

2020-2026年中国陶瓷行业 分析与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国陶瓷行业分析与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/174676.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目前，陶瓷行业还处于成长初期阶段，市场竞争却未减弱反而加速，从竞争的角度来看，无论是产品的革新还是观念的淘汰，种种方面的共同特点都是在考验这行业业创新能力。小到产品大到品牌，这其中的很多环节都在不断的变化。可以说，陶瓷企业面临着多元化的发展。中企顾问网发布的《2020-2026年中国陶瓷行业分析与前景趋势报告》分析了陶瓷行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国陶瓷行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：第一章 陶瓷业概述1.1 陶瓷与陶瓷产业1.1.1 陶瓷的介绍1.1.2 陶瓷工业定义1.1.3 陶瓷生产简介1.2 陶瓷的分类1.2.1 按颜色划分1.2.2 按用途划分1.2.3 按工艺划分1.3 陶瓷业的发展史1.3.1 陶文化的发展1.3.2 中国陶瓷业发展历程1.3.3 历代陶瓷的特点分析 第二章 2017-2019年世界陶瓷制造业发展分析2.1 世界陶瓷行业综述2.1.1 市场格局2.1.2 发展特点2.1.3 生产状况2.1.4 消费状况2.1.5 市场需求2.2 西班牙2.2.1 发展状况2.2.2 发展经验2.2.3 发展潜力2.3 意大利2.3.1 发展简史2.3.2 市场现状2.3.3 发展经验2.3.4 发展启示2.4 日本陶瓷2.4.1 高技术陶瓷的发展2.4.2 经营理念分析2.4.3 科技现状探析2.4.4 现代陶瓷产业特点2.4.5 生产技术开发动向2.5 其它国家的陶瓷产业2.5.1 韩国2.5.2 葡萄牙2.5.3 巴西2.5.4 印度2.5.5 伊朗2.5.6 土耳其 第三章 2017-2019年中国陶瓷制造业全面分析3.1 2017-2019年中国陶瓷行业发展环境3.1.1 经济环境3.1.2 政策环境3.1.3 社会环境3.2 2017-2019年中国陶瓷产业发展综述3.2.1 行业发展优势3.2.2 行业发展常态3.2.3 行业取得的主要进步3.2.4 企业信息化发展分析3.3 2017-2019年中国陶瓷业发展现状3.3.1 2015行业运行状况3.3.2 2016行业运行分析3.3.3 2018行业运行现状3.4 中国陶瓷产业转型升级发展分析3.4.1 产业价值链地位及问题3.4.2 产业升级路径选择3.4.3 产业升级对策建议3.4.4 知识产权助力产业转型升级3.5 中国陶瓷业SWOT分析3.5.1 优势(Strengths)3.5.2 劣势(Weaknesses)3.5.3 机会(Opportunities)3.5.4 威胁(Threats)3.6 2017-2019年中国陶瓷企业物流管理分析3.6.1 陶瓷物流发展的特点3.6.2 陶瓷企业物流存在的问题3.6.3 陶瓷企业物流发展对策3.7 中国陶瓷业发展面临的挑战3.7.1 主要问题3.7.2 资金问题3.7.3 清洁生产问题3.7.4 恶性竞争问题3.8 中国陶瓷行业发展策略探讨3.8.1 产业发展战略3.8.2 行业发展路径3.8.3 市场开发策略3.8.4 企业发展思路3.8.5 创新突围策略 第四章 中国陶瓷制品制造行业财务状况4.1 2011-2019年中国陶瓷制品制造行业经济规模4.1.1 行业销售规模4.1.2 行业利润规模4.1.3 行业资产规模4.2 2011-2019年中国陶瓷制品制造行业盈利能力指标分析4.2.1 行业亏损面4.2.2 行业销售毛利

率4.2.3 行业成本费用利润率4.2.4 行业销售利润率4.3 2011-2019年中国陶瓷制品制造行业营运能力指标分析4.3.1 行业应收账款周转率4.3.2 行业流动资产周转率4.3.3 行业总资产周转率4.4 中国陶瓷制品制造行业偿债能力指标分析4.4.1 行业资产负债率4.4.2 行业利息保障倍数4.5 中国陶瓷制品制造行业财务状况综合评价4.5.1 行业财务状况综合评价4.5.2 影响行业财务状况的经济因素

第五章 中国陶瓷产量分析5.1 2017-2019年全国卫生陶瓷制品产量分析5.1.1 2017-2019年产量趋势5.1.2 2019年产量情况5.1.3 2019年产量情况5.1.4 2019年产量情况5.1.5 2019年产量分布情况5.2 2017-2019年全国陶质砖产量分析5.2.1 2017-2019年产量趋势5.2.2 2019年产量情况5.2.3 2019年产量情况5.2.4 2019年产量情况5.2.5 2019年产量分布情况5.3 2017-2019年全国瓷质砖产量分析5.3.1 2017-2019年产量趋势5.3.2 2019年产量情况5.3.3 2019年产量情况5.3.4 2019年产量情况5.3.5 2019年产量分布情况

第六章 2017-2019年中国陶瓷行业进出口分析6.1 中国陶瓷行业进出口总况及反倾销分析6.1.1 产品出口总况6.1.2 行业出口现状6.1.3 反倾销成因6.1.4 反倾销对产业的影响6.1.5 反倾销的应对措施6.2 2017-2019年中国陶瓷产品进出口总量数据分析6.2.1 产品进口分析6.2.2 产品出口分析6.2.3 产品贸易现状分析6.2.4 产品贸易顺逆差分析6.3 2017-2019年主要贸易国陶瓷产品进出口情况分析6.3.1 产品进口市场分析6.3.2 产品出口市场分析6.4 2017-2019年主要省市陶瓷产品进出口情况分析6.4.1 产品进口市场分析6.4.2 产品出口市场分析

第七章 2017-2019年建筑陶瓷行业发展分析7.1 中国建筑陶瓷行业发展综述7.1.1 行业发展变化趋势7.1.2 行业两极分化明显7.1.3 市场营销模式特点7.1.4 行业宏观影响因素7.2 中国建筑陶瓷行业运行分析7.2.1 “十二五”行业运行综述7.2.2 2019年行业运行分析7.2.3 2019年行业热点分析7.2.4 2019年产业运行分析7.2.5 2019年行业出口情况7.3 建筑陶瓷行业的可持续发展7.3.1 产业可持续发展系统7.3.2 产业可持续发展的因果关系7.3.3 产业可持续发展的主要问题7.3.4 产业可持续发展战略7.4 建筑陶瓷行业存在问题分析7.4.1 缺乏研发设计能力7.4.2 市场营销手段落后7.4.3 资源环境问题突出7.4.4 企业与区域协调发展问题7.4.5 产品品牌问题存在的挑战7.5 建筑陶瓷行业发展对策7.5.1 打造品牌竞争力7.5.2 充分发挥创新7.5.3 加强产品出口7.6 中国建筑陶瓷产业发展趋势7.6.1 行业发展前景7.6.2 行业发展方向7.6.3 行业发展趋势

第八章 2017-2019年卫浴陶瓷行业发展分析8.1 2017-2019年全球卫浴陶瓷市场分析8.1.1 世界卫生陶瓷业市场现状8.1.2 欧洲卫生陶瓷行业生产现状8.1.3 欧洲卫生陶瓷行业技术开发8.2 2017-2019年中国卫浴陶瓷行业发展分析8.2.1 2019年行业运行分析8.2.2 2019年行业运行状况8.2.3 2019年行业运行现状8.3 2017-2018中国年卫浴陶瓷市场分析8.3.1 产品市场特点8.3.2 产品市场风格8.3.3 品牌知名度格局8.3.4 个性化市场兴起8.3.5 企业发展机遇8.3.6 民族品牌发展战略8.4 卫浴陶瓷业技术发展分析8.4.1 全球卫生陶瓷业技术发展8.4.2 中国卫生陶瓷业工艺技术8.4.3 中国卫生陶瓷业技术创新8.4.4 卫生洁具新品开发的特点8.4.5 高端陶瓷卫浴引领科技创新8.5 卫陶业面临的挑战及对策8.5.1 行业亟待转型升级8.5.2 行业自动化水平低下8.5.3 企业生产面临困境8.5.4 行业发展对策

分析8.6 卫浴陶瓷发展趋势8.6.1 行业未来发展趋势8.6.2 产品发展趋势分析8.6.3 行业未来发展格局8.6.4 市场前景广阔 第九章 2017-2019年日用陶瓷行业发展分析9.1 2017-2019年全球日用陶瓷业发展分析9.1.1 全球市场现状9.1.2 欧盟贸易状况9.1.3 市场需求变化9.2 2017-2019年中国日用陶瓷业发展分析9.2.1 行业运行现状9.2.2 市场贸易状况9.2.3 发展因素分析9.2.4 行业竞争格局9.3 中国日用陶瓷设计发展探析9.3.1 发展历程9.3.2 现状分析9.3.3 艺术化的重要性9.3.4 未来趋势分析9.4 日用陶瓷品牌发展思考9.4.1 国内外品牌对比9.4.2 中国品牌意识待加强9.4.3 中国品牌发展策略9.5 日用陶瓷发展面临的挑战及对策9.5.1 主要发展问题9.5.2 行业制约因素9.5.3 行业发展对策9.5.4 市场开发策略9.5.5 出口发展对策9.6 中国日用陶瓷发展前景和趋势分析9.6.1 市场需求变化9.6.2 市场潜力分析9.6.3 市场前景广阔9.6.4 市场发展趋势 第十章 2017-2019年特种陶瓷行业发展分析10.1 特种陶瓷相关概述10.1.1 特种陶瓷定义10.1.2 特种陶瓷分类10.1.3 制作工艺分析10.2 2017-2019年中国特种陶瓷发展综述10.2.1 市场基本特点10.2.2 产业发展综述10.2.3 主要地区发展现状10.2.4 市场研发分析10.2.5 制备技术研究现状10.3 特种陶瓷的应用10.3.1 应用概述10.3.2 在汽车上的运用10.3.3 航空航天领域的应用10.3.4 重点应用项目分析10.4 特种陶瓷发展面临的挑战及对策10.4.1 面临的挑战10.4.2 主要问题10.4.3 发展对策10.5 特种陶瓷发展的前景趋势10.5.1 发展潜力分析10.5.2 发展方向分析10.5.3 未来技术重点 第十一章 2017-2019年其它种类陶瓷发展分析11.1 艺术陶瓷11.1.1 市场地位分析11.1.2 市场发展剖析11.1.3 市场行情分析11.1.4 市场贸易状况11.1.5 市场潜力分析11.1.6 发展途径分析11.2 新型陶瓷产品11.2.1 智能陶瓷11.2.2 陶瓷纤维11.2.3 新型节能陶瓷11.2.4 其他产品11.2.5 发展前景 第十二章 2017-2019年陶瓷制造主要省份分析12.1 广东省12.1.1 产业发展优劣势12.1.2 产业发展综述12.1.3 产业运行现状12.1.4 主要地区的发展12.1.5 节能减排状况12.1.6 产业发展战略12.1.7 行业转型升级建议12.2 山东省12.2.1 产业发展回顾12.2.2 产业运行状况12.2.3 主要地区的发展12.2.4 行业面临挑战12.2.5 行业发展规划12.3 江西省12.3.1 行业文化背景12.3.2 行业发展综述12.3.3 行业产能状况12.3.4 市场出口现状12.3.5 企业生存状况12.3.6 主要地区的发展12.4 福建省12.4.1 产业发展概述12.4.2 行业发展分析12.4.3 市场出口状况12.4.4 主要地区的发展12.4.5 行业节能减排状况12.4.6 面临的问题及对策12.5 河南省12.5.1 产业发展综述12.5.2 产业运行现状12.5.3 主要地区的发展12.5.4 产业面临问题12.5.5 产业政策利好 第十三章 2017-2019年陶瓷制造业相关材料与装备分析13.1 陶瓷原料13.1.1 陶瓷原料分类13.1.2 新型陶瓷原料介绍13.1.3 世界陶瓷原料市场剖析13.1.4 中国陶瓷原料储藏及开发利用情况13.1.5 中国陶瓷原料分布区域分析13.1.6 陶瓷原料加工专业化分析13.1.7 原料出口市场的机遇及策略13.2 陶瓷颜料13.2.1 陶瓷颜料分类13.2.2 陶瓷颜料研究方向与应用前景13.2.3 陶瓷颜料未来发展展望13.3 陶瓷釉料13.3.1 涂釉的定义及作用13.3.2 行业发展分析13.3.3 技术工艺发展13.3.4 卫生陶瓷红釉工艺探讨13.3.5 技术发展趋势13.4 陶瓷装备13.4.1 行业发展概况13.4.2 行业转型升级状况13.4.3 佛山中国陶瓷装备基地状况13.4.4 我国卫生陶瓷装备

发展综合分析13.4.5 行业面临的问题及发展战略 第十四章 2017-2019年陶瓷行业发展影响因素分析14.1 房地产市场14.1.1 房地产开发投资14.1.2 土地购置面积14.1.3 房屋施工面积14.1.4 商品房销售规模14.1.5 绿色地产发展展望14.2 能源因素14.2.1 陶瓷工业能源选择14.2.2 能源利用转型要求14.2.3 企业开发节能产品14.2.4 陶瓷生产节能技术14.2.5 陶瓷企业节能措施14.2.6 技术创新推动行业节能14.3 环保因素14.3.1 污染排放标准动态14.3.2 环保方面的问题14.3.3 企业探索环保生产14.3.4 材料科学与环境保护14.3.5 行业推广应用环保技术14.3.6 “绿色陶瓷”发展趋势 第十五章 2017-2019年陶瓷行业重点企业分析15.1 广东长城集团股份有限公司15.1.1 企业发展概况15.1.2 经营效益分析15.1.3 业务经营分析15.1.4 财务状况分析15.1.5 未来前景展望15.2 山东江泉实业股份有限公司15.2.1 企业发展概况15.2.2 经营效益分析15.2.3 业务经营分析15.2.4 财务状况分析15.2.5 未来前景展望15.3 山东国瓷功能材料股份有限公司15.3.1 企业发展概况15.3.2 经营效益分析15.3.3 业务经营分析15.3.4 财务状况分析15.3.5 未来前景展望15.4 上海悦心健康集团股份有限公司15.4.1 企业发展概况15.4.2 经营效益分析15.4.3 业务经营分析15.4.4 财务状况分析15.4.5 未来前景展望15.5 浙江开尔新材料股份有限公司15.5.1 企业发展概况15.5.2 经营效益分析15.5.3 业务经营分析15.5.4 财务状况分析15.5.5 未来前景展望15.6 上市公司财务比较分析15.6.1 盈利能力分析15.6.2 成长能力分析15.6.3 营运能力分析15.6.4 偿债能力分析 第十六章 2017-2019年陶瓷业竞争状况分析16.1 陶瓷行业竞争分析16.1.1 区域竞争格局16.1.2 行业竞争模式16.1.3 产品竞争格局16.1.4 行业竞争加剧16.1.5 产能过剩危机16.1.6 市场竞争态势16.2 中国陶瓷行业国际竞争力分析16.2.1 陶瓷行业国际竞争加剧16.2.2 中国陶瓷工业缺乏国际竞争力16.2.3 本土品牌与国际品牌的差距16.2.4 本土陶瓷企业国际竞争挑战16.2.5 中国陶瓷行业国际化的障碍16.2.6 企业国际竞争力提升策略16.3 中国陶瓷企业知识产权核心竞争力建设分析16.3.1 知识产权核心竞争力概述16.3.2 知识产权核心竞争力建设现状16.3.3 知识产权核心竞争力建设问题16.3.4 知识产权核心竞争力建设对策16.4 中国陶瓷制造企业竞争策略16.4.1 开拓产业价值链16.4.2 提高企业运营水平16.4.3 充分开拓创新思维16.4.4 企业强化品牌突围16.4.5 跨界合作提升竞争力 第十七章 2017-2019年陶瓷业营销分析17.1 陶瓷行业营销模式分析17.1.1 陶瓷营销方法解析17.1.2 行业新型营销方式17.1.3 企业网络营销分析17.1.4 高端定制化服务营销17.2 陶瓷行业营销渠道分析17.2.1 行业渠道模式探析17.2.2 主流营销渠道分析17.2.3 市场销售渠道下沉17.2.4 企业营销渠道扁平化17.2.5 渠道建设存在的问题17.2.6 终端销售发展对策17.2.7 行业渠道整合趋势17.3 陶瓷市场典型营销方式分析17.3.1 口碑营销17.3.2 娱乐营销17.3.3 微信营销17.3.4 创意营销17.3.5 绿色营销17.4 陶瓷企业营销策略探讨17.4.1 终端营销策略17.4.2 品牌营销策略17.4.3 市场突围对策17.4.4 多样化营销策略17.4.5 积极推广网络营销17.4.6 开展针对性促销活动 第十八章 中国陶瓷行业投资潜力分析18.1 投资特点18.1.1 新型陶瓷成重点18.1.2 产品结构的升级18.1.3 资金来源多元化18.2 投资机会18.2.1 社会转型机遇18.2.2 新型城镇化机遇18.2.3

政策国际化引导18.2.4 绿色经济机遇18.2.5 数字化浪潮机遇18.3 投资壁垒18.3.1 进入壁垒18.3.2 退出壁垒18.4 投资风险18.4.1 地产调控风险18.4.2 环保节能风险18.4.3 原料价格风险18.4.4 产品开发风险18.5 投资建议18.5.1 重点发展特种陶瓷18.5.2 投资绿色化陶瓷产品18.5.3 加大研究开发投入18.5.4 加速陶瓷配套工业的发展18.6 投资展望18.6.1 投资方向18.6.2 投资增长点18.6.3 投资前景18.6.4 投资潜力 第十九章 中国陶瓷行业未来发展预测分析19.1 中国陶瓷业发展趋势19.1.1 个性化定制前景19.1.2 未来产业格局探析19.1.3 行业发展趋势分析19.1.4 产业经营走向分析19.1.5 行业发展方向透析19.1.6 行业未来发展重点19.2 陶瓷技术发展趋势19.2.1 技术创新决定行业未来发展19.2.2 高技术陶瓷前景看好19.2.3 陶瓷热喷涂技术发展前景19.2.4 发光陶瓷技术发展前景19.2.5 多孔陶瓷技术发展前景19.2.6 快速无模成型技术发展前景19.2.7 陶瓷3D喷墨打印技术发展趋势19.2.8 陶瓷原料制备技术发展趋势——19.3 2020-2026年中国陶瓷制品制造行业发展预测分析19.3.1 中国陶瓷制品制造行业发展因素分析19.3.2 2020-2026年中国陶瓷制品制造行业收入预测19.3.3 2020-2026年中国陶瓷制品制造行业利润预测19.3.4 2020-2026年中国陶瓷制品制造行业总资产预测 附录:附录一:建筑卫生陶瓷行业准入标准附录二:建筑卫生陶瓷企业成本管理规程附录三:出口陶瓷检验管理规定

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174676.html>