

2015-2020年中国建筑陶瓷市场监测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国建筑陶瓷市场监测及投资战略研究报告》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/201510/349742.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

随着社会经济的发展，人们生活水平的日益提高，陶瓷已成为人们生活中很重要的一部分，建筑陶瓷更是如此。中国的建筑陶瓷产业，在近10年的时间内得到了快速的发展。在此期间，中国的建筑陶瓷行业凭借内外部的力量，形成一套独特的发展模式，使其在国际市场上处于重要的地位。经历了多次建陶产业转移之后，我国建陶产业的新格局已经形成。

2013年以来，一面是国际市场反倾销的围剿，一面是国家宏观调控、节能减排的重压，两头夹击之下，建筑陶瓷业仍是艰难的一年。突围成为中小陶瓷企业最为关注的话题，而另一方面，以东鹏陶瓷等为代表的品牌陶瓷，则是加快逆势扩张、行业整合的步伐。品牌角力之下，市场格局正在一步步进行转变。

2013年12月，国家工信部公布了《建筑卫生陶瓷行业准入标准》，并于2014年4月1日起施行，从土地供应、环评审批、能源供给、质量和安全监管、信贷、融资以及相关企业在建筑卫生陶瓷项目投资施工建设与生产运营等方面对建陶产业的发展进行多渠道、多环节的指导和规范。

2014年1-12月，我国建筑陶瓷制品制造业销售收入总额达到3950亿元，同比增长12.15%，高于工业平均水平（增长8.57%）。

2010-2014我国建筑陶瓷制品制造业销售收入（亿元）

资料来源：智研数据中心整理

未来几年建筑陶瓷行业的关注点是生产的生态环保、新工艺技术装备的开发、终端产品应用领域开拓这三点。中国建筑陶瓷产业发展空间巨大，行业前景广阔。

《2015-2020年中国建筑陶瓷市场监测及投资战略研究报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了建筑陶瓷行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国建筑陶瓷做了重点企业经营状况分析，并分析了中国建筑陶瓷行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 建筑陶瓷的相关介绍

1.1 陶瓷的概念及发展

1.1.1 陶瓷的定义

1.1.2 陶瓷的成分

1.1.3 陶瓷的发展

1.1.4 陶瓷的分类

1.2 建筑陶瓷相关概述

1.2.1 建筑陶瓷的分类

1.2.2 建筑陶瓷的应用

1.2.3 建筑陶瓷功能的发展

第二章 2012-2014年陶瓷行业发展分析

2.1 2012-2014年世界陶瓷业的发展

2.1.1 全球陶瓷市场发展特点

2.1.2 欧洲陶瓷行业发展综述

2.1.3 部分国家陶瓷需求分析

2.1.4 2013年全球陶瓷市场需求升温

2.2 2012-2014年部分国家陶瓷业分析

2.2.1 美国陶瓷行业发展近况

2.2.2 印度陶瓷工业发展状况

2.2.3 西班牙陶瓷行业发展现状

2.2.4 土耳其建陶产业发展现状

2.2.5 意大利陶瓷业销售状况

2.3 中国陶瓷产业发展概况

2.3.1 我国发展陶瓷工业的比较优势 (ZY XH)

2.3.2 中国陶瓷行业取得的主要进步

2.3.3 陶瓷行业的跨界经营态势分析

2.3.4 陶瓷行业的兼并重组状况分析

2.3.5 房地产走向对陶瓷行业的影响

2.3.6 我国陶瓷行业的电商发展分析

2.4 2012-2014年中国陶瓷业发展现状

2.4.1 2012年中国陶瓷行业运行情况

2.4.2 2012年陶瓷行业刮起转型潮流

2.4.3 2013年中国陶瓷行业运行情况

2.4.4 2013年中国陶瓷行业热点分析

2.4.5 2014年1-5月陶瓷行业效益分析

2.4.6 中国的海外陶瓷市场机会分析

2.5 中国陶瓷业发展面临的挑战

2.5.1 中国陶瓷业发展的主要问题

2.5.2 中国陶瓷业清洁生产问题

2.5.3 中国陶瓷业恶性竞争问题

2.5.4 中国陶瓷业出口遇到的瓶颈

2.6 中国陶瓷行业发展策略探讨

2.6.1 陶瓷产业未来发展战略

2.6.2 陶瓷业开发国内市场的策略

2.6.3 陶瓷企业发展的思路

2.6.4 中国陶瓷行业发展路径

2.6.5 陶瓷行业创新突围策略

第三章 2012-2014年中国建筑陶瓷产业发展状况

3.1 中国建筑陶瓷行业综述

3.1.1 中国建筑陶瓷产业运行特征

3.1.2 中国建筑陶瓷产业发展现状

3.1.3 中国建陶行业的发展模式透析

3.1.4 中国建陶企业的资本运作状况

3.1.5 我国建陶产业的产品技术创新

3.1.6 陶瓷板成为建陶行业重点方向

3.2 2012-2014年中国建筑陶瓷行业透析

3.2.1 2012年中国建陶产业运行状况

3.2.2 2012年中国建陶产业大事盘点

3.2.3 2013年中国建陶产业运行状况

3.2.4 2013年中国建陶产业热点分析

3.2.5 2014年中国建陶行业发展态势

3.3 中国建筑陶瓷产业格局的演变剖析

3.3.1 基本产业格局

3.3.2 三轮产业转移

3.3.3 产业新格局形成

3.3.4 后佛山陶瓷时代

3.4 建筑陶瓷产业的政策环境分析

3.4.1 建陶产业政策标准概述

3.4.2 建筑陶瓷污染物排放与能耗标准

3.4.3 建筑陶瓷行业准入标准实施

3.4.4 建筑陶瓷行业兼并重组指导意见

3.4.5 外墙砖的使用规范

3.4.6 其他产业政策与法规

3.5 建筑陶瓷行业的可持续发展

- 3.5.1 建筑陶瓷产业可持续发展系统
- 3.5.2 建陶产业可持续发展的因果关系
- 3.5.3 建筑陶瓷可持续发展的主要问题
- 3.5.4 建筑陶瓷可持续发展战略
- 3.6 建筑陶瓷行业存在问题分析
 - 3.6.1 中国建筑陶瓷行业的四大问题
 - 3.6.2 建陶产业快速发展带来的隐患
 - 3.6.3 建陶行业发展需要注意的两个问题
 - 3.6.4 建陶行业存在严重仿冒制造行为
 - 3.6.5 建筑陶瓷行业上游供应商生存困难
- 3.7 建筑陶瓷行业发展对策
 - 3.7.1 建筑陶瓷产业应依法发展
 - 3.7.2 建筑陶瓷行业的过冬策略
 - 3.7.3 我国建陶企业的市场突围战略
 - 3.7.4 建筑陶瓷企业发展的文化战略
 - 3.7.5 建筑陶瓷企业的电商发展策略
- 第四章 2012-2014年中国建筑陶瓷市场分析
 - 4.1 2012-2014年建筑陶瓷市场发展概况
 - 4.1.1 2012年中国建筑陶瓷市场分析
 - 4.1.2 2012年建陶产品流行趋势分析
 - 4.1.3 2013年建筑陶瓷市场特征分析
 - 4.1.4 我国外墙砖市场走势分析
 - 4.1.5 城镇化进程带动外墙砖市场需求
 - 4.1.6 建陶产品开拓三四级市场的思考
 - 4.2 建筑陶瓷市场的品牌分析
 - 4.2.1 建筑陶瓷“洋品牌”在中国的发展
 - 4.2.2 浅析建陶产业品牌的再造
 - 4.2.3 建筑陶瓷品牌踊跃开辟西部市场
 - 4.2.4 线上销售利好建陶品牌推广
 - 4.2.5 建筑陶瓷企业增强品牌竞争力的战略
 - 4.3 建筑陶瓷行业的环保
 - 4.3.1 建陶行业的资源浪费
 - 4.3.2 建筑陶瓷行业兴起环保热
 - 4.3.3 绿色发展促使建陶企业科技创新
 - 4.3.4 中国建筑陶瓷低碳环保发展之路

4.3.5 建筑陶瓷业绿色环保形势分析

4.4 建筑陶瓷市场的创新

4.4.1 建筑陶瓷企业创新的动力

4.4.2 建陶行业的策划者应持续创新

4.4.3 陶瓷行业创新的方向

4.5 建筑陶瓷技术发展综述

4.5.1 现代建筑陶瓷技术的发展历程

4.5.2 建陶技术发展的特性

4.5.3 建筑陶瓷用辊道窑技术标准的实施

4.5.4 中国建陶工业技术进步显著

4.5.5 陶瓷喷墨打印技术分析

第五章 中国建筑陶瓷制品制造行业财务状况

5.1 中国建筑陶瓷制品制造行业经济规模

5.1.1 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业销售规模

5.1.2 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业利润规模

5.1.3 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业资产规模

5.2 中国建筑陶瓷制品制造行业盈利能力指标分析

5.2.1 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业亏损面

5.2.2 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业销售毛利率

5.2.3 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业成本费用利润率

5.2.4 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业销售利润率

5.3 中国建筑陶瓷制品制造行业营运能力指标分析

5.3.1 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业应收账款周转率

5.3.2 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业流动资产周转率

5.3.3 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业总资产周转率

5.4 中国建筑陶瓷制品制造行业偿债能力指标分析

5.4.1 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业资产负债率

5.4.2 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业利息保障倍数

5.5 中国建筑陶瓷制品制造行业财务状况综合评价

5.5.1 建筑陶瓷制品制造业财务状况综合评价

5.5.2 影响建筑陶瓷制品制造业财务状况的经济因素分析

第六章 2012-2014年中国建筑陶瓷主要产品产量数据分析

6.1 2012年-2014年6月全国及主要省份瓷质砖产量分析

6.1.1 2012年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析

6.1.2 2013年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析

6.1.3 2014年1-6月全国及主要省份瓷质砖产量分析

6.2 2012年-2014年6月全国及主要省份陶质砖产量分析

6.2.1 2012年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析

6.2.2 2013年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析

6.2.3 2014年1-6月全国及主要省份陶质砖产量分析

6.3 2012年-2014年6月全国及主要省份卫生陶瓷产量分析

6.3.1 2012年1-12月全国及主要省份卫生陶瓷产量分析

6.3.2 2013年1-12月全国及主要省份卫生陶瓷产量分析

6.3.3 2014年1-6月全国及主要省份卫生陶瓷产量分析

6.4 2012年-2014年6月全国及主要省份炻瓷砖产量分析

6.4.1 2012年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析

6.4.2 2013年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析

6.4.3 2014年1-6月全国及主要省份炻瓷砖产量分析

6.5 2012年-2014年6月全国及主要省份细炻砖产量分析

6.5.1 2012年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析

6.5.2 2013年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析

6.5.3 2014年1-6月全国及主要省份细炻砖产量分析

6.6 2012年-2014年6月全国及主要省份炻质砖产量分析

6.6.1 2012年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析

6.6.2 2013年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析

6.6.3 2014年1-6月全国及主要省份炻质砖产量分析

第七章 2012-2014年中国建筑陶瓷主要产品进出口数据分析

7.1 2012-2014年1-6月中国陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品进出口数据分析

7.1.1 2012-2014年1-6月陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品主要进口来源国分析

7.1.2 2012-2014年1-6月陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品主要出口目的国分析

7.1.3 2012-2014年1-6月主要省份陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品进口市场分析

7.1.4 2012-2014年1-6月主要省份陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品出口市场分析

7.2 2012-2014年1-6月中国陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品进出口情况分析

7.2.1 2012-2014年1-6月陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品主要进口来源国分析

7.2.2 2012-2014年1-6月陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品主要出口目的国分析

7.2.3 2012-2014年1-6月主要省份陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品进口市场分析

7.2.4 2012-2014年1-6月主要省份陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品出口市场分析

7.3 2012-2014年1-6月中国陶瓷建筑用砖进出口数据分析

7.3.1 2012-2014年1-6月陶瓷建筑用砖主要进口来源国分析

7.3.2 2012-2014年1-6月陶瓷建筑用砖主要出口目的国分析

7.3.3 2012-2014年1-6月主要省份陶瓷建筑用砖进口市场分析

7.3.4 2012-2014年1-6月主要省份陶瓷建筑用砖出口市场分析

7.4 2012-2014年1-6月中国陶瓷制固定卫生设备进出口数据分析

7.4.1 2012-2014年1-6月陶瓷制固定卫生设备主要进口来源国家分析

7.4.2 2012-2014年1-6月陶瓷制固定卫生设备主要出口目的国家分析

7.4.3 2012-2014年1-6月主要省份陶瓷制固定卫生设备进口市场分析

7.4.4 2012-2014年1-6月主要省份陶瓷制固定卫生设备出口市场分析

第八章 2012-2014年中国建筑卫生陶瓷行业发展分析

8.1 建筑卫生陶瓷的概述

8.1.1 建筑卫生陶瓷的功能介绍

8.1.2 建筑卫生陶瓷色料的简介

8.1.3 清洁性建筑卫生陶瓷新制法

8.1.4 建筑卫生陶瓷的生产原材料

8.2 2012-2014年中国建筑卫生陶瓷行业发展分析

8.2.1 建筑卫生陶瓷行业发展综述

8.2.2 中国建筑卫生陶瓷产业发展回顾

8.2.3 中国建筑卫生陶瓷产业运行现状

8.2.4 我国建筑卫生陶瓷产品质量现状

8.2.5 建筑卫生陶瓷产业政策形势分析

8.3 建筑卫生陶瓷行业技术分析

8.3.1 国内外技术进展情况

8.3.2 技术问题及解决途径

8.3.3 主要技术瓶颈分析

8.4 建筑卫生陶瓷行业问题及建议

8.4.1 我国建筑卫生陶瓷行业的主要问题

8.4.2 我国建筑卫生陶瓷行业的发展方向

8.4.3 我国建筑卫生陶瓷企业的发展战略

8.4.4 我国建筑卫生陶瓷出口的注意事项

8.5 建筑卫生陶瓷工业“十二五”发展规划

8.5.1 发展环境

8.5.2 基本原则和主要目标

8.5.3 发展重点

8.5.4 重点工程

8.5.5 保障措施

第九章 2012-2014年中国瓷砖行业发展分析

9.1 瓷砖的简介

9.1.1 瓷砖定义

9.1.2 瓷砖分类

9.1.3 瓷砖的特性及优势

9.2 2012-2014年国际瓷砖行业发展概况

9.2.1 世界陶瓷砖行业生产情况

9.2.2 世界陶瓷砖市场消费状况

9.2.3 世界陶瓷砖行业出口状况

9.2.4 世界陶瓷砖行业进口状况

9.2.5 部分国家瓷砖市场运行概况

9.3 2012-2014年中国瓷砖行业发展分析

9.3.1 中国瓷砖产能布局状况分析

9.3.2 2012年我国瓷砖行业发展状况

9.3.3 2013年我国瓷砖行业生产状况

9.3.4 2014年中国瓷砖行业发展现状

9.3.5 瓷砖厚度成瓷砖市场竞争焦点

9.3.6 我国抛光砖行业发展现状

9.4 2012-2014年中国瓷砖市场品牌分析

9.4.1 中国瓷砖品牌市场格局分析

9.4.2 我国瓷砖行业品牌代理发展状况

9.4.3 国内瓷砖品牌市场结构及消费特点

9.4.4 众多国外品牌进军我国瓷砖市场

9.4.5 我国瓷砖品牌转战非主流城市分析

9.5 中国瓷砖行业发展面临的问题

9.5.1 我国瓷砖业发展面临的挑战

9.5.2 我国瓷砖产品市场混乱

9.5.3 中国瓷砖市场的发展弊端解析

9.5.4 我国瓷砖业需转变的观念

9.6 中国瓷砖企业的发展策略探析

9.6.1 我国瓷砖企业市场制胜的营销策略

9.6.2 我国中低端瓷砖企业的营销战略探析

9.6.3 中国瓷砖企业的核心竞争力选择

9.6.4 中国瓷砖行业的品牌战略选择

9.6.5 我国瓷砖企业的品牌化发展对策

第十章 2012-2014年广东佛山市建筑陶瓷行业发展分析

- 10.1 2012-2014年佛山建筑陶瓷行业发展概况
 - 10.1.1 佛山建陶行业标准状况
 - 10.1.2 佛山建筑陶瓷行业发展现状
 - 10.1.3 佛山建筑陶瓷开启电商时代
 - 10.1.4 佛山陶瓷价格指数现状分析
- 10.2 2012-2014年佛山建筑陶瓷行业出口分析
 - 10.2.1 佛山建筑陶瓷对外贸易状况回顾
 - 10.2.2 2012年佛山陶瓷出口分析
 - 10.2.3 2013年佛山陶瓷出口分析
 - 10.2.4 2014年上半年佛山陶瓷出口分析
 - 10.2.5 佛山建筑陶瓷出口企业规避风险策略
- 10.3 佛山建筑陶瓷发展存在的问题及策略
 - 10.3.1 佛山建陶行业发展的障碍
 - 10.3.2 佛山陶瓷频频遭遇仿冒风波
 - 10.3.3 佛山建陶企业发展的建议
 - 10.3.4 佛山建陶营销模式的转变
- 第十一章 2012-2014年中国其他地区建筑陶瓷行业发展分析
 - 11.1 江西高安
 - 11.1.1 高安建筑陶瓷发展概况
 - 11.1.2 高安积极打造本土建筑陶瓷品牌
 - 11.1.3 2012年高安建立建筑陶瓷交易中心
 - 11.1.4 2014年高安建筑陶瓷发展形势
 - 11.1.5 2013年高安建筑陶瓷面临升级
 - 11.1.6 高安发展建筑陶瓷的主要策略
 - 11.2 四川夹江
 - 11.2.1 夹江陶瓷行业发展现状
 - 11.2.2 夹江建陶行业低碳化发展态势明显
 - 11.2.3 2013年夹江建筑陶瓷产能扩增
 - 11.2.4 2014年夹江陶瓷产业发展现状
 - 11.2.5 夹江陶瓷企业发展的瓶颈及出路
 - 11.3 山东淄博
 - 11.3.1 淄博建筑陶瓷业发展概况
 - 11.3.2 淄博建筑陶瓷行业发展成就
 - 11.3.3 淄博建筑陶瓷行业发展现状
 - 11.3.4 2014年淄博建陶行业产销分析

- 11.3.5 淄博建筑陶瓷行业发展面临的问题
- 11.3.6 加快淄博建陶行业发展的对策
- 11.4 新疆
 - 11.4.1 新疆建筑陶瓷行业发展概况
 - 11.4.2 新疆建筑卫生陶瓷行业发展探讨
 - 11.4.3 新疆建筑陶瓷行业发展规划
- 第十二章 2012-2014年中国建筑陶瓷行业营销分析
 - 12.1 陶瓷行业消费者行为分析
 - 12.1.1 多样化的消费需求
 - 12.1.2 建陶行业理性和专业的消费者
 - 12.1.3 瓷砖市场消费潮流
 - 12.2 中国陶瓷行业营销概况
 - 12.2.1 陶瓷市场隐形营销渠道分析
 - 12.2.2 陶瓷行业大店营销的隐忧
 - 12.2.3 陶瓷行业文化营销的考验
 - 12.2.4 我国陶瓷行业终端营销探析
 - 12.2.5 我国陶瓷行业营销策划建议
 - 12.2.6 陶瓷行业营销趋向分析
 - 12.3 建筑陶瓷产业营销状况
 - 12.3.1 中国建筑陶瓷行业营销发展历程
 - 12.3.2 深度营销理论在建陶行业的应用
 - 12.3.3 建陶企业努力开展销售新渠道
 - 12.3.4 建陶行业特有营销模式
 - 12.3.5 建筑陶瓷行业营销趋势
 - 12.4 建筑陶瓷行业营销中存在的问题
 - 12.4.1 建筑陶瓷企业实力不够
 - 12.4.2 建陶行业新兴渠道发展受限
 - 12.4.3 扁平化营销投入和产出难成正比 (ZY XH)
 - 12.5 建筑陶瓷产业的营销战略
 - 12.5.1 建筑陶瓷行业终端营销战略
 - 12.5.2 建陶行业的联合营销经营之路
 - 12.5.3 中小建陶企业的营销战略
 - 12.5.4 陶瓷企业的“4R”营销对策
 - 12.5.5 建陶市场的时尚文化营销策略
 - 12.5.6 建筑陶瓷业应走简单化营销路线

第十三章 2012-2014年中国建筑陶瓷行业竞争分析

13.1 2012-2014年建筑陶瓷市场的竞争状况

13.1.1 中国建筑陶瓷行业的竞争模式

13.1.2 我国建陶市场的竞争乱象分析

13.1.3 我国建陶企业呈现两极分化格局

13.1.4 建陶龙头企业以创新技术制胜

13.1.5 未来建筑陶瓷市场竞争要素分析

13.2 建筑陶瓷产业波特五力模型分析

13.2.1 波特五力模型介绍

13.2.2 行业内的竞争分析

13.2.3 买方议价能力

13.2.4 卖方议价能力

13.2.5 潜在进入者

13.2.6 替代品威胁

13.3 建筑陶瓷行业竞争策略探索

13.3.1 中国建陶企业竞争战略的探寻

13.3.2 建陶企业竞争的关键点分析

13.3.3 建筑陶瓷企业的竞争攻略思考

第十四章 2012-2014年中国建筑陶瓷行业重点企业竞争力分析

14.1 上海斯米克控股股份有限公司

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 经营效益分析

14.1.3 业务经营分析

14.1.4 财务状况分析

14.1.5 未来前景展望

14.2 山东江泉实业股份有限公司

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 经营效益分析

14.2.3 业务经营分析

14.2.4 财务状况分析

14.2.5 未来前景展望

14.3 山东国瓷功能材料股份有限公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 经营效益分析

14.3.3 业务经营分析

14.3.4 财务状况分析

14.3.5 未来前景展望

14.4 东鹏控股股份有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 企业经营状况

14.4.3 行业地位分析

14.4.4 未来前景展望

14.5 亚洲陶瓷控股有限公司 (ASIA CERAMICS HOLDINGS PLC)

14.5.1 企业发展概况

14.5.2 企业经营状况

14.5.3 企业营销网络

14.5.4 企业发展模式

第十五章 2015-2020年中国建筑陶瓷投资及前景分析

15.1 中国建筑陶瓷行业投资分析

15.1.1 建筑陶瓷行业投资状况

15.1.2 建筑陶瓷投资需求分析

15.1.3 建陶行业投资利好因素

15.2 中国建筑陶瓷产业发展趋势

15.2.1 建筑陶瓷行业未来发展的理想路径

15.2.2 建筑陶瓷产品工艺设计和开发趋势

15.2.3 建筑陶瓷行业未来发展趋势分析

15.2.4 建陶行业未来发展的六大关键词

15.3 中国建筑陶瓷行业前景展望

15.3.1 中国建陶行业发展空间广阔

15.3.2 中国建陶行业发展前景可期

15.3.3 功能型建筑陶瓷有望成为市场主角

15.3.4 国外企业与中国企业具有广泛合作前景

15.4 2015-2020年中国建筑陶瓷行业预测分析 (ZY XH)

15.4.1 影响我国建筑陶瓷行业发展的因素分析

15.4.2 2015-2020年中国建筑陶瓷制品制造业收入预测

15.4.3 2015-2020年中国建筑陶瓷制品制造业利润预测

15.4.4 2015-2020年中国建筑陶瓷制品制造业产值预测

图表目录 (部分)

图表1 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业销售收入

图表2 2010-2013年建筑陶瓷制品制造业销售收入增长趋势图

图表3 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业利润总额

图表4 2010-2013年建筑陶瓷制品制造业利润总额增长趋势图

图表5 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业资产总额

图表6 2010-2013年建筑陶瓷制品制造业总资产增长趋势图

图表7 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业亏损面

图表8 2010-2014年6月建筑陶瓷制品制造业亏损企业亏损总额

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201510/349742.html>