

# 2019年中国智能马桶行业分析报告- 产业供需现状与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国智能马桶行业分析报告-产业供需现状与发展前景研究》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/424156424156.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

进入2020第二季度，新冠疫情对我国经济负面影响逐渐减弱，我国智能马桶市场Q2的增长趋势也明显好于Q1。但由于智能马桶属于安装家电类，上半年零售量、额仍未及去年同期。2020年上半年，我国智能马桶市场（盖）零售额规模16亿元，同比增长3.6%，其中一体机零售额规模10.2亿元，同比增长6.4%，马桶盖零售额规模5.9亿元，同比下降0.9%。

### 2017-2020年上半年全国智能马桶（盖）市场零售量及同比增速

数据来源：公开资料

### 2017-2020年上半年全国智能马桶（盖）市场零售额及同比增速

数据来源：公开资料

2020年上半年智能马桶一体机在销品牌和机型激增，分别达258个、1257个；TOP10品牌集中度较低，但TOP5、TOP3品牌份额有升高趋势，分别增至28.9%、40%。

2020年上半年一体机在销品牌和机型数量 数据来源：公开资料

2020年上半年TOP品牌集中度（零售额） 数据来源：公开资料

从2020年上半年一体机整体市场品牌竞争来看，九牧以10.1%的份额占据第一，恒洁则是份额增长最快，为4.7%。分平台来看，平台电商渠道，恒洁以11.1%份额排名第一，份额增速最快的是希箭，同比增长8.7%；专业电商渠道，九牧以14.7%的份额占据第一，同时也是份额同比增速最快的，达7.3%。

### 2020年上半年一体机市场品牌竞争格局（零售额）

品牌

20H1零售额份额

份额同比

20H1均价

均价同比

恒洁

9.6%

4.7%

3801

-3.6%

希箭

9.1%

-0.5%

2356

-20.6%

箭牌

9.2%

2.9%

4046

-14.1%

九牧

10.1%

2.9%

2986

9.4%

皇琥

2.9%

1.1%

2552

-2.4%

富士净

2.8%

2.8%

4109

0%

德希顿

2.4%

-3.7%

4525

-3.6%

摩普

2.6%

-1.2%

3146

-14.3%

TOTO

2.9%

0.1%

8718

24.7%

松下

2.4%

0.3%

7475

-23.6%数据来源：公开资料

2020年上半年一体机分平台品牌竞争格局（零售额）

品牌

20H1零售额份额

份额同比

20H1均价

平台电商

恒洁

11.1%

6.5%

4172

希箭

10.7%

8.7%

2413

箭牌

9.1%

0.3%

4418

九牧

7.1%

-0.1%

3085

皇琥

4.1%

0.7%

2623

摩航

3.9%

3.9%

4345

德希顿

3.4%

-4.8%

4422

摩普

3.2%

-3.1%

3571

东芝

3%

1.8%

4095

卡贝

2.7%

2.4%

2010

品牌

20H1零售额份额

份额同比

20H1均价

专业电商

九牧

14.7%

7.3%

2918

箭牌

9.3%

5.7%

3604

恒洁

7.4%

2.2%

3165

富士净

6.9%

6.9%

4109

希箭

6.7%

-10.9%

2230

松下

4.4%

0.4%

7138

TOTO

3.9%

3.1%

8714

杉本

3.4%

-2.4%

4134

四季沐歌

2.6%

1.2%

1962

海尔

2.6%

1.3%

3139数据来源：公开资料

从2020年上半年马桶盖整体市场品牌竞争来看，松下以39.4%的份额占据第一，东芝则是份额增长最快，为5.2%。分平台来看，平台电商渠道，松下以35.9%份额排名第一，份额增速最快的是东芝，同比增长5.6%；专业电商渠道，松下以42.9%的份额占据第一，东芝则是份额同比增速最快的，达3.7%。

## 2020年上半年马桶盖市场品牌竞争格局（零售额）

品牌

20H1零售额份额

份额同比

20H1均价

均价同比

智米

3.3%

-5.9%

976

6.6%

科勒

3.4%

-1.3%

2544

4.1%

TOTO

6.3%

-0.9%

2778

4.9%

爱真

2.5%

0.4%

2488

0.1%

卫丽净

1.4%

0.1%

1600

-2.8%

京造

1.8%

1.1%

863



-6.7%

海尔

10.9%

-0.5%

1628

4.2%

松下

39.4%

1.6%

1938

-13.1%

东芝

10.3%

5.2%

1633

-21.2%

飞利浦

2.7%

2.6%

1312

-33.2%数据来源：公开资料

2020年上半年马桶盖分平台品牌竞争格局（零售额）

品牌

20H1零售额份额

份额同比

20H1均价

平台电商

松下

35.9%

3.4%

2348

东芝

14%

5.6%

1806

海尔

10.7%

0.1%

1809

TOTO

5.8%

-2%

2969

爱真

3.9%

0.8%

2606

科勒

3%

-1.8%

2579

现凌

2.6%

1.4%

897

摩航

2.2%

2.2%

1599

飞利浦

2.1%

2.1%

1621

卫利净

2.1%

-0.4%

1622

品牌

20H1零售额份额

份额同比

20H1均价

专业电商

松下

42.9%

1.5%

1693

海尔

11%

-0.9%

1485

TOTO

6.9%

0.1%

2635

东芝

6.5%

3.7%

1357

智米

4.6%

-5.7%

909

科勒

3.8%

-0.9%

2518

京造

3.5%

2.4%

863

飞利浦

3.4%

3.1%

1174

裕津

1.5%

0.7%

1419

网易严选

1.2%

0.3%

1166数据来源：公开资料

2020年上半年马桶盖新品加热式基本普及，零售量占比达97.8%。此外，遥控式占比大幅提升，老品遥控式零售量份额增至36.1%。

2020年上半年马桶盖新品加热方式零售量占比 数据来源：公开资料

2020年上半年马桶盖新品与老品控制方式零售量占比 数据来源：公开资料（TC）

## 【报告大纲】

### 第一部分产业环境透视

#### 第一章智能马桶盖相关概述

##### 第一节智能马桶盖定义及特性

###### 一、定义

###### 二、特性

###### 三、技术参数

##### 第二节智能马桶盖生产工艺及应用

###### 一、生产工艺

###### 1、生产设备

###### 2、生产成本结构

###### 3、制造工艺

###### 二、物料清单

### 第二章中国智能马桶盖行业发展环境分析

#### 第一节中国智能马桶盖行业发展经济环境分析

##### 一、中国GDP增长情况

##### 二、中国社会消费品零售情况

##### 三、中国消费价格指数分析

#### 第二节中国智能马桶盖行业发展社会环境分析

##### 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、中国城镇化率

## 第三节中国智能马桶盖行业发展政策环境分析

### 一、行业政策发展

### 二、行业发展规划

## 第三章“十三五”中国经济发展环境分析

### 第一节“十三五”期间世界经济发展趋势

#### 一、“十三五”期间世界经济将逐步恢复增长

#### 二、“十三五”期间经济全球化曲折发展

#### 三、“十三五”期间新能源与节能环保将引领全球产业

#### 四、“十三五”期间跨国投资再趋活跃

#### 五、“十三五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济

#### 六、“十三五”期间世界主要新兴经济体大幅提升

### 第二节“十三五”期间我国经济面临的形势

#### 一、“十三五”期间我国经济将长期趋好

#### 二、“十三五”期间我国经济将围绕三个转变

#### 三、“十三五”期间我国工业产业将全面升级

#### 四、“十三五”期间我国以绿色发展战略为基调

### 第三节“十三五”期间我国对外经济贸易预测

#### 一、“十三五”期间我国劳动力结构预测

#### 二、“十三五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测

#### 三、“十三五”期间我国自主创新结构预测

#### 四、“十三五”期间我国产业体系预测

#### 五、“十三五”期间我国产业竞争力预测

#### 六、“十三五”期间我国经济国际化预测

#### 七、“十三五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测

#### 八、“十三五”期间人民币区域化和国际化预测

#### 九、“十三五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测

#### 十、“十三五”期间我国中小企业面临的外需环境预测

## 第二部分行业深度分析

## 第四章中国智能马桶盖行业发展现状分析

### 第一节中国智能马桶盖行业发展概述

#### 一、智能马桶盖行业价格现状

#### 二、智能马桶盖行业产销状况分析

### 三、智能马桶盖行业市场盈利能力分析

#### 第二节2017-2020年中国智能马桶盖产品市场规模变化情况

##### 一、2017-2020年市场规模及增长分析

##### 二、市场规模变化情况

#### 第三节近年来中国智能马桶盖产品消费需求变化趋势

##### 一、市场供给情况分析

##### 二、行业供给趋势分析

##### 三、国内市场需求情况分析

##### 四、市场需求发展情况分析

#### 第四节中国智能马桶盖行业发展所面临的主要问题

### 第五章2017-2020年中国智能马桶盖产业链分析

#### 第一节智能马桶盖行业产业链概况

##### 一、智能马桶盖行业上游发展现状

##### 二、智能马桶盖行业上游发展趋势

##### 三、智能马桶盖行业下游发展现状

##### 四、智能马桶盖行业下游发展趋势

#### 第二节中国智能马桶盖行业进入退出壁垒分析

##### 一、行业进入壁垒

##### 二、行业退出壁垒

### 第六章中国智能马桶盖产品进出口状况分析

#### 第一节进口情况分析

##### 一、中国智能马桶盖产品进口数量分析

##### 二、中国智能马桶盖产品进口金额分析

#### 第二节出口情况分析

##### 一、中国智能马桶盖产品出口数量分析

##### 二、中国智能马桶盖产品出口金额分析

### 第七章智能马桶盖行业运行经济指标分析

#### 第一节 中国智能马桶盖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 中国智能马桶盖所属行业产销与费用分析

##### 一、产成品分析

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国智能马桶盖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

第八章智能马桶盖区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2021-2026年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2021-2026年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2021-2026年行业发展趋势分析

第四节 中部地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2021-2026年行业发展趋势分析

第五节 华南地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

### 三、市场规模情况分析

### 四、2021-2026年行业发展趋势分析

#### 第六节西部地区

##### 一、行业发展环境分析

##### 二、市场需求情况分析

##### 三、市场规模情况分析

##### 四、2021-2026年行业发展趋势分析

#### 第三部分竞争格局分析

### 第九章中国智能马桶盖行业市场竞争格局分析

#### 第一节中国智能马桶盖行业竞争现状分析

##### 一、技术竞争分析

##### 二、产品价格竞争分析

##### 三、品牌竞争分析

#### 第二节中国智能马桶盖行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

##### 三、区域集中度分析

#### 第三节中国智能马桶盖行业竞争格局分析

##### 一、我国智能马桶盖市场竞争分析

##### 二、国内主要智能马桶盖企业动向

##### 三、国内行业竞争趋势发展分析

### 第十章重点企业发展分析

#### 第一节上海箭牌卫浴有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析

##### 三、企业发展现状分析

##### 四、企业竞争优势分析

#### 第二节松下电器(中国)有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析

##### 三、企业发展现状分析

##### 四、企业竞争优势分析

#### 第三节广东恒洁卫浴有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析



三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节惠达卫浴股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节浙江星星便洁宝有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节合肥荣事达电子电器集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节浙江维卫电子洁具有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八节科勒(中国)投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九节浙江特洁尔智能洁具有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十节宁波舜洁卫生器具有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

### 三、企业发展现状分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第十一章智能马桶盖行业市场竞争策略分析

### 第一节行业竞争结构分析

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节智能马桶盖市场竞争策略分析

#### 一、智能马桶盖市场增长潜力分析

#### 二、智能马桶盖产品竞争策略分析

##### 1、核心竞争力

##### 2、战略思想

##### 3、盈利模型

##### 4、盈利因素

##### 5、竞争力指标

#### 三、典型企业产品竞争策略分析

##### 1、通过进行战略规划培育核心竞争力

##### 2、通过实现管理创新培育核心竞争力

##### 3、通过建设企业文化培育核心竞争力

##### 4、通过建设学习型企业培育核心竞争力

##### 5、通过实施品牌战略培育核心竞争力

##### 6、通过管理模式战略培育核心竞争力

### 第三节智能马桶盖行业发展趋势分析

#### 一、2021-2026年我国智能马桶盖市场发展趋势

#### 二、2021-2026年智能马桶盖行业销售额变化预测

## 第十二章智能马桶盖产业消费市场调查分析

### 第一节智能马桶盖市场目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第二节智能马桶盖市场的品牌市场调查

#### 一、消费者对智能马桶盖品牌认知度宏观调查

#### 二、消费者对智能马桶盖产品的品牌偏好调查

三、消费者对智能马桶盖品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、智能马桶盖品牌忠诚度调查

六、智能马桶盖品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第十三章“十三五”规划前期重大课题研究分析

第一节“十三五”宏观经济形势研究

一、“十三五”国际环境变化及对我国经济影响

二、“十三五”中国经济转型升级动力机制研究

三、“十三五”经济结构调整的方向和战略举措

四、“十三五”创新驱动战略与创新型国家建设

五、“十三五”完善金融市场体系和风险防范研究

第二节“十三五”产业发展形势研究

一、“十三五”工业结构升级与布局优化研究

二、“十三五”现代农业发展与粮食安全战略

三、“十三五”住房保障体系与房地产发展研究

四、“十三五”促进服务业发展重点机制研究

五、“十三五”战略性新兴产业发展战略研究

第三节“十三五”生态文明与环境研究

一、“十三五”生态文明建设及制度研究

二、“十三五”环境治理及模式创新研究

三、“十三五”低碳经济绿色低碳发展研究

四、“十三五”大气污染治理战略研究

第四节“十三五”社会环境发展研究

一、“十三五”人口发展战略政策研究

二、“十三五”扩大消费需求增长研究

三、“十三五”健康保障发展问题研究

四、“十三五”公共服务和民生保障研究

第三部分行业战略研究

第十四章2021-2026年智能马桶盖行业发展趋势及投资风险分析

## 第一节当前智能马桶盖存在的问题

## 第二节智能马桶盖未来发展预测分析

### 一、中国智能马桶盖发展方向分析

### 二、2021-2026年智能马桶盖行业产值变化预测

## 第三节2021-2026年中国智能马桶盖行业投资风险分析

### 一、政策风险及防范

### 二、技术风险及防范

### 三、供求风险及防范

### 四、宏观经济波动风险及防范

### 五、关联产业风险及防范

## 第十五章2021-2026年智能马桶盖行业发展趋势与投资战略研究

### 第一节2021-2026年智能马桶盖市场发展潜力分析

#### 一、市场空间广阔

#### 二、竞争格局变化

#### 三、高科技应用带来新生机

### 第二节2021-2026年智能马桶盖行业发展趋势分析

#### 一、品牌格局趋势

#### 二、渠道分布趋势

#### 三、消费趋势分析

### 第三节2021-2026年智能马桶盖行业发展战略研究

#### 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

### 第四节对我国智能马桶盖品牌的战略思考

#### 一、智能马桶盖品牌的重要性

#### 二、智能马桶盖实施品牌战略的意义

#### 三、智能马桶盖企业品牌的现状分析

#### 四、智能马桶盖品牌战略管理的策略

## 第十六章市场预测及行业项目投资建议

### 第一节中国生产、营销企业投资运作模式分析

#### 一、生产企业投资运作模式分析

#### 二、营销企业投资运作模式分析

## 第二节外销与内销优势分析

### 一、投资对象

### 二、投资进入模式

## 第三节2021-2026年全国市场预测趋势

### 一、2021-2026年市场规模预测

### 二、2021-2026年企业数量增长预测

### 三、2021-2026年行业投资规模预测

### 四、2021-2026年市场盈利预测

## 第四节投资策略与建议

### 一、企业资本结构选择

### 二、企业战略选择

#### 1、产品策略

#### 2、价格策略

#### 3、渠道策略

#### 4、促销策略

#### 5、竞争策略

## 第五节项目投资建议

### 一、产品技术应用注意事项

### 二、项目投资注意事项

### 三、产品生产开发注意事项

### 四、产品销售注意事项

### 部分图表目录：

图表：智能马桶盖物料清单(BOM)及价格

图表：2017-2020年国内生产总值统计

图表：2017-2020年中国社会消费品零售总额统计

图表：2017-2020年中国居民消费价格指数统计

图表：2017-2020年末中国人口数及其构成

图表：2011-2016年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2017-2020年中国研究与试验发展(R&D)经费支出

图表：2017-2020年中国专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2017-2020年中国智能马桶盖行业产销统计

图表：2017-2020年中国智能马桶盖行业销售额统计

图表：2017-2020年中国智能马桶盖行业市场规模统计

图表：2017-2020年中国智能马桶盖行业产量统计

图表：2017-2020年中国智能马桶盖行业销量统计

图表：2017-2020中国智能马桶盖行业销售额增长率

图表：2017-2020年中国智能马桶盖行业产值规模

图表：2021-2026年中国智能马桶盖行业市场规模预测

图表：2021-2026年中国智能马桶盖行业销售额预测

图表详见报告正文 . . . . . ( ZSAM )

### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国智能马桶行业分析报告-产业供需现状与发展前景研究》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。

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。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、阿里巴巴、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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/424156424156.html>