

2020-2026年中国智能马桶行业发展战略规划及竞争策略研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国智能马桶行业发展战略规划及竞争策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202002/837503.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

日本智能马桶市场现状，可谓业态丰富，产品多元。日本智能马桶市场的现状，可以归纳为：四代进化、六大升级、即热趋势。四代进化是指智能马桶技术已从第一代发展到第四代，从传统的储热式发展到更先进的即热式。六大升级是指目前最先进的第四代智能马桶已实现健康、舒适、安全、冲力、智控、美感六大升级。半个多世纪以来，全球智能马桶发展史上的每一代产品进化、每一种技术升级，都标志着居民的智能卫浴生活品质有了大幅提升。

日本智能座便器品牌分析 品牌 简介 松下洁乐 洁乐是松下电子坐便盖旗下品牌，于1979年成立，至今已有35年历史，洁乐主要生产研制智能便座，洁乐，让您的臀部如沐浴后一般舒适干净，带来从未有过的美妙感受，成为不愿割舍的生活伴侣。洁乐松下电子坐便盖工厂坐落于杭州经济技术开发区，作为全球电子坐便盖生产中心，年产量达100万台，除了中国大陆市场以外，也向全球各地出口销售（中国台湾/中国香港/日本/韩国/俄罗斯等）。TOTO TO TO公司由日本人大仓和亲于1917年创立，最初名为东洋陶器株式会社，随后更名为TOTO。在中国地标性建筑，中国国家游泳中心（水立方）、北京奥运会的主体育场（鸟巢）、上海环球金融中心中，均可见TOTO的身影。无论是尖端技术实力体现的诺锐斯特·间，还是带来水洗健康体验的卫洗丽。无论是带动行业节水风潮的4.8升节水坐便器，还是水力发电龙头、海洁特瓷砖。无论是智洁技术、超漩式冲洗，还是SMA恒温、EcoMAX技术，TOTO的产品和技术给用户带去智能卫浴体验的同时，更将环保与节能融入到生活之中，并获得了节水贡献奖、环保贡献奖等众多奖项。

东芝东芝（Toshiba），是日本最大的半导体制造商，也是第二大综合电机制造商，隶属于三井集团。公司创立于1875年7月，原名东京芝浦电气株式会社，1939年由东京电气株式会社和芝浦制作所合并而成。东芝业务领域包括数码产品、电子元器件、社会基础设施、家电等。20世纪80年代以来，东芝从一个以家用电器、重型电机为主体的企业，转变为包括通讯、电子在内的综合电子电器企业。进入90年代，东芝在数字技术、移动通信技术和网络技术等领域取得了飞速发展，成功从家电行业的巨人转变为IT行业的先锋。

INAX 伊奈（INAX），日本卫浴品牌，创始于1924年，在日本、亚洲乃至欧洲各国从事着卫生洁具及瓷砖的综合性生产。INAX（伊奈）在日本国内的市场份额瓷砖占第一位，洁具是第二位，能够把瓷砖等建材产品和卫生洁具产品融合在一起向客户进行综合提案，这样的厂家在世界范围罕见的。

津上津上电器株式会社始于1951年，在日本拥有60多年的坐便器研发生产历史，是一家专业生产智能坐便器厂家，60多年来倡导使用用户享受卫生、健康、舒适的生活是津上电器一贯主球的目标。

智研咨询发布的《2020-2026年中国智能马桶行业发展战略规划及竞争策略研究报告》共十一章。首先介绍了中国智能马桶行业市场发展环境、智能马桶整体运行态势等，接着分析了中国智能马桶行业市场运行的现状，然后介绍了智能马桶市场竞争格局。随后，报告对智能马桶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国智能马桶行业发展趋势与投资预测。您若想对智能马桶产业有个系统的了解或者想投资中国智能马桶行业，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：

第一章 智能马桶所属行业相关概述

第一节 智能马桶行业相关概述

一、行业概述

二、行业性能

三、行业用途

四、数据来源与统计口径

（1）统计部门与统计口径

（2）统计方法与数据种类

五、智能马桶行业研究背景具体解读及前景概述

第二节 智能马桶行业发展历程分析

第三节 智能马桶行业特征分析

一、智能马桶作用分析

二、智能马桶行业在国民经济中的地位

三、智能马桶行业周期性分析

四、影响智能马桶行业需求的关键因素分析

五、智能马桶行业主要竞争因素分析

第四节 2015-2019年中国智能马桶所属行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业所处的发展周期阶段分析

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

第二章 2015-2019年世界智能马桶所属行业市场运行形势分析

第一节 2015-2019年世界智能马桶行业运行环境形势分析

一、北美地区经济发展现状分析

二、欧洲地区经济发展现状分析

三、亚洲地区经济发展现状分析

四、全球经济总体发展现状分析

五、全球经济政策对智能马桶行业的发展影响分析

第二节 2015-2019年全球智能马桶行业发展概况分析

第三节 2015-2019年世界智能马桶行业发展走势展望分析

一、全球智能马桶行业市场分布情况分析

二、全球智能马桶行业发展新机遇和挑战分析

第四节 2015-2019年全球智能马桶行业重点国家和地区布局分析

一、北美地区

二、亚洲地区

三、其他地区

第三章 2015-2019年智能马桶所属行业发展环境分析

第一节 2015-2019年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、人民币汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第二节 2015-2019年智能马桶产业政策环境变化及影响分析

一、行业主要监管体制分析

二、行业相关政策法规分析

第三节 2015-2019年智能马桶产业社会环境变化及影响分析

第四章 2015-2019年中国智能马桶所属行业市场供需分析

第一节 中国智能马桶市场供给状况

一、2015-2019年中国智能马桶产量分析

二、2020-2026年中国智能马桶产量预测

第二节 中国智能马桶市场需求状况

一、2015-2019年中国智能马桶需求分析

二、2020-2026年中国智能马桶需求预测

第三节 2015-2019年中国智能马桶市场规模分析

第四节 智能马桶行业区域格局环境分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

第五节 2015-2019年国内智能马桶产品生产分布分析

第五章 2015-2019年中国智能马桶所属行业监测数据分析

第一节 2015-2019年中国智能马桶所属行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、资产总额增长

五、利润总额增长

第二节 2015-2019年中国智能马桶所属行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来几年智能马桶所属行业盈利能力预测

第三节 2013-2019年中国智能马桶所属行业成本费用分析

一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第六章 2015-2019年中国智能马桶所属行业链分析

第一节 智能马桶行业产业链概述

第二节 智能马桶上下游产业发展状况分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业未来发展前景分析

三、下游行业发展现状

四、下游行业未来发展前景分析

五、上下游行业之间关联性分析

第七章 2015-2019年智能马桶所属行业进出口数据分析

第一节 2015-2019年智能马桶所属行业进口情况分析

- 一、进口数量情况分析
- 二、进口金额变化分析
- 三、进口来源地区分析
- 四、进口价格变动分析

第二节 2015-2019年智能马桶所属行业出口情况分析

- 一、出口数量情况
- 二、出口金额变化分析
- 三、出口国家流向分析
- 四、出口价格变动分析

第八章 国内智能马桶生产厂商竞争力分析

第一节 美国科勒（中国）投资有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业优势与劣势分析
- 五、企业发展战略分析

第二节 广东恒洁卫浴有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业优势与劣势分析
- 五、企业发展战略分析

第三节 九牧厨卫股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业优势与劣势分析
- 五、企业发展战略分析

第四节 上海箭牌卫浴有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第五节 欧路莎股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第六节 惠达卫浴股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第七节 佛山东鹏洁具有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第八节 浙江维卫电子洁具有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业发展战略分析

第九章 2020-2026年中国智能马桶行业发展趋势与前景分析

第一节 2020-2026年中国智能马桶行业投资前景分析

一、智能马桶行业存在的问题

二、智能马桶发展趋势及投资特性分析

三、智能马桶市场前景及投资战略规划分析

第二节 2020-2026年发展预测分析

一、2020-2026年期间智能马桶发展方向分析

二、2020-2026年期间智能马桶行业发展规模预测

三、2020-2026年期间智能马桶行业发展趋势预测

2016年，中国智能马桶的普及率为0.96%，预计到2020年，普及率将达到2.29%。其中

，普及率最高的城市为上海，2016年普及率约为8.4%，其次是北京，普及率约为5.3%。
2012-2020年中国智能马桶普及率分析及预测

第四节 2020-2026年期间智能马桶行业投资风险分析

- 一、宏观政策风险分析
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险分析
- 四、经营管理风险分析
- 五、进入退出风险分析
- 六、其他相关风险分析

第十章 智能马桶企业投资战略与客户策略分析

第一节 2020-2026年中国智能马桶行业发展的关键要素

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第二节 智能马桶行业发展战略研究

- 一、产业战略规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划

第三节 智能马桶企业经营管理策略

- 一、企业经营策略综述
- 二、企业产品经营策略
- 三、企业渠道经营策略

第四节 智能马桶行业重点客户战略要重点解决的问题

第十一章 智能马桶行业2020-2026年研究结论及投资建议 (ZYGXH)

第一节 智能马桶行业研究结论及建议

第二节 智能马桶行业2020-2026年投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议(ZYGXH)

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：2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2019年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2020-2026年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2020-2026年中国GDP增速预测

图表：智能马桶行业产业链

图表：2015-2019年我国智能马桶行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业从业人数增长趋势图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业资产规模增长趋势图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业产成品增长趋势图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业工业销售产值增长趋势图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业销售成本增长趋势图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业费用使用统计图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业主要盈利指标统计图

图表：2015-2019年我国智能马桶行业主要盈利指标增长趋势图

更多图表请见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202002/837503.html>