

2014-2020年中国智能座便器行业监测与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国智能座便器行业监测与发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201410/112717.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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。

中企顾问网发布的《2014-2020年中国智能座便器行业监测与发展趋势预测报告》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。

本研究咨询报告由北京共研咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及智能座便器专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界金融危机整体发展局势，对我国智能座便器行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对智能座便器行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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、2013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、2013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 2014-2020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、2014-2020年智能坐便器发展方向

第二节 2014-2020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、2014-2020年智能坐便器市场规模预测

三、2014-2020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

图表目录：

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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201410/112717.html>