

2020-2026年中国陶瓷行业市场供需规模及竞争策略建议分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国陶瓷行业市场供需规模及竞争策略建议分析报告》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://www.chyxx.com/research/201911/802780.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

2018年中国陶瓷砖产量大幅回落至2012年的水平，创下了行业有史以来产量的最大跌幅。2018年我国陶瓷砖产量90.11亿平方米，同比下降11.2%。

据不完全统计，国内陶瓷开发区共有22个。国内陶瓷开发区主要分布在沿海地区、中部地区等。按开发区数量来看，拥有陶瓷开发区数量最多的省市为江西省，合计达4个，江西省制瓷工业历史悠久，其中著名的瓷都景德镇历来是中国著名的瓷器生产中心。其次为广东、广西，陶瓷开发区数量均为3个；福建、河北拥有陶瓷开发区均为2个；河南、黑龙江、湖北、湖南、辽宁、内蒙古、山东、四川各1个。

面积来看，广西的陶瓷开发区合计面积最大，达2714.03公顷；其次为广东、江西，陶瓷开发区合计面积分别为1786.17公顷、1434.75公顷。分省市陶瓷开发区合计面积仅上述三个省份超1000公顷。

其他省市中，陶瓷开发区合计面积前十的分别为河北995.06公顷、河南745.19公顷、湖南445.32公顷、黑龙江381.84公顷、山东365.79公顷、辽宁325.3公顷、内蒙古318.81公顷。具体来看，位于广西的广西北流日用陶瓷工业园区面积最大，达1336.15公顷，主导产业包括陶瓷、水泥。其次为广东省的广东潮州经济开发区、广西的藤县中和陶瓷产业园、河南的内乡县产业集聚区、江西的江西景德镇陶瓷工业园区。以上开发区面积排名全国前五，合计4558.6公顷。

中国分省市陶瓷开发区总面积TOP10

宁夏、新疆12个省市、自治区)瓷砖需求量为10.1亿 m^2 ，约占全国瓷砖总需求量的32%。云贵川是主要市场需求点，精耕细作市县市场将会有较大的空间。

2019年H1中国瓷砖地区消费需求占比情况

智研咨询发布的《2020-2026年中国陶瓷行业市场供需规模及竞争策略建议分析报告》共十四章。首先介绍了中国陶瓷行业市场发展环境、陶瓷整体运行态势等，接着分析了中国陶瓷行业市场运行的现状，然后介绍了陶瓷市场竞争格局。随后，报告对陶瓷做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国陶瓷行业发展趋势与投资预测。您若想对陶瓷产业有个系统的了解或者想投资中国陶瓷行业，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：

第一章 陶瓷行业相关基础概述及研究机构

1.1 陶瓷的定义及分类

1.1.1 陶瓷的界定

1.1.2 陶瓷产品特性

1.1.3 陶瓷分类

1、日用陶瓷

2、建筑陶瓷

3、特种陶瓷

4、新型陶瓷

1.2 陶瓷行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 陶瓷行业研究机构

1.3.1 陶瓷行业介绍

1.3.2 陶瓷行业研究优势

1.3.3 陶瓷行业研究范围

第二章 2015-2019年中国陶瓷行业市场发展环境分析

2.1 中国陶瓷行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行状况分析

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入状况分析

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国陶瓷行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国陶瓷行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口规模分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、消费观念变迁
- 7、消费升级趋势预测分析
- 2.3.2 社会环境对行业的影响分析
- 2.4 中国陶瓷行业技术环境分析
 - 2.4.1 陶瓷生产工艺水平
 - 2.4.2 行业主要技术发展趋势预测分析
 - 2.4.3 技术环境对行业的影响
- 第三章 中国陶瓷行业上、下游产业链分析
 - 3.1 陶瓷行业产业链概述
 - 3.1.1 产业链定义
 - 3.1.2 陶瓷行业产业链
 - 3.2 陶瓷行业上游-原材料产业发展分析
 - 3.2.1 陶瓷产业发展现状调研
 - 3.2.2 陶瓷产业供给分析
 - 3.2.3 陶瓷所属行业供给价格分析
 - 3.2.4 陶瓷供给区域分布
 - 3.3 陶瓷行业下游-经销商情况分析
 - 3.3.1 陶瓷经销商发展现状调研
 - 3.3.2 陶瓷经销商规模状况分析
 - 3.3.3 陶瓷经销商区域分布
 - 3.4 陶瓷行业终端消费者消费情况分析
 - 3.4.1 中国人均陶瓷消费状况分析
 - 3.4.2 陶瓷消费者地域分布状况分析
 - 3.4.3 陶瓷消费者品牌忠诚度分析
- 第四章 国际陶瓷所属行业市场发展分析
 - 4.1 2015-2019年国际陶瓷行业发展现状调研
 - 4.1.1 国际陶瓷行业发展现状调研
 - 4.1.2 国际陶瓷行业发展规模
 - 4.1.3 国际陶瓷主要技术水平
 - 4.2 2015-2019年国际陶瓷市场需求研究

4.2.1 国际陶瓷市场需求特点

4.2.2 国际陶瓷市场需求结构

4.2.3 国际陶瓷市场需求规模

4.3 2015-2019年国际区域陶瓷行业研究

4.3.1 欧洲陶瓷市场

1、欧洲陶瓷市场现状分析

2、欧洲陶瓷市场规模分析

3、欧洲陶瓷市场趋势预测分析

4.3.2 美国陶瓷市场

1、美国陶瓷市场现状分析

2、美国陶瓷市场规模分析

3、美国陶瓷市场趋势预测分析

4.3.3 日韩陶瓷市场

1、日韩陶瓷市场现状分析

2、日韩陶瓷市场规模分析

3、日韩陶瓷市场趋势预测分析

4.4 国际陶瓷著名品牌分析

4.5 2020-2026年国际陶瓷行业发展展望

4.5.1 国际陶瓷行业发展趋势预测分析

4.5.2 国际陶瓷行业规模预测分析

4.5.3 国际陶瓷行业发展机会

第五章 2015-2019年中国陶瓷所属行业发展概述

5.1 中国陶瓷所属行业发展状况分析

5.1.1 中国陶瓷行业发展阶段

5.1.2 中国陶瓷行业发展总体概况

重要建陶产区均出现不同程度的负增长，其中福建为-5.4%，广东、江西和山东增长均在-15%以上；

新兴建陶产区唯有四川产量实现13.3%的增长，其他河北、河南、广西等产量也都出现不同程度的负增长。

2016-2018年中国陶瓷砖产量及增长情况

5.1.3 中国陶瓷行业发展特点分析

1、中国陶瓷市场规模快速增长

2、中国陶瓷行业消费升级发展

3、中国陶瓷行业健康化发展

5.2 2015-2019年陶瓷行业发展现状调研

5.2.1 2015-2019年中国陶瓷行业发展热点

5.2.2 2015-2019年中国陶瓷行业发展现状调研

5.2.3 2015-2019年中国陶瓷企业发展分析

5.3 陶瓷行业替代品及互补产品分析

5.3.1 陶瓷行业替代品分析

- 1、替代品种类
- 2、主要替代品对陶瓷行业的影响
- 3、替代品发展趋势预测

5.3.2 陶瓷行业互补产品分析

- 1、行业互补产品种类
- 2、主要互补产品对陶瓷行业的影响
- 3、互补产品发展趋势预测

5.4 中国陶瓷行业细分市场分析

5.4.1 日用陶瓷市场

- 1、日用陶瓷市场发展现状调研
- 2、日用陶瓷市场规模
- 3、日用陶瓷市场发展前景

5.4.2 建筑陶瓷市场

- 1、建筑陶瓷市场发展现状调研
- 2、建筑陶瓷市场规模
- 3、建筑陶瓷市场发展前景

5.4.3 特种陶瓷市场

- 1、特种陶瓷市场发展现状调研
- 2、特种陶瓷市场规模
- 3、特种陶瓷市场发展前景

5.4.4 新型陶瓷市场

- 1、新型陶瓷市场发展现状调研
- 2、新型陶瓷市场规模
- 3、新型陶瓷市场发展前景

5.5 陶瓷行业渠道与行业品牌分析

5.5.1 陶瓷行业渠道分析

- 1、渠道形式
- 2、渠道要素对比
- 3、各区域主要代理商状况分析

5.5.2 陶瓷行业品牌分析

- 1、品牌数量分析
- 2、品牌推广方式分析
- 3、品牌美誉度分析
- 4、品牌的选择状况分析

5.6 中国陶瓷行业发展问题及对策建议

- 5.6.1 中国陶瓷行业发展制约因素
- 5.6.2 中国陶瓷行业存在问题分析
- 5.6.3 中国陶瓷行业发展对策建议

第六章 中国陶瓷所属行业运行指标分析及预测

6.1 中国陶瓷所属行业企业数量分析

- 6.1.1 2015-2019年中国陶瓷所属行业企业数量状况分析
- 6.1.2 2015-2019年中国陶瓷所属行业企业竞争结构

6.2 2015-2019年中国陶瓷所属行业财务指标总体分析

- 6.2.1 行业盈利能力分析
- 6.2.2 行业偿债能力分析
- 6.2.3 行业营运能力分析
- 6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国陶瓷行业市场规模分析及预测

- 6.3.1 2015-2019年中国陶瓷所属行业市场规模分析
- 6.3.2 2020-2026年中国陶瓷所属行业市场规模预测分析

6.4 2015-2019年中国陶瓷区域市场规模分析

- 6.4.1 东北地区市场规模分析
- 6.4.2 华北地区市场规模分析
- 6.4.3 华东地区市场规模分析
- 6.4.4 华中地区市场规模分析
- 6.4.5 华南地区市场规模分析
- 6.4.6 西部地区市场规模分析

6.5 中国陶瓷所属行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国陶瓷所属行业市场供给分析

- 1、2015-2019年中国陶瓷所属行业供给规模分析
- 2、2020-2026年中国陶瓷行业供给规模预测分析

6.5.2 中国陶瓷所属行业市场需求分析

- 1、2015-2019年中国陶瓷行业需求规模分析
- 2、2020-2026年中国陶瓷行业需求规模预测分析

6.6 2015-2019年中国陶瓷所属行业产品价格分析

6.6.1 2015-2019年中国陶瓷所属行业产品价格回顾

6.6.2 2015-2019年中国陶瓷所属行业产品当前市场价格统计分析

6.6.3 2015-2019年中国陶瓷所属行业产品价格影响因素分析

6.6.4 2020-2026年中国陶瓷所属行业产品价格预测分析

6.7 陶瓷所属行业进出口分析

6.7.1 所属行业出口分析

1、2015-2019年陶瓷所属行业出口总况分析

2、2015-2019年陶瓷所属行业出口量及增长状况分析

3、2015-2019年陶瓷所属行业出口状况分析

4、出口流向结构

5、出口产品品牌分析

6、主要出口企业分析

7、出口价格特征分析

6.7.2 所属行业进口分析

1、2015-2019年陶瓷所属行业进口总况分析

2、2015-2019年陶瓷所属行业进口量及增长状况分析

3、2015-2019年陶瓷所属行业进口状况分析

4、国家进口结构

5、进口产品结构

6、进口价格趋势预测分析

第七章 中国互联网+陶瓷行业发展现状及前景

7.1 互联网给陶瓷行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代陶瓷行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给陶瓷行业带来的机遇分析

7.1.3 互联网给陶瓷行业带来的挑战分析

7.1.4 互联网+陶瓷行业渠道形势变革分析

7.1.5 互联网+陶瓷行业营销模式变革分析

7.1.6 互联网+陶瓷行业经营成本变化状况分析

7.2 中国互联网+陶瓷行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+陶瓷行业投资布局分析

1、中国互联网+陶瓷行业投资切入方式

2、中国互联网+陶瓷行业投资规模分析

3、中国互联网+陶瓷行业投资业务布局

7.2.2 陶瓷行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+陶瓷行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+陶瓷行业竞争格局分析

1、中国互联网+陶瓷行业参与者结构

2、中国互联网+陶瓷行业竞争者类型

3、中国互联网+陶瓷所属行业市场占有率

7.2.5 中国陶瓷企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+陶瓷行业市场发展前景预测

7.3.1 中国互联网+陶瓷行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+陶瓷行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+陶瓷行业市场发展趋势预测

第八章 中国陶瓷所属行业消费市场调查

8.1 陶瓷市场消费需求分析

8.1.1 陶瓷市场的消费需求变化

8.1.2 陶瓷行业的需求情况分析

8.1.3 陶瓷品牌市场消费需求分析

8.2 陶瓷消费市场状况分析

8.2.1 陶瓷行业消费特点

8.2.2 陶瓷行业消费结构分析

8.2.3 陶瓷行业消费的市场变化

8.2.4 陶瓷市场的消费方向

8.3 陶瓷行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 陶瓷行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国陶瓷行业市场竞争格局分析

9.1 中国陶瓷行业竞争格局分析

9.1.1 陶瓷行业区域分布格局

9.1.2 陶瓷行业企业规模格局

9.1.3 陶瓷行业企业性质格局

9.1.4 陶瓷国际竞争格局分析

1、国际陶瓷品牌格局

2、国际陶瓷区域格局

3、国际陶瓷市场集中度分析

4、中国陶瓷市场国产品牌占比分析

9.2 中国陶瓷行业竞争五力分析

9.2.1 陶瓷行业上游议价能力

9.2.2 陶瓷行业下游议价能力

9.2.3 陶瓷行业新进入者威胁

9.2.4 陶瓷行业替代产品威胁

9.2.5 陶瓷行业现有企业竞争

9.3 中国陶瓷行业竞争SWOT分析

9.3.1 陶瓷行业优势分析（S）

9.3.2 陶瓷行业劣势分析（W）

9.3.3 陶瓷行业机会分析（O）

9.3.4 陶瓷行业威胁分析（T）

9.4 中国陶瓷行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状调研

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国陶瓷行业竞争策略建议

第十章 陶瓷行业领先企业竞争力分析

10.1 广东四通集团股份有限公司

10.1.1 企业发展基本状况分析

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.2 广东长城集团股份有限公司

10.2.1 企业发展基本状况分析

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.3 福建冠福家用股份有限公司

10.3.1 企业发展基本状况分析

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.4 江苏高淳陶瓷实业有限公司

10.4.1 企业发展基本状况分析

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.5 重庆四维控股（集团）股份有限公司

10.5.1 企业发展基本状况分析

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.6 鹏丽陶瓷有限公司

10.6.1 企业发展基本状况分析

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.7 上海斯米克控股股份有限公司

10.7.1 企业发展概况

10.7.2 企业经营状况分析

10.7.3 企业优势与劣势分析

10.7.4 企业最新发展动向分析

10.8 山东江泉实业股份有限公司

10.8.1 企业发展概况

10.8.2 企业经营状况分析

10.8.3 企业优势与劣势分析

10.8.4 企业最新发展动向分析

10.9 广东东方锆业科技股份有限公司

10.9.1 企业发展概况

10.9.2 企业经营状况分析

10.9.3 企业优势与劣势分析

10.9.4 企业最新发展动向分析

10.10 成都旭光电子股份有限公司

10.10.1 企业发展概况

10.10.2 企业经营状况分析

10.10.3 企业优势与劣势分析

10.10.4 企业最新发展动向分析

第十一章 2020-2026年中国陶瓷行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2020-2026年中国陶瓷行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国陶瓷行业市场空间分析

- 11.1.2 中国陶瓷行业竞争格局变化
- 11.1.3 中国陶瓷行业互联网+前景
- 11.2 2020-2026年中国陶瓷行业发展趋势预测
 - 11.2.1 中国陶瓷行业品牌格局趋势预测分析
 - 11.2.2 中国陶瓷行业渠道分布趋势预测分析
 - 11.2.3 中国陶瓷行业市场趋势预测
- 11.3 2020-2026年中国陶瓷行业投资机会与建议
 - 11.3.1 中国陶瓷行业投资前景展望
 - 11.3.2 中国陶瓷行业投资机会分析
 - 11.3.3 中国陶瓷行业投资建议
- 第十二章 2020-2026年中国陶瓷行业投资分析与风险规避
 - 12.1 中国陶瓷行业关键成功要素分析
 - 12.2 中国陶瓷行业投资壁垒分析
 - 12.3 中国陶瓷行业投资风险与规避
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避
 - 12.3.2 行业政策风险与规避
 - 12.3.3 上游市场风险与规避
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避
 - 12.3.5 技术风险分析与规避
 - 12.3.6 下游需求风险与规避
 - 12.4 中国陶瓷行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 陶瓷行业融资渠道分析
 - 12.4.2 陶瓷行业融资策略分析
- 第十三章 2020-2026年中国陶瓷行业盈利模式与投资战略规划分析
 - 13.1 国外陶瓷行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外陶瓷行业成长情况调查
 - 13.1.2 经营模式借鉴
 - 13.1.3 国外投资新趋势动向
 - 13.2 中国陶瓷行业商业模式探讨
 - 13.2.1 个体经营的零售模式
 - 13.2.2 超市卖场零售模式
 - 13.2.3 连锁零售模式
 - 13.2.4 电子商务销售模式
 - 13.3 中国陶瓷行业投资发展战略规划
 - 13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论(ZY GXH)

14.2 陶瓷行业投资可行性评估

14.3 建议

14.3.1 行业投资结构调整

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议(ZY GXH)

图表目录：

图表 陶瓷行业特点

图表 陶瓷行业生命周期

图表 陶瓷行业产业链分析

图表 2015-2019年陶瓷行业市场规模分析

图表 2020-2026年陶瓷行业市场规模预测分析

图表 2015-2019年中国陶瓷行业供给规模分析

图表 2020-2026年中国陶瓷行业供给规模预测分析

图表 2015-2019年中国陶瓷行业需求规模分析

图表 2020-2026年中国陶瓷行业需求规模预测分析

图表 2015-2019年中国陶瓷行业企业数量状况分析

图表 2015-2019年中国陶瓷行业企业竞争结构

图表 2015-2019年陶瓷行业重要数据指标比较

图表 2015-2019年中国陶瓷行业竞争力分析

图表 2020-2026年中国陶瓷行业产能预测分析

图表 2020-2026年中国陶瓷行业消费量预测分析

图表 2020-2026年中国陶瓷市场价格走势预测分析

图表 2020-2026年中国陶瓷行业发展趋势预测分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/802780.html>