

2017-2022年中国生态厕所市场发展现状及投资价值分析报告

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《2017-2022年中国生态厕所市场发展现状及投资价值分析报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/huanbao/285410285410.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

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。

对生态厕所的称谓有多种：生态环保厕所、生物厕所、微生物厕所、干式搅拌厕所等等。

生态厕所按其发展完善过程可分为：

第一代模仿型生态厕所，是在国外引进机的基础上模仿而成的，特征是粪尿直入主机，进行生物处理。

第二代改进型生态厕所，在第一代的基础上，根据国情改进成型的，特征是粪尿分离，大便直入主机，进行生物处理；小便引出主机进入其它系统处理排放。

第三代完善型生态厕所，在第二代的基础上，增加负压通风系统，充分改善了厕内的如厕环境。

第四代创新型生态厕所，是生态厕所发展的里程碑，它有许多关键点的突破，比如动态的固液分离器；自动出渣装置；用电量的大幅下降等等。

生态厕所按用途不同可分为：免冲生态厕所、水冲生态厕所、循环冲生态厕所、太阳能免冲生态厕所、手摇生态厕所等。

城市里的厕所是城市基础设施的必要组成部分。可方便人们生活、满足生理功能需要；是收集、贮存和初步处理城市粪便的主要场所和设施；作为城市建筑的公厕设施本身是人文景观之一。公厕是社会的一种文化符号，无论对待厕所的态度、使用方式，还是建筑设计方面，都体现了不同国家和民族的风俗习惯、伦理标准。从生理代谢的简陋随意场所，到兼有生理代谢、卫生整理、休息乃至审美、商业、文化等多种功能，本质上构成了人的生活观念和环境意识的变革和进步。

公厕已成为现代城市文明形象的窗口之一，体现着城市物质文明和精神文明的发展水平。

2016年全国共建有厕所12.6万座,2016年新增近2000座。

2016年东中西部各6.4万座、3.5万座、2.7万座，分别约占50.6%、27.7%21.7%；三类以上标准的厕所有9.5万座，约占75.5%，其中东中西部各5.1万座、2.3万座、2.1万座，分别约占53.7%、24.7%和21.6%。数据显示，目前数量最多的省份为江苏、广东、浙江、河南、黑龙江、河北、上海、山东、北京、辽宁等省。

中国报告网发布的《2017-2022年中国生态厕所市场发展现状及投资价值分析报告》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。

第一章 中国生态厕所行业发展概述

1.1 生态厕所行业界定

1.1.1 生态厕所行业定义

1.1.2 生态厕所产品分类

1.2 生态厕所行业经济环境分析

1.2.1 国家GDP增长分析

1.2.2 国家城市化进程分析

1.3 生态厕所行业政策环境分析

1.3.1 生态厕所行业管理体制

1.3.2 生态厕所行业相关政策

（1）资源综合利用目录

（2）<环境标志产品技术要求-卫生陶瓷>（HBC16-2003）

（3）<便器水箱配件标准>JC987-2005

（4）节水型洁具管理细则

（5）城市公共厕所设计标准

（6）国家鼓励发展的环境保护技术目录

（7）国家先进污染防治示范技术名录

（8）环境保护、节能节水项目企业所得税优惠目录（试行）

（9）当前国家鼓励发展的环保产业设备（产品）目录（2016年版）

1.3.3 生态厕所行业发展规划

第二章 中国生态厕所行业发展分析

2.1 国际生态厕所行业发展分析

2.1.1 美国生态厕所行业发展分析

- (1) 美国环保投资规模分析
- (2) 美国环保产业发展重点分析
- (3) 美国生态厕所发展相关政策
- (4) 美国生态厕所行业应用技术
- (5) 美国生态厕所行业发展现状

2.1.2 日本生态厕所行业发展分析

- (1) 日本环保投资规模分析
- (2) 日本环保产业发展重点分析
- (3) 日本生态厕所发展相关政策

2.1.3 德国生态厕所行业发展分析

- (1) 德国环保投资规模分析
- (2) 德国环保产业发展重点分析
- (3) 德国环保产业发展相关政策

2.2 国内生态厕所行业发展分析

2.2.1 国内环保产业投资规模分析

2.2.2 国内环保产业发展重点领域

2.2.3 国内生态厕所行业发展历程

2.2.4 国内生态厕所行业制约因素

2.3 国内生态厕所行业竞争分析

2.3.1 生态厕所行业竞争格局分析

2.3.2 生态厕所行业潜在威胁分析

2.3.3 生态厕所行业议价能力分析

第三章 中国生态厕所行业下游需求分析

3.1 旅游景区生态厕所需求分析

3.1.1 旅游景区发展分析

- (1) 旅游景区分布情况
- (2) 旅游景区开发利用现状
- (3) 旅游景区盈利模式分析
- (4) 旅游景区市场发展特征

3.1.2 旅游市场旅客数量规模分析

3.1.3 城市旅游基础设施建设情况

- (1) 城市旅游集散中心情况
- (2) 城市旅游公共配套系统

3.1.4 旅游景区生态厕所应用可行性分析

- (1) 生态厕所的社会效益分析
- (2) 生态厕所的经济效益分析

3.1.5 一线城市旅游景区生态厕所需求分析

- (1) 北京旅游景区生态厕所需求分析
- (2) 上海旅游景区生态厕所需求分析

3.1.6 二线城市旅游景区生态厕所需求分析

- (1) 丽江景区生态厕所需求分析
- (2) 九寨沟景区生态厕所需求分析

3.2 交通工具生态厕所需求分析

3.2.1 客运列车生态厕所需求分析

- (1) 客运列车存量分析
- (2) 客运列车新产品供给分析
- (3) 客运列车公厕配置情况
- (4) 客运列车公厕改造市场需求

3.2.2 地铁站生态厕所需求分析

- (1) 地铁建设现状
- (2) 地铁在建项目
- (3) 地铁建设规划
- (4) 地铁站点公厕配置情况
- (5) 地铁站点公厕改造需求
- (6) 新建地铁站点配套生态厕所需求

3.2.3 客运飞机生态厕所需求分析

- (1) 客运飞机存量分析
- (2) 客运飞机供给分析
- (3) 客运飞机公厕配置情况
- (4) 客运飞机生态厕所需求

3.2.4 客运轮船生态厕所需求分析

- (1) 客运轮船存量分析
- (2) 客运轮船公厕配置情况
- (3) 客运轮船生态厕所需求

3.3 酒店行业生态厕所需求分析

3.3.1 酒店行业发展分析

- (1) 酒店行业市场规模分析
- (2) 酒店行业数量结构分析

3.3.2 酒店生态厕所需求分析

(1) 酒店厕所配置情况

(2) 酒店生态厕所需求分析

3.4 市政公厕改造市场需求分析

3.4.1 全国市政公厕改造总体需求

3.4.2 北京市政公厕改造需求分析

3.4.3 上海市政公厕改造需求分析

3.4.4 广州市政公厕改造需求分析

3.5 主题事件生态厕所需求分析

3.5.1 奥运会生态厕所需求分析

(1) 奥运会生态厕所使用情况

(2) 奥运会生态厕所应用技术

(3) 奥运会生态厕所供应商分析

3.5.2 世博会生态厕所需求分析

(1) 世博会生态厕所使用情况

(2) 世博会生态厕所应用技术

(3) 世博会生态厕所供应商分析

3.6 农村社区生态厕所需求分析

3.6.1 农村社区厕所环保现状分析

3.6.2 农村社区生态厕所应用分析

(1) 农村社区生态厕所使用现状

(2) 农村社区生态厕所应用技术

(3) 农村社区生态厕所主要问题

(4) 农村社区生态厕所发展对策

3.6.3 农村社区生态厕所需求前景

第四章 中国有机污染物处理技术发展分析

4.1 有机污染物处理方法概述

4.1.1 有机污染物物理处理法

(1) 重力分离法

(2) 离心分离法

(3) 过滤分离法

4.1.2 有机污染物化学处理法

(1) 中和法

(2) 混凝沉淀法

(3) 氧化还原法

4.1.3 有机污染物生物处理法

(1) 好氧生物治理法

(2) 厌氧生物处理法

(3) 天然生物治理法

4.1.4 有机污染物交叉处理法

(1) 吸附法

(2) 电渗析法

(3) 汽提法与吹脱法

4.2 有机污染物物理化学处理技术进展分析

4.2.1 有机污染物膜过滤技术进展分析

4.2.2 有机污染物化学处理法进展分析

(1) 强化混凝法

(2) 高级氧化技术

4.2.3 有机污染物交叉处理法进展分析

(1) 活性炭吸附法进展

(2) 超声光催化联合技术进展

(3) 高级氧化与高效吸附联用工艺进展

4.3 有机污染物生物处理方法进展分析

4.3.1 有机污染物活性污泥法进展分析

4.3.2 有机污染物MBR技术进展分析

(1) MBR技术原理

(2) MBR技术优势分析

(3) MBR技术应用现状

(4) MBR技术应用前景

4.3.3 有机污染物MBBR技术进展分析

(1) MBBR技术原理

(2) MBBR技术特点

(3) MBBR技术应用现状

4.3.4 有机污染物厌氧生物处理技术进展分析

(1) ABR技术原理

(3) ABR技术应用现状

(2) ABR技术特点

第五章 中国生态厕所行业产品市场分析

5.1 太阳能公厕市场分析

5.1.1 太阳能公厕技术原理

5.1.2 太阳能公厕特点与应用领域

5.1.3 太阳能公厕市场使用现状

5.1.4 太阳能公厕市场价格分析

5.1.5 太阳能公厕市场发展趋势

5.2 免水冲洗厕所市场分析

5.2.1 免水冲洗厕所技术原理

5.2.2 免水冲洗厕所特点与应用领域

5.2.3 免水冲洗厕所市场使用现状

5.2.4 免水冲洗厕所市场发展趋势

5.3 循环水冲洗厕所市场分析

5.3.1 循环水冲洗厕所技术原理

5.3.2 循环水冲洗厕所特点与应用领域

5.3.3 循环水冲洗厕所市场使用现状

5.3.4 循环水冲洗厕所市场发展趋势

第六章 中国生态厕所行业重点企业经营分析

6.1 生态厕所行业企业总体发展状况

6.2 生态厕所行业领先企业经营分析

6.2.1 山东生态洁环保科技有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

6.2.2 北京蓝洁士科技发展有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

6.2.3 上海华杰生态环境工程有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

6.2.4 南京协力环保科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.2.5 上海美申环境设施设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

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

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

第七章 中国生态厕所行业投资与前景预测

7.1 生态厕所行业投资风险分析

- 7.1.1 生态厕所行业政策风险
- 7.1.2 生态厕所行业宏观经济波动风险
- 7.1.3 生态厕所行业市场波动风险
- 7.1.4 生态厕所行业经营管理风险
- 7.1.5 生态厕所行业其他风险

7.2 生态厕所行业投资特性分析

- 7.2.1 生态厕所行业进入壁垒
- 7.2.2 生态厕所行业商业模式
- 7.2.3 生态厕所行业盈利因素

7.3 生态厕所行业发展前景分析

- 7.3.1 生态厕所行业发展趋势
- 7.3.2 生态厕所行业前景预测

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（%）

图表 2 2006年3月—2016年3月工业增加值月度同比增长率（%）

图表 3 2006年3月—2016年3月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表 4 2006年1-3月—2016年1-3月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表 5 2006年3月—2016年3月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表 6 2016年3月居民消费价格主要数据

图表 7 2006年3月—2016年3月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 8 2006年3月—2016年3月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表 9 2006年3月—2016年3月货币供应量月度同比增长率（%）

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

图表 11 商场、超市和商业街公共厕所卫生设施

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

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

图表 14 饭店（宾馆）公共厕所卫生设施

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

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

图表 17 厕所间平面优先尺寸（内表面尺寸）

图表 18 铸铁排水管道标准坡度和最小坡度

图表 19 公共厕所设计使用的图例

图表 20 公共厕所卫生洁具的使用空间

（GYZX）

图表详见正文

特别说明：中国报告网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，请放心查阅。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/huanbao/285410285410.html>