

中国智能马桶行业发展深度研究与投资前景分析 报告（2023-2030年）

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《中国智能马桶行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202306/636557.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、行业相关定义

智能马桶又称智能坐便器，最早源于美国，用于医疗和老年保健，最初设置有温水洗净功能。后经韩国，日本的卫浴公司逐渐引进技术开始制造，加入了座便盖加热、温水洗净、暖风干燥、杀菌等多种功能。

市场上的智能坐便器大体上分为三种，一种为带清洗、加热、杀菌等的智能坐便器，一种为可自动换套的智能坐便器，另外一种为自动换套加清洗功能智能座便器。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。

二、行业市场规模

我国智能卫浴行业处于发展初期，行业高速发展。近年来，随着我国国民经济的不断发展，生活水平的不断提高，消费升级使得大众对于居家品质方面的要求在不断提升，同时也促进智能家居行业的快速升级。其中，智能马桶产品在干净卫生、舒适智能等基础功能上，不断涌现更多细节化个性化功能，于2015年后在国内市场呈现爆发式发展，市场规模稳定增长，由于受到疫情影响与基数影响，2020年至2022年的增速有所下降，但仍保持增长态势。2022年我国智能马桶销售规模超过150.5亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、行业供需规模情况

1、供应规模

年轻人多重视卫生间升级，且通过购买智能马桶改善生活的比例最大。随着消费不断升级，品质家居逐渐成人们家装首选，卫浴空间智能化升级已经成为市场新需求，尤其是智能马桶，俨然已成为智能卫浴的主要入口。2021年精装修市场智能马桶配套项目个数843个，同比上升39.8%；配套规模72.7万套，较2020年增长35.8%，配置率达25.4%，上升8.9个百分点。

从产量看，我国智能马桶产业不断获得政府和行业的认可，我国台州已建设成配套较全的智能马桶产业集聚区，产量不断增长。2022我国智能马桶产量达到597万台。

数据来源：观研天下数据中心整理

2、需求规模

智能马桶产品是一个中间产品，整个行业发展跟房地产关联度很高。从我国房地产发展来看，2022年房地产市场萎缩，中国商品住宅精装项目新开盘累计数量2015个，同比下降42.2%，

精装楼盘开盘规模为145.8万套，同比下降49%。

数据来源：AVC，观研天下数据中心整理

在智能马桶销量方面，消费升级、精装政策落地和产品本土化都推动着智能马桶普及，智能马桶无论是配套数还是配套率总体都呈上涨态势，2022年智能马桶销量为550万台，近年来保持稳定增长。

数据来源：观研天下数据中心整理

四、行业竞争格局

近年来，国内智能坐便器企业如雨后春笋，遍地开花，但业内产品质量参差不齐，并仍处于发展初期阶段。由于行业壁垒较低，短短几年之间，行业发展势头迅猛，很快迎来竞争白热化的“战国时代”。除了专业卫浴企业，智能坐便器品牌格局，还活跃着多个领域的闯入者。比较强势的闯入者主要是综合家电企业和综合家居建材企业。此外，还有国内的个别互联网企业，也期望通过更新颖的互联网技术搭载闯入智能坐便器领域。当然，智能坐便器品牌格局的闯入者更多的还是一些小规模企业，他们往往以单一的智能坐便器产品以及别出心裁的概念包装亮相，单一的智能坐便器产品主要以浙江台州品牌为代表。

从市场竞争梯队看，国外科勒、TOTO等知名品牌仍牢牢占据市场第一梯队；国产品牌如瑞尔特、惠达、九牧、箭牌等发展较快，智能坐便器生产线已初具规模，技术水平稳步提升，占据市场第二梯队；第三梯队主要是规模较小的国产品牌。国内智能卫浴产业发展至今，市场规模不断扩大，但技术水平与国外发达经济体领先品牌仍有较大差距，国产替代空间大。且国内包括瑞尔特、惠达等领先智能坐便器品牌均仍未摆脱代工厂的标签，自主品牌建设仍在起步期。

智能化浪潮下，智能家居、智能卫浴市场空间巨大。智能坐便器作为智能卫浴市场重要组成部分，国产品牌发力空间巨大。国内企业仍需不断加大技术投入，提升产品附加值，重视渠道网络建设，加大品牌宣传，提升行业发展质量，推动国内智能坐便器产业由“制造强国”向“品牌强国”转变。此外，当前智能坐便器在日本、韩国普及率较高，在中国、美国、欧洲等大多数国家市场普及率仍较低，全球智能卫浴产品市场潜力巨大，国内产品出海空间大。

五、未来发展趋势

我国传统住房以毛坯房为主，户型复杂多变，未形成统一的施工标准，如今随着国内户型趋向标准化，装配式建筑及精装修逐渐普及开来，整装卫浴也逐步得到运用。整装卫浴是将吊顶、底盘、墙板、洁具及所有卫浴配件设施集成化的卫生间装配方案，相对传统装修方案，具有安装效率高、空间利用率高、洁净干爽、使用寿命长、环保安全等特点。

智能化已成为家居卫浴行业发展的重要趋势。随着传感器、移动互联网、物联网等技术的逐步发展成熟，智能坐便器、智能水嘴等智能卫浴产品不断涌现，深受重视生活品质的消费者喜爱。未来家居卫浴产品的智能化程度将进一步提升，如具备健康监测、安全监控等功能以

及实现产品之间的互联互通等。

随着消费升级的进一步深化，消费者愈发注重消费过程的体验和感受，线上线下融合的“新零售”模式便成为了这个时代背景下催生的新产物。相比起传统的线下模式，新零售模式可以利用大数据更精准地把控消费者的购买行为和真实需求，而相比起纯线上模式，又补足了购物体验的短板，为消费者提供真实的购物场景，因此，新零售模式已经成为了行内众多企业未来发展的新趋势。（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国智能马桶行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国智能马桶行业发展概述

第一节 智能马桶行业发展情况概述

一、智能马桶行业相关定义

二、智能马桶特点分析

三、智能马桶行业基本情况介绍

四、智能马桶行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、智能马桶行业需求主体分析

第二节中国智能马桶行业生命周期分析

一、智能马桶行业生命周期理论概述

二、智能马桶行业所属的生命周期分析

第三节智能马桶行业经济指标分析

一、智能马桶行业的赢利性分析

二、智能马桶行业的经济周期分析

三、智能马桶行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球智能马桶行业市场发展现状分析

第一节全球智能马桶行业发展历程回顾

第二节全球智能马桶行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲智能马桶行业地区市场分析

一、亚洲智能马桶行业市场现状分析

二、亚洲智能马桶行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲智能马桶行业市场前景分析

第四节北美智能马桶行业地区市场分析

一、北美智能马桶行业市场现状分析

二、北美智能马桶行业市场规模与市场需求分析

三、北美智能马桶行业市场前景分析

第五节欧洲智能马桶行业地区市场分析

一、欧洲智能马桶行业市场现状分析

二、欧洲智能马桶行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲智能马桶行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界智能马桶行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球智能马桶行业市场规模预测

第三章 中国智能马桶行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对智能马桶行业的影响分析

第三节中国智能马桶行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对智能马桶行业的影响分析

第五节中国智能马桶行业产业社会环境分析

第四章 中国智能马桶行业运行情况

第一节中国智能马桶行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国智能马桶行业市场规模分析

一、影响中国智能马桶行业市场规模的因素

二、中国智能马桶行业市场规模

三、中国智能马桶行业市场规模解析

第三节中国智能马桶行业供应情况分析

一、中国智能马桶行业供应规模

二、中国智能马桶行业供应特点

第四节中国智能马桶行业需求情况分析

一、中国智能马桶行业需求规模

二、中国智能马桶行业需求特点

第五节中国智能马桶行业供需平衡分析

第五章 中国智能马桶行业产业链和细分市场分析

第一节中国智能马桶行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、智能马桶行业产业链图解

第二节中国智能马桶行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对智能马桶行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对智能马桶行业的影响分析

第三节我国智能马桶行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国智能马桶行业市场竞争分析

第一节中国智能马桶行业竞争现状分析

一、中国智能马桶行业竞争格局分析

二、中国智能马桶行业主要品牌分析

第二节中国智能马桶行业集中度分析

一、中国智能马桶行业市场集中度影响因素分析

二、中国智能马桶行业市场集中度分析

第三节中国智能马桶行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国智能马桶行业模型分析

第一节中国智能马桶行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国智能马桶行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国智能马桶行业SWOT分析结论

第三节中国智能马桶行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国智能马桶行业需求特点与动态分析

第一节中国智能马桶行业市场动态情况

第二节中国智能马桶行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节智能马桶行业成本结构分析

第四节智能马桶行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国智能马桶行业价格现状分析

第六节中国智能马桶行业平均价格走势预测

- 一、中国智能马桶行业平均价格趋势分析
- 二、中国智能马桶行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国智能马桶行业所属行业运行数据监测

第一节中国智能马桶行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国智能马桶行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国智能马桶行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国智能马桶行业区域市场现状分析

第一节 中国智能马桶行业区域市场规模分析

- 一、影响智能马桶行业区域市场分布的因素
- 二、中国智能马桶行业区域市场分布

第二节 中国华东地区智能马桶行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区智能马桶行业市场分析
 - (1) 华东地区智能马桶行业市场规模
 - (2) 华南地区智能马桶行业市场现状
 - (3) 华东地区智能马桶行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区智能马桶行业市场分析
 - (1) 华中地区智能马桶行业市场规模
 - (2) 华中地区智能马桶行业市场现状
 - (3) 华中地区智能马桶行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区智能马桶行业市场分析
 - (1) 华南地区智能马桶行业市场规模
 - (2) 华南地区智能马桶行业市场现状
 - (3) 华南地区智能马桶行业市场规模预测

第五节 华北地区智能马桶行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区智能马桶行业市场分析
 - (1) 华北地区智能马桶行业市场规模

(2) 华北地区智能马桶行业市场现状

(3) 华北地区智能马桶行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区智能马桶行业市场分析

(1) 东北地区智能马桶行业市场规模

(2) 东北地区智能马桶行业市场现状

(3) 东北地区智能马桶行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区智能马桶行业市场分析

(1) 西南地区智能马桶行业市场规模

(2) 西南地区智能马桶行业市场现状

(3) 西南地区智能马桶行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区智能马桶行业市场分析

(1) 西北地区智能马桶行业市场规模

(2) 西北地区智能马桶行业市场现状

(3) 西北地区智能马桶行业市场规模预测

第十一章 智能马桶行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国智能马桶行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能马桶行业未来发展前景分析

- 一、智能马桶行业国内投资环境分析
- 二、中国智能马桶行业市场机会分析
- 三、中国智能马桶行业投资增速预测

第二节 中国智能马桶行业未来发展趋势预测

第三节 中国智能马桶行业规模发展预测

- 一、中国智能马桶行业市场规模预测
- 二、中国智能马桶行业市场规模增速预测
- 三、中国智能马桶行业产值规模预测
- 四、中国智能马桶行业产值增速预测
- 五、中国智能马桶行业供需情况预测

第四节 中国智能马桶行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国智能马桶行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国智能马桶行业进入壁垒分析

- 一、智能马桶行业资金壁垒分析
- 二、智能马桶行业技术壁垒分析
- 三、智能马桶行业人才壁垒分析
- 四、智能马桶行业品牌壁垒分析
- 五、智能马桶行业其他壁垒分析

第二节 智能马桶行业风险分析

- 一、智能马桶行业宏观环境风险
- 二、智能马桶行业技术风险

三、智能马桶行业竞争风险

四、智能马桶行业其他风险

第三节中国智能马桶行业存在的问题

第四节中国智能马桶行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国智能马桶行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国智能马桶行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国智能马桶行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 智能马桶行业营销策略分析

一、智能马桶行业产品策略

二、智能马桶行业定价策略

三、智能马桶行业渠道策略

四、智能马桶行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202306/636557.html>