

2021-2027年中国生态厕所行业市场深度分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国生态厕所行业市场深度分析及投资方向研究报告》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/202011/909236.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

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。

智研咨询发布的《2021-2027年中国生态厕所行业市场深度分析及投资方向研究报告》共七章。首先介绍了生态厕所行业市场发展环境、生态厕所整体运行态势等，接着分析了生态厕所行业市场运行的现状，然后介绍了生态厕所市场竞争格局。随后，报告对生态厕所做了重点企业经营状况分析，最后分析了生态厕所行业发展趋势与投资预测。您若想对生态厕所产业有个系统的了解或者想投资生态厕所行业，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1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>（HBC16-2004）

（3）<便器水箱配件标准>JC987-2006

（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

1.3.3生态厕所行业发展规划

第2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3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

- (1) 入境旅游市场旅客规模
- (2) 出境旅游市场旅客规模
- (3) 国内旅游市场旅客规模

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

- 1) 北京旅游景区资源分类
- 2) 北京旅游景区游客总量
- 3) 北京旅游景区公厕配置
- 4) 北京旅游景区生态厕所需求

(2) 上海旅游景区生态厕所需求分析

- 1) 上海旅游景区资源分类
- 2) 上海旅游景区游客总量
- 3) 上海旅游景区公厕配置
- 4) 上海旅游景区生态厕所需求

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

- 1) 丽江景区建设现状与投资规划
- 2) 丽江景区游客总量与收入分析
- 3) 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

- 1) 九寨沟景区建设现状与投资规划
- 2) 九寨沟景区游客总量与收入分析
- 3) 九寨沟景区公厕配置现状分析

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
 - 1) 不同等级城市对应酒店结构
 - 2) 不同星级酒店数量结构分析
 - 3) 不同经济类型酒店数量结构分析
 - 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4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
 - 1) 活性污泥法
 - 2) 生物膜法
 - 3) 生物接触氧化法
 - (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
 - (2) ABR技术特点
 - (3) ABR技术应用现状
- 第5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6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股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业荣誉资质分析

(4) 企业工程案例分析

6.2.2北京蓝洁士科技发展有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业荣誉资质分析

(4) 企业工程案例分析

6.2.3上海华杰生态环境工程有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业荣誉资质分析

(4) 企业工程案例分析

6.2.4南京协力环保科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业荣誉资质分析

(4) 企业工程案例分析

6.2.5上海美申环境设施设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

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) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

6.2.7北京华清丽洁科技发展有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

6.2.8隆润新技术发展有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业荣誉资质分析
- (4) 企业工程案例分析

6.2.9北京万绿源环保技术有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业荣誉资质分析
- (4) 企业工程案例分析

6.2.10南京国光环保科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业荣誉资质分析
- (4) 企业工程案例分析

第7章：中国生态厕所行业投资与前景预测（ZYZS）

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：以来中国GDP增长情况（单位：%）

图表2：2021-2027年中国城镇化率走势及预测（单位：%）

图表3：生态厕所行业主要主管部门及相关职能列表

图表4：2016-2020年美国高效节水厕所和小便器市场占有率趋势（单位：%）

图表5：旅游景区分布空间洛伦兹曲线（单位：个）

图表6：中国入境旅游情况（单位：万人次，亿美元，%）

图表7：中国入境旅游主要客源市场情况（单位：万人次，%）

图表8：中国国内旅游的出游与花费（单位：亿人次，%，亿元，元）

图表9：中国国内旅游出游人数与总花费变化（单位：亿人次，亿元，%）

图表10：中国国内旅游出游率与人均花费变化（单位：元，百分点，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/909236.html>