

# 2011-2015年中国智能座便 器行业投资分析及深度研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国智能座便器行业投资分析及深度研究咨询报告》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/201106/69064.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

&rarr;内容简介

随着现代人居住环境的改善、健康观念的深入，家庭装修过程中对卫生间越来越重视，如今的卫生间已不再是一个单纯的沐浴场所，而是彻底放松身心、彰显个性自由的私人空间。随着科技的不断深入，卫浴产品也开始朝着人性化、智能化方向发展，智能坐便器就是代表之一。TOTO卫洗丽、维卫、科勒、法恩莎、东鹏等众多卫浴品牌都相继推出了智能坐便器或坐便器盖，主流价格在2000到7000元之间，或多或少具备“坐圈加热”、“温水清洗”、“暖风烘干”、“智能遥控”、“自动除臭”、“自动冲水”等功能。高科技产品，总是能为舒适生活注入新元素，智能坐便器人性化的设计让使用者感受到了科技为生活提供方便的好处。智能坐便器进入中国已有一段时间，其形成规模、风潮，渐受瞩目也不过最近几年的事情，智能坐便器的发展仍然处于慢热期。新的产品进入市场都会有一段适应期，从陌生到熟悉，再到被接受。智能坐便器的功能繁多，本身就属于革命性、换代产品，让消费者抛弃掉以往的如厕习惯是需要一个过程的，是一种观念的改变。

智能家居已经成为一种趋势，智能坐便器作为科技、方便、卫生的产品出现在家居市场中，改变了如厕传统习惯，其受到热捧是必然的。智能坐便器产品，虽然目前仅占10%左右的市场份额，但是作为个性化卫浴产品，市场潜力不可预估。市场上智能坐便器的各式品牌参差不齐，功能上的不断创新，智能上的不断升级，名目花样繁多，让人眼花缭乱。消费者在选择智能坐便器的时候，往往会更加青睐于功能多的产品，功能越多，消费者就觉得值。80、90后的年轻人虽然青睐于智能坐便器的个性时尚，但是较高的价位往往制约了这部分人群的购买。中年人有一定的经济基础，更加看重个人卫生保健问题，自然而然对智能坐便器的购买力更强。从市场上看，很多女性消费者看好智能卫浴产品，智能卫浴有很多优点，尤其是针对女性专用的功能感觉非常的贴心，使得智能坐便器特别抢人眼球，将会成为家庭卫浴装修首选。随着智能卫浴功能的日臻完善，人们对它的“青睐度”也会越来越大，其市场前景被看好，而且随着它的普及，价格将会下调、售后服务将更加完善，未来几年，普及率会有所提升。

本研究咨询报告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、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国建筑卫生陶瓷协会、中国轻工业联合会、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国智能坐便器行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区智能坐便器市场的发展状况、智能坐便器消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国智能坐便器市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对智

能坐便器未来发展趋势进行了研判，是智能坐便器生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前智能坐便器行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

## &rarr;报告目录

### 目 录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状分析

##### 第一章 智能坐便器行业发展概述 1

###### 第一节 智能坐便器定义及分类 1

###### 一、智能坐便器的定义 1

###### 二、智能坐便器的特性 1

###### 三、智能坐便器的功能 3

###### 四、智能坐便器的由来 4

###### 第二节 智能坐便器对比分析 4

###### 一、与现有同类产品相比 4

###### 二、与传统坐便相比 5

###### 三、即热式便器与传统的智能坐便器的区别 6

##### 第二章 我国智能坐便器行业发展现状 7

###### 第一节 智能坐便器行业发展分析 7

###### 一、智能坐便器行业发展历程 7

###### 二、智能坐便器行业发展分析 8

###### 第二节 2010-2011年智能坐便器发展分析 10

###### 一、2010年智能坐便器发展 10

###### 二、智能卫浴向大众化推进 15

###### 三、2010年全新智能化卫浴产品 16

###### 四、2011年卫浴市场智能化水平 19

##### 第三章 我国智能坐便器市场分析 21

###### 第一节 智能坐便器市场现状 21

###### 一、智能坐便器市场发展现状 21

###### 二、智能坐便器市场发展分析 21

###### 三、智能坐便器价格因素分析 22

###### 四、智能坐便器市场消费观念分析 22

## 第二节 智能坐便器市场发展分析 23

### 一、2010年中国卫生洁具市场分析 23

### 二、国内智能坐便器市场发展状况 28

### 三、智能坐便器市场认知分析 30

### 四、全国各产区生产现状 34

### 五、智能坐便器设计理念 36

### 六、智能马桶市场需求分析 37

### 七、智能坐便器价格影响分析 39

## 第四章 2010年部分 智能坐便器品牌调查与产品评测 43

### 第一节 智能坐便器品牌调查 43

#### 一、箭牌智能坐便器 43

#### 二、TOTO智能坐便器 47

#### 三、益高智能坐便器 50

#### 四、惠达智能坐便器 54

### 第二节 智能坐便器产品测评分析 58

#### 一、益高智能坐便器 58

#### 二、惠达智能坐便器 60

#### 三、箭牌智能坐便器 62

#### 四、TOTO智能坐便器 65

## 第五章 中国智能坐便器行业消费市场分析 69

### 第一节 卫浴设备消费市场分析 69

#### 一、卫浴消费者消费行为分析 69

#### 二、影响卫浴价格因素分析 75

#### 三、卫浴市场价格变动情况 76

### 第二节 智能马桶盖消费市场分析 78

#### 一、销售员介绍评析 78

#### 二、消费者评价分析 79

#### 三、产品质量评析 79

### 第三节 智能马桶消费市场分析 80

#### 一、智能洁具消费正日趋理性 80

#### 二、智能马桶功能性问题分析 81

#### 三、智能坐便器普及状况分析 83

## 第六章 中国建材及家居行业分析 85

### 第一节 2010年建材行业分析 85

#### 一、2010年建材工业经济运行 85

#### 二、建材行业现状分析 93

#### 三、2011年全国建材市场走向 96

### 第二节 2010年家居行业分析 97

#### 一、2010年中国家居行业状态 97

#### 二、2010年中国智能家居行业分析 101

#### 三、智能家居产品消费走向分析 106

#### 四、2010年中国家居建材行业 111

#### 五、家居建材行业中的环境营销策略分析 118

### 第三节 发展趋势分析 120

#### 一、2011年建材家居新趋势 120

#### 二、2011年家居建材行业流行趋势分析 122

#### 三、家居建材智能环保趋势分析 124

## 第七章 中国陶瓷行业分析 127

### 第一节 2010-2011年陶瓷行业分析 127

#### 一、2010年中国陶瓷行业运行特点 127

#### 二、2010-2011年陶瓷制品制造行业指标分析 128

#### 三、2010年陶都佛山陶瓷产量情况 143

#### 四、陶瓷行业五大基地发展分析 145

#### 五、我国主要陶瓷出口市场需求分析 149

#### 六、陶瓷行业竞争态势分析 151

### 第二节 卫生陶瓷行业分析 155

#### 一、卫生陶瓷行业发展现状 155

#### 二、2010建筑卫生陶瓷行业发展形势分析 157

#### 三、中国建筑卫生陶瓷行业市场营销模式 163

### 第三节 发展趋势分析 164

#### 一、2011年我国陶瓷卫浴行业发展趋势分析 164

#### 二、我国卫生陶瓷行业发展趋势分析 166

## 第八章 卫浴设备市场发展分析 169

### 第一节 卫浴设备行业分析 169

一、2010年卫浴行业现状	169
二、卫浴行业发展特点	172
三、卫浴行业开拓发展分析	175
四、2010年国际卫浴市场分析	181
第二节 卫浴设备市场经营分析	182
一、卫浴经营模式分析	182
二、中小卫浴企业经营分析	187
第二部分 行业竞争分析	
第九章 智能坐便器行业竞争格局分析	189
第一节 卫浴行业竞争格局分析	189
一、卫浴市场竞争格局	189
二、卫浴核心竞争力分析	190
三、卫浴市场未来竞争重点	193
第二节 卫浴行业品牌策略	196
一、卫浴品牌竞争发展弊端分析	196
二、我国卫浴品牌发展策略	200
三、我国卫浴行业品牌推广策略	201
四、卫浴品牌塑造优化策略分析	205
第十章 智能坐便器企业竞争策略分析	209
第一节 我国卫浴企业竞争策略	209
一、现代洁具企业竞争策略	209
二、陶瓷卫浴回头客争夺策略	211
三、我国卫浴企业开拓国际市场策略	212
第二节 卫浴行业品牌策略	213
一、卫浴品牌竞争发展弊端分析	213
二、我国卫浴品牌发展策略	217
三、我国卫浴行业品牌推广策略	219
四、卫浴品牌塑造优化策略分析	222
第三节 卫浴行业市场营销分析	225
一、卫浴行业营销策略分析	225
二、卫浴设备市场营销策略	229
三、中小卫浴企业营销战略模式	238

## 第十一章 重点智能坐便器品牌竞争分析 241

### 第一节 TOTO 241

#### 一、企业概况 241

#### 二、企业品牌分析 241

#### 三、企业战略分析 244

### 第二节 箭牌 257

#### 一、企业概况 257

#### 二、企业产品发展分析 258

### 第三节 惠达 260

#### 一、企业概况 260

#### 二、企业经营分析 260

#### 三、企业知识产权战略设计 261

### 第四节 科勒 264

#### 一、企业概况 264

#### 二、企业产品分析 268

### 第五节 益高 269

#### 一、企业概况 269

#### 二、企业主要产品 270

#### 三、企业优势分析 270

### 第六节 乐家 274

#### 一、企业概况 274

#### 二、企业发展优势 275

### 第七节 洁乐 276

#### 一、企业概况 276

#### 二、公司智能电脑便坐产品分析 277

#### 三、公司产品独特功能和人性化设计 279

### 第八节 便捷宝 280

#### 一、企业概况 280

#### 二、公司产品发展策略分析 282

### 第九节 金陶 284

#### 一、企业概况 284

#### 二、公司产品发展分析 284



## 第十节 舜洁 285

### 一、企业概况 285

### 二、公司产品淘宝交易规范分析 285

### 三、公司产品优势分析 286

## 第三部分 行业发展趋势分析

## 第十二章 卫浴行业发展趋势分析 289

### 第一节 卫浴行业发展趋势 289

#### 一、2010年卫浴行业发展流行趋势 289

#### 二、2011年卫浴行业发展流行趋势 290

#### 三、2011年卫浴行业三大热点趋势 291

### 第二节 卫浴市场发展趋势 293

#### 一、卫浴品牌化运作趋势 293

#### 二、卫浴出口趋势分析 298

#### 三、家居卫浴发展前景趋势 299

#### 四、2011中国卫浴市场发展新趋势 301

## 第十三章 智能坐便器行业发展趋势 305

### 第一节 中国智能坐便器行业趋势 305

#### 一、洁具智能化趋势 305

#### 二、智能坐便器发展趋势 305

#### 三、智能马桶发展前景 307

#### 四、智能坐便器发展趋势 307

#### 五、智能坐便器未来展望 307

#### 六、智能坐便器投资前景 307

### 第二节 智能坐便器发展趋势 308

#### 一、智能坐便器渐成卫浴潮流发展新趋势 308

#### 二、2011年智能坐便器流行趋势 309

## 第四部分 行业投资分析

## 第十四章 智能坐便器行业投资环境分析 313

### 第一节 2011年经济环境分析 313

#### 一、2010年中国宏观经济发展现状 313

#### 二、2011年中国宏观经济走势分析 326

### 第二节 2011年社会环境分析 330

一、居民消费水平分析	330
二、社会发展形势分析	333
第三节 2010年政策环境分析	348
一、卫浴产品的国际认证	348
二、卫浴产品技术标准的发展	350
三、智能马桶行业标准	357
四、政策环境对卫浴行业的影响	358
第十五章 智能坐便器行业投资战略研究	361
第一节 智能坐便器行业发展战略研究	361
一、技术开发战略	361
二、产业战略规划	364
三、业务组合战略	366
四、营销战略规划	369
五、区域战略规划	371
六、企业信息化战略规划	380
第二节 对我国智能坐便器品牌的战略思考	382
一、品牌的基本含义	382
二、品牌战略在企业发展中的重要性	382
三、智能坐便器品牌的特性和作用	383
四、智能坐便器品牌的价值战略	384
五、我国智能坐便器品牌竞争趋势	384
六、智能坐便器企业品牌发展战略	385
七、智能坐便器行业品牌竞争策略	387

## 图表目录

图表：2006-2013年中国卫生洁具行业市场规模及预测	24
图表：2006-2010年中国卫生洁具行业产品细分市场规模	24
图表：2006-2010年我国各区域卫生洁具市场规模	26
图表：坐便器关注情况	43
图表：箭牌坐便器的印象调查	43
图表：选择箭牌坐便器排水方式调查	44
图表：选择箭牌坐便器原因调查	45
图表：购买箭牌坐便器预算调查	46

图表：了解箭牌坐便器途径调查 46

图表：TOTO坐便器的印象调查 47

图表：选择TOTO坐便器原因调查 47

图表：选择TOTO坐便器排水方式调查 48

图表：购买TOTO坐便器预算调查 49

图表：了解TOTO坐便器途径调查 50

图表：益高坐便器的印象调查 50

图表：益高坐便器类型选择调查 51

图表：选择益高坐便器排水方式调查 51

图表：选择益高坐便器原因调查 52

图表：购买益高坐便器预算调查 53

图表：了解益高坐便器途径调查 53

图表：惠达坐便器的印象调查 54

图表：惠达坐便器类型选择调查 55

图表：选择惠达坐便器排水方式调查 55

图表：购买惠达坐便器预算调查 55

图表：选择惠达坐便器原因调查 56

图表：了解惠达坐便器途径调查 57

图表：益高智能坐便器比较 59

图表：2010年家装建材产品类型关注度排行 112

图表：2010年家具品牌关注度排行 113

图表：2010年地被品牌关注度排行 114

图表：2010年瓷砖陶瓷品牌关注度排行 115

图表：2010年油漆涂料品牌关注度排行 116

图表：2010年橱柜品牌关注度排行 117

图表：2010年门窗品牌关注度排行 118

图表：2010年1-2月陶瓷制造业企业数量 128

图表：2010年1-3月陶瓷制造业企业数量 128

图表：2010年1-4月陶瓷制造业企业数量 128

图表：2010年1-5月陶瓷制造业企业数量 128

图表：2010年1-6月陶瓷制造业企业数量 128

图表：2010年1-7月陶瓷制造业企业数量 129

图表：2010年1-8月陶瓷制造业企业数量 129

图表：2010年1-9月陶瓷制造业企业数量 129

图表：2010年1-10月陶瓷制造业企业数量 129

图表：2010年1-11月陶瓷制造业企业数量 129

图表：2010年1-12月陶瓷制造业企业数量 129

图表：2011年1-2月陶瓷制造业企业数量 130

图表：2011年1-3月陶瓷制造业企业数量 130

图表：2010年1-2月陶瓷制品制造新产品产值 130

图表：2010年1-3月陶瓷制品制造新产品产值 130

图表：2010年1-4月陶瓷制品制造新产品产值 130

图表：2010年1-5月陶瓷制品制造新产品产值 130

图表：2010年1-6月陶瓷制品制造新产品产值 131

图表：2010年1-7月陶瓷制品制造新产品产值 131

图表：2010年1-8月陶瓷制品制造新产品产值 131

图表：2010年1-9月陶瓷制品制造新产品产值 131

图表：2010年1-10月陶瓷制品制造新产品产值 131

图表：2010年1-11月陶瓷制品制造新产品产值 131

图表：2010年1-12月陶瓷制品制造新产品产值 132

图表：2010年1-2月陶瓷制品制造工业销售产值 132

图表：2010年1-3月陶瓷制品制造工业销售产值 132

图表：2010年1-4月陶瓷制品制造工业销售产值 132

图表：2010年1-5月陶瓷制品制造工业销售产值 132

图表：2010年1-6月陶瓷制品制造工业销售产值 132

图表：2010年1-7月陶瓷制品制造工业销售产值 133

图表：2010年1-8月陶瓷制品制造工业销售产值 133

图表：2010年1-9月陶瓷制品制造工业销售产值 133

图表：2010年1-10月陶瓷制品制造工业销售产值 133

图表：2010年1-11月陶瓷制品制造工业销售产值 133

图表：2010年1-12月陶瓷制品制造工业销售产值 133

图表：2011年1-2月陶瓷制品制造工业销售产值 134

图表：2011年1-3月陶瓷制品制造工业销售产值 134

图表：2010年1-2月陶瓷制品制造出口交货值 134

图表：2010年1-3月陶瓷制品制造出口交货值 134

图表：2010年1-4月陶瓷制品制造出口交货值 134

图表：2010年1-5月陶瓷制品制造出口交货值 134

图表：2010年1-6月陶瓷制品制造出口交货值 135

图表：2010年1-7月陶瓷制品制造出口交货值 135

图表：2010年1-8月陶瓷制品制造出口交货值 135

图表：2010年1-9月陶瓷制品制造出口交货值 135

图表：2010年1-10月陶瓷制品制造出口交货值 135

图表：2010年1-11月陶瓷制品制造出口交货值 135

图表：2010年1-12月陶瓷制品制造出口交货值 136

图表：2011年1-2月陶瓷制品制造出口交货值 136

图表：2011年1-3月陶瓷制品制造出口交货值 136

图表：2010-2011年北京卫生陶瓷制品产量 136

图表：2010-2011年天津卫生陶瓷制品产量 136

图表：2010-2011年河北卫生陶瓷制品产量 137

图表：2010-2011年上海卫生陶瓷制品产量 137

图表：2010-2011年江苏卫生陶瓷制品产量 137

图表：2010-2011年浙江卫生陶瓷制品产量 137

图表：2010-2011年安徽卫生陶瓷制品产量 138

图表：2010-2011年福建卫生陶瓷制品产量 138

图表：2010-2011年山东卫生陶瓷制品产量 138

图表：2010-2011年河南卫生陶瓷制品产量 138

图表：2010-2011年湖北卫生陶瓷制品产量 139

图表：2010-2011年湖南卫生陶瓷制品产量 139

图表：2010-2011年广东卫生陶瓷制品产量 139

图表：2010-2011年广西卫生陶瓷制品产量 139

图表：2010-2011年重庆卫生陶瓷制品产量 140

图表：2010-2011年四川卫生陶瓷制品产量 140

图表：2010-2011年云南卫生陶瓷制品产量 140

图表：2010年1-2月全国卫生陶瓷制品产量 140

图表：2010年1-3月全国卫生陶瓷制品产量 141

图表：2010年1-4月全国卫生陶瓷制品产量 141

图表：2010年1-5月全国卫生陶瓷制品产量 141

图表：2010年1-6月全国卫生陶瓷制品产量 141

图表：2010年1-7月全国卫生陶瓷制品产量 141

图表：2010年1-8月全国卫生陶瓷制品产量 142

图表：2010年1-9月全国卫生陶瓷制品产量 142

图表：2010年1-10月全国卫生陶瓷制品产量 142

图表：2010年1-11月全国卫生陶瓷制品产量 142

图表：2010年1-12月全国卫生陶瓷制品产量 142

图表：2011年1-2月全国卫生陶瓷制品产量 143

图表：2011年1-3月全国卫生陶瓷制品产量 143

图表：建筑陶瓷行业发展特点 152

图表：区域发展战略咨询流程图 377

图表：区域SWOT战略分析图 379

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201106/69064.html>