- (二) 企业运营能力分析 372
- (三) 企业盈利能力分析 375
- (6) 企业经营状况SWOT分析 376
- (7) 企业发展战略分析 376

6.2.5 上海美申环境设施设备有限公司经营情况分析 377

- (1) 企业发展简况分析 377
- (2) 企业产销能力分析 377
- (3) 企业盈利能力分析 377
- (4) 企业运营能力分析 378
- (5) 企业偿债能力分析 380
- (6) 企业发展能力分析 382
- (7) 企业产品结构及新产品动向 383
- (8) 企业荣誉资质分析 383
- (9) 企业工程案例分析 384
- (10) 企业经营状况SWOT分析 384

6.2.6 北京清华紫光泰和通环保技术有限公司经营情况分析 384

- (1) 企业发展简况分析 384
- (2) 企业产销能力分析 384
- (3) 企业盈利能力分析 384
- (4) 企业运营能力分析 385
- (5) 企业偿债能力分析 388
- (6) 企业发展能力分析 390
- (7) 企业产品结构及新产品动向 391
- (8) 企业荣誉资质分析 391
- (9) 企业工程案例分析 391
- (10) 企业经营状况SWOT分析 391

6.2.7 北京华清丽洁科技发展有限公司经营情况分析 391

- (1) 企业发展简况分析 391
- (2) 企业产销能力分析 392
- (3) 企业盈利能力分析 392
- (4) 企业运营能力分析 393

- (5) 企业偿债能力分析 395
- (6) 企业发展能力分析 397
- (7) 企业产品结构及新产品动向 398
- (8) 企业荣誉资质分析 398
- (9) 企业工程案例分析 399
- (10) 企业经营状况SWOT分析 399
- (11) 企业发展战略分析 399

6.2.8 隆润新技术发展有限公司经营情况分析 400

- (1) 企业发展简况分析 400
 - (一) 企业偿债能力分析 400
 - (二) 企业运营能力分析 402
 - (三) 企业盈利能力分析 405
- (2) 企业主营产品分析 406
- (3) 企业荣誉资质分析 406
- (4) 企业工程案例分析 406
- (5) 企业技术工艺分析 407
- (6) 企业经营状况SWOT分析 407

6.2.9 北京万绿源环保技术有限公司经营情况分析 407

- (1) 企业发展简况分析 407
- (2) 企业主营产品分析 408
- (3) 企业荣誉资质分析 408
- (4) 企业工程案例分析 408
- (5) 企业经营情况分析 409
 - (一) 企业偿债能力分析 409
 - (二) 企业运营能力分析 411
 - (三) 企业盈利能力分析 414
- (6) 企业经营状况SWOT分析 415
- (7) 企业发展战略分析 416

6.2.10 南京国光环保科技有限公司经营情况分析 417

- (1) 企业发展简况分析 417
 - (一) 企业偿债能力分析 417
 - (二) 企业运营能力分析 419

- (三) 企业盈利能力分析 422
- (2) 企业主营产品分析 423
- (3) 企业荣誉资质分析 423
- (4) 企业工程案例分析 423
- (5) 企业经营状况SWOT分析 424
- (6) 企业发展战略分析 424

第7章 中国生态厕所行业投资与前景预测 531 (ZY LII)

- 7.1 生态厕所行业投资风险分析 531
 - 7.1.1 生态厕所行业政策风险 531
 - 7.1.2 生态厕所行业宏观经济波动风险 531
 - 7.1.3 生态厕所行业市场波动风险 532
 - 7.1.4 生态厕所行业经营管理风险 533
 - 7.1.5 生态厕所行业其他风险 533
- 7.2 生态厕所行业投资特性分析 534
 - 7.2.1 生态厕所行业进入壁垒 534
 - 7.2.2 生态厕所行业商业模式 535
 - 7.2.3 生态厕所行业盈利因素 535
- 7.3 生态厕所行业发展前景分析 536
 - 7.3.1 生态厕所行业发展趋势 536
 - 7.3.2 生态厕所行业前景预测 536 (ZY LII)

图表目录：

- 图表 1 2006年 季度—2016年 季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 48
- 图表 2 2006年12月—2016年12月工业增加值月度同比增长率(%) 50
- 图表 3 2006年12月—2016年12月社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 52
- 图表 4 2006年1-12月—2016年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 54
- 图表 5 2006年12月—2016年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 57
- 图表 6 2016年12月居民消费价格主要数据 59
- 图表 7 2006年12月—2016年12月居民消费价格指数(上年同月=100) 61
- 图表 8 2006年12月—2016年12月工业品出厂价格指数(上年同月=100) 64

- 图表 9 2006年12月—2016年12月货币供应量月度同比增长率（%） 67
- 图表 10 公共场所公共厕所每一卫生器具服务人数设置标准 97
- 图表 11 商场、超市和商业街公共厕所卫生设施 97
- 图表 12 饭馆、咖啡店、小吃店、快餐店和茶艺馆公共厕所卫生设施 98
- 图表 13 体育场馆、展览馆、影剧院、音乐厅等公共文体活动场所公共厕所卫生设施 98
- 图表 14 饭店（宾馆）公共厕所卫生设施 99
- 图表 15 机场、火车站、公共汽（电）车和长途汽车始末站、地下铁道的车站、城市轻轨车站、交通枢纽站、高速路休息区、综合性服务楼和服务性单位公共厕所卫生设施 100
- 图表 16 办公、商场、工厂和其他公用建筑为职工配置的卫生设施 100
- 图表 17 厕所间平面优先尺寸（内表面尺寸） 102
- 图表 18 铸铁排水管道标准坡度和最小坡度 103
- 图表 19 公共厕所设计使用的图例 104
- 图表 20 公共厕所卫生洁具的使用空间 105
- 图表 21 公共厕所单体卫生洁具设计需要的使用空间 105
- 图表 22 内开门坐便器厕所间人体活动空间图 106
- 图表 23 空间应设置在厕位隔间 107
- 图表 24 组合式洗手盆人体使用空间 108
- 图表 25 使用空间重叠 108
- 图表 26 独立式公共厕所的分类及要求 110
- 图表 27 各型号化粪池容积 113
- 图表 28 附属式公共厕所的分类及114
- 图表 29 活动式公共厕所的类别及要求 116
- 图表 30 旅游景区分布情况 156

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/T61651XGE3.html>