

2018-2023年中国坐便器- 马桶市场竞争现状分析与投资方向评估分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国坐便器-马桶市场竞争现状分析与投资方向评估分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/301006301006.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

马桶产业链的上游行业主要有黏土、化工色釉料、模具、陶机、耐火材料等行业。马桶生产制作的主要基础材料为黏土及色釉料，因此黏土及色釉料行业是马桶行业的重要上游行业。同时，作为耗能较大的马桶制作，能源也是其重要上游行业之一，目前我国陶瓷制造过程中通常使用重油及天然气。此外，耐火材料是保证陶瓷窑炉提高烧成效率和节约能源的最重要的辅助材料。在马桶生产中，模具已经成为注浆、滚压、旋压等成形工序不可缺少的辅助部件。目前，石膏模具约占中国卫生陶瓷模具市场的90%以上。

图：马桶行业产业链

我国坐便器行业基本保持了较快增长，但增速较之前明显有所回落，且在卫生陶瓷细分产品结构的比重略有下降，说明随着我国经济环境的变动，坐便器开始进入成熟期，成熟期市场规模增长放缓，企业格局趋于稳定。2016年我国马桶行业需求量约4480万个，同比2015年的4000万个增长了12.0%。

图：2011-2016年中国马桶行业产量统计

图：2011-2016年中国马桶行业消费量统计

图：2011-2016年中国马桶行业产值统计

基于刚需，我国房地产市场在未来仍将延续稳定增长的态势。随着三四线以及县级以下农村市场的开发和电商渠道的搭建，马桶行业的销售网络将进一步深入和扩充，以及基于收入提高对生活品质的要求越高，智能马桶的营销力度将增加，智能马桶有望引领马桶行业进入类似于微波炉、电磁炉等电器的新高潮。根据以往几年的数据进行预测，到2018年，我国马桶行业市场规模有望突破400亿元，到2020年有望突破450亿元。

图：2015-2020年马桶行业市场规模（单位：亿元）

观研天下发布的《2018-2023年中国坐便器-马桶市场竞争现状分析与投资方向评估分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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 国内坐便器-马桶行业品牌发展环境分析

第一节 坐便器定义及分类

一、坐便器定义

二、坐便器分类

第二节 经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第三节 政策环境分析

一、行业发展规划分析

二、国家鼓励政策分析

三、行业标准分析

四、出口政策分析

五、下游行业政策分析

第四节 坐便器-马桶行业社会分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、科技环境分析

五、生态环境分析

六、中国城镇化率

第五节 坐便器-马桶行业技术环境分析

第二章 中国卫生洁具行业发展情况分析

第一节 全球卫生洁具行业发展概况分析

第二节 中国卫生洁具行业发展状况分析

一、中国卫生洁具行业发展历程分析

二、中国卫生洁具行业发展特点分析

第三节 中国卫生洁具市场规模分析

第四节 中国卫生洁具市场需求分析

一、房地产投资规模分析

二、房地产销售面积分析

三、保障性住房和棚户区改造

四、农村市场需求分析

五、更新换代需求分析

第三章 国内坐便器-马桶行业品牌产品市场规模分析

第一节 坐便器-马桶产量统计分析

第二节 坐便器-马桶知名品牌价格分析

第三节 坐便器-马桶市场规模分析

第四节 中国坐便器-马桶区域结构分析

第五节 坐便器-马桶区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第六节 2018-2023年坐便器-马桶市场规模预测

第四章 国内坐便器-马桶行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 坐便器-马桶产品目标消费群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、消费者使用便器类型分析

三、消费者了解渠道分析

第二节 坐便器-马桶产品的品牌市场调查

一、消费者品牌认知度分析

二、消费者品牌满意度分析

三、消费者不满意指标分析

四、品牌市场占有率调查

第三节 消费者购买产品的影响分析

- 一、购买影响因素分析
- 二、购买价格分析
- 三、消费者购买渠道分析

第五章 国内坐便器-马桶行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 供需渠道特征分析

- 一、供需渠道定义
- 二、供需渠道格局
- 三、供需渠道形式
- 四、销售渠道要素对比

第二节 销售渠道对坐便器-马桶行业品牌发展的重要性

第三节 坐便器-马桶行业销售渠道的重要环节分析

- 一、批发商
- 二、零售商（无店铺零售、店铺零售）
- 三、代理商

第四节 销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道格局趋势发展
- 四、渠道结构扁平化趋势发展

第五节 销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第六节 销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

第七节 国内坐便器-马桶行业销售渠道革新分析

- 一、坐便器-马桶行业销售渠道革新背景
- 二、坐便器-马桶行业加大直营店建设力度

三、坐便器-马桶行业开拓创新渠道

第六章 中国坐便器-马桶行业进出口市场情况分析

第一节 2015-2017年中国坐便器-马桶行业进口分析

一、中国坐便器-马桶行业进口数量分析

二、中国坐便器-马桶行业进口金额分析

三、中国坐便器-马桶行业进口均价分析

第二节 2015-2017年中国坐便器-马桶行业出口分析

一、中国坐便器-马桶行业出口数量分析

二、中国坐便器-马桶行业出口金额分析

三、中国坐便器-马桶行业出口均价分析

第三节 2018-2023年国内坐便器-马桶行业进出口市场预测分析

第七章 国内坐便器-马桶行业优势品牌企业分析

第一节 航标控股有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第三节 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节 江门吉事多卫浴有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五节 佛山东鹏洁具股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第六节 佛山市美加华陶瓷有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第八章 国内坐便器-马桶行业品牌竞争格局分析

第一节 坐便器-马桶行业历史竞争格局概况

一、坐便器-马桶行业集中度分析

二、坐便器-马桶行业竞争程度分析

第二节 坐便器-马桶行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2018-2023年国内坐便器-马桶行业品牌竞争格局展望

第四节 坐便器-马桶行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第九章 2018-2023年国内坐便器-马桶行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第二节 坐便器-马桶行业投资环境分析

一、政治环境分析

二、经济环境分析

三、国际环境分析

四、技术环境分析

第三节 2018-2023年坐便器-马桶行业投资价值分析

- 一、2018-2023年坐便器-马桶发展趋势分析
- 二、坐便器-马桶市场供需情况分析
- 三、坐便器-马桶市场利润水平分析
- 四、2018-2023年智能坐便器-马桶投资价值分析

第四节 坐便器-马桶行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、需求波动风险
- 三、原材料结构风险
- 四、产品破损风险
- 五、技术风险

第五节 坐便器-马桶行业投资策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第十章 业内专家对国内坐便器-马桶行业总结及企业经营战略建议

第一节 坐便器-马桶行业存在的问题分析

第二节 2018-2023年坐便器-马桶行业企业的资本运作模式

- 一、坐便器-马桶行业企业的兼并及收购分析
- 二、坐便器-马桶行业企业的融资方式选择建议
- 三、坐便器-马桶行业企业的融资方式选择建议

第三节 2018-2023年坐便器-马桶行业海外营销策略建议

第四节 2018-2023年坐便器-马桶行业企业营销模式建议

- 一、营销渠道体系构建原则
- 二、营销渠道体系结构设计
- 三、经销商评估及建立标准
- 四、渠道价格体系返利政策
- 五、营销渠道体系运作流程
- 六、营销渠道系统宣传推广
- 七、营销渠道反馈支持服务

第五节 坐便器-马桶企业品牌宣传推广策略

- 一、消费者互动的推广
- 二、新闻广告品牌推广
- 三、事件营销品牌推广
- 四、网络营销品牌推广
- 五、活动赞助品牌推广
- 六、口碑传播品牌推广

第六节 坐便器-马桶市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、企业重点客户的鉴别与确定
- 三、企业重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表 2015-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 2015-2017年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 2015-2017年规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表 2015-2017年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表 2015-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 2017年中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表 2015-2017年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 2015-2017年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表 2015-2017年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表0 2015-2017年中国进出口总额增长趋势图

图表1 中国坐便器-马桶行业标准情况

图表2 2015-2017年中国人口总量增长趋势图

图表3 2017年中国人口数量及其构成情况统计

图表4 2015-2017年中国各级各类学校招生人数统计

图表5 2015-2017年中国城镇化率变化趋势图

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/301006301006.html>