

2018年中国日用陶瓷行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国日用陶瓷行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/fangzhi/344044344044.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、行业政策导向明显

日用陶瓷是我国十大类轻工出口产品之一。国家鼓励陶瓷行业对传统工艺进行技术改造，实现“五化”，提高出口创汇率和产品附加值。“十五”期间，国家对日用陶瓷行业的政策措施有：严格控制生产总量，积极调整结构；努力提高产品档次，积极开拓国内外市场；大力推进行业技术进步，鼓励技术创新、强化科技成果转化为生产力。出口瓷要以提高产品档次和单件换汇额为目标，内销瓷要发展高中低挡产品满足不同消费层次的多元化、个性化的需求；积极发展强化瓷、耐热瓷、釉中彩瓷；积极开发高附加值的工业陶瓷和高技术陶瓷，鼓励外资投向高技术陶瓷领域。

二、日用陶瓷供给量充足，但市场接受度有待提高

随着整个市场经济的发展，世界各国都在发展与改善老的居家生活环境，随着国际陶瓷业的减产，我国陶瓷业将面临至多的商机，但是中国陶瓷企业必须开始注意创建品牌与提升产品的附加值，提高企业的利润和发展的速度，逐步符合整个全球日用陶瓷市场的需求。

据有关信息表明，目前我国有日用陶瓷企业1000多家，1996年日用陶瓷总产量已近100亿件，约占世界总产量的60%以上；2002年我国日用陶瓷总量约为140亿件，约占世界总产量的65 - 70%，居世界首位。（2007年180亿件）

近年来，我国日用陶瓷工业已建成了几个标准化原料基地。在燃料结构方面，部分大中型企业正在转向使用洁净气体或液体燃料。在设备方面，部分企业引进了国外先进的等静压成型机和高压注浆成型机。在烧成方面，随着燃料结构的改变，一批节能型隧道窑取代了传统隧道窑，有一些陶瓷厂引进高温辊道窑，使用天然气实现了明焰无匣快速烧成，其单位能耗达到国际先进水平。二次烧成正在被越来越多的陶瓷厂所采用。在窑具和石膏模型方面，通过引进技术和装备建立了一批专业化生产厂。日用陶瓷的生产已形成规模，基本上能满足国内陶瓷市场的需求，关键是怎样提高产品的绝对值与附加值，提高各个层次面市场的接受能力，整体的提升陶瓷产品的顾客使用价值与形象。

三、日用陶瓷出口价格低廉，行业内低端竞争激烈

作为世界第一大陶瓷生产国，我国日用陶瓷的产量和出口量虽占世界第一位，但平均单件换汇率偏低，约为0.2美元（02年）。其主要原因是产品档次低，品牌产品少，花色品

种不适应国际市场需求。与国外名牌产品相比，我国瓷器表面的色泽、造型、图案设计、产品定位、营销策略等方面尚有较大的差距。

此外，我国日用陶瓷制品总产量偏大，使产品价格与价值相背离，造成某一方面产品竞争激烈、市场饱和较为突出也是导致出口价格低廉的原因，而有些层次的市场我们又无法占领。我国日用瓷出口历史较长，许多大企业对外国市场依存度大，不太关注国内市场的营销和消费引导。这种现状的深层原因是生产企业利润低、企业的流动资金难以承受开拓市场所需的过高营销成本；技术改造资金不足，难以使产品快速更新换代；设计人员不足，设计开发与市场不能对接，导致能满足市场需求的新产品不能得以有效开发的恶性循环所致，种种因素更阻碍了企业的健康快速发展。

四、市场需求层次转向中高档

近年来，随着人们居住环境的改善，特别是城市居民居室装修档次的日渐提高，中高消费水平的部分城市消费者深感原有普通茶具餐具、花瓶花插与现有室内豪华卫生陶瓷、墙地砖极不协调，他们对中高档日用瓷消费需求不断增长。

然而，与巨大的瓷砖、卫生陶瓷市场相比，销售日用瓷，特别是销售国产中高档日用瓷的门店及专柜等各种渠道却少得可怜，几乎仅为瓷砖、卫生陶瓷销售门店和专柜的千分之几，明显出现产销空白。反观国外日用瓷知名品牌，如英国的韦奇伍德（Wedgwood）、法国的佰图、德国的鹰牌、日本的Nikko、韩国的Hankook纷纷在国内高档商场开设专柜，以典雅的造型、静雅悦目的图案、缤纷的色彩以及柔和如水的釉面光泽吸引了国内消费者的目光，但也因价格较高，虽然品质好，但都影响了顾客的接受能力，导致销售有限，往往使商场为提高商场品味但又没有效益而苦恼，所以陶瓷产品的定位已和企业的发展战略息息相关。

从国内市场情况看，随着经济的发展和人民生活水平的提高，对陶瓷的需求量也越来越大，同时对陶瓷产品的要求层次越来越高，名、特、优、新陶瓷产品供不应求，中高档日用陶瓷十分抢手，质量好的传统产品继续畅销，中高档次产品将成为今后陶瓷产品的发展主流。

2001年国内日用陶瓷销售61亿件，主要供应宾馆、饭店、城市及农村市场。现在陶瓷产量已能满足市场需求。随着改革开放，人民生活和旅游业发展，国内市场在品质、规格、档次出现显著变化，使日用陶瓷将由粗变细，由单件变成套，档次逐年提高；另外受旅游业的推动，宾馆瓷、餐馆瓷需求旺盛。有关单位预测，2005年我国日用陶瓷消费总量将达到6

5.7亿件，2010年将增至82亿件，因此，中高档日用瓷市场前景广阔。

五、从产品结构调整、品牌塑造等方面振兴国内日用陶瓷制造业

从市场现状来说，国内日用瓷生产商面对大中城市部分中高收入消费者对中高档日用瓷的需求增长似乎认识不足，专家指出“符合现代人文消费需求的日用瓷产品应是现代工业、现代科技和现代艺术的结晶。日用瓷的设计对单件作品的要求不仅仅是工艺、造型和图案，更有对容量、对成套作品相互搭配等餐饮本身极为规范的要求标准。”

中国具有悠久的陶瓷生产历史，目前仍是世界陶瓷大国，但在现代社会的商品经济中，日用瓷的精品还大多停留在毛主席用瓷、人民大会堂用瓷、APEC用瓷、国礼用瓷等收藏价值重于日常使用价值的少数创作品种上，真正能批量生产、明确为国内年收入百万元、50万元、10万元、5万元的不同收入家庭使用的中高档品牌日用瓷的市场远未开拓。

目前我国日用陶瓷生产企业仍然是地域性的团队品牌，如景德镇、唐山、淄博、潮州、德化等。单个企业的产品个性不能在大批量满足特定消费群体的过程中得以张扬，企业规模不大，即使质量再好，品牌效应也不大。市场份额、企业影响力更无从谈起。

《2018年中国日用陶瓷行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》由观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行相关部门也具有极大的参考价值。

报告简介

第一章：中国日用陶瓷制造行业发展综述

1.1日用陶瓷制造行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.1.3行业在国民经济中的地位

1.2日用陶瓷制造行业统计标准

- 1.2.1 日用陶瓷制造行业统计部门和统计口径
- 1.2.2 日用陶瓷制造行业统计方法
- 1.2.3 日用陶瓷制造行业数据种类
- 1.3 日用陶瓷制造行业供应链分析
 - 1.3.1 日用陶瓷制造行业上下游产业供应链简介
 - 1.3.2 日用陶瓷制造行业主要下游产业链分析
 - (1) 住宿、餐饮行业发展分析
 - (2) 家庭消费情况分析
 - 1.3.3 日用陶瓷制造行业上游产业供应链分析
 - (1) 粘土类原料市场分析
 - (2) 石英类原料市场分析
 - (3) 溶剂类原料市场分析
 - (4) 煤炭能源市场分析

第二章：日用陶瓷制造行业发展状况分析

- 2.1 中国日用陶瓷制造行业发展状况分析
 - 2.1.1 中国日用陶瓷制造行业发展总体概况
 - 2.1.2 中国日用陶瓷制造行业发展主要特点
 - 2.1.3 日用陶瓷制造行业经营情况分析
 - (1) 日用陶瓷制造行业经营效益分析
 - (2) 日用陶瓷制造行业盈利能力分析
 - (3) 日用陶瓷制造行业运营能力分析
 - (4) 日用陶瓷制造行业偿债能力分析
 - (5) 日用陶瓷制造行业发展能力分析
- 2.2 日用陶瓷制造行业经济指标分析
 - 2.2.1 日用陶瓷制造行业主要经济效益影响因素
 - 2.2.2 日用陶瓷制造行业经济指标分析
 - 2.2.3 不同规模企业经济指标分析
 - 2.2.4 不同性质企业经济指标分析
 - 2.2.5 不同地区企业经济指标分析
- 2.3 日用陶瓷制造行业供需平衡分析
 - 2.3.1 全国日用陶瓷制造行业供给情况分析
 - (1) 全国日用陶瓷制造行业总产值分析
 - (2) 全国日用陶瓷制造行业产成品分析
 - 2.3.2 各地区日用陶瓷制造行业供给情况分析

- (1) 总产值排名前10个地区分析
- (2) 产成品排名前10个地区分析
- 2.3.3全国日用陶瓷制造行业需求情况分析
 - (1) 全国日用陶瓷制造行业销售产值分析
 - (2) 全国日用陶瓷制造行业销售收入分析
- 2.3.4各地区日用陶瓷制造行业需求情况分析
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析
- 2.3.5全国日用陶瓷制造行业产销率分析
- 2.4日用陶瓷制造行业运营状况分析
 - 2.4.1日用陶瓷制造行业产业规模分析
 - 2.4.2日用陶瓷制造行业资本/劳动密集度分析
 - 2.4.3日用陶瓷制造行业产销分析
 - 2.4.4日用陶瓷制造行业成本费用结构分析
 - 2.4.5日用陶瓷制造行业盈亏分析

第三章：日用陶瓷制造行业市场环境分析

- 3.1行业政策环境分析
 - 3.1.1行业相关政策动向
 - (1) 《食品接触用陶瓷产品生产许可证审查细则》
 - (2) 《关于提高部分商品出口退税率的通知》
 - (3) 《陶瓷工业污染物排放标准》
 - 3.1.2日用陶瓷制造行业发展规划
- 3.2行业经济环境分析
 - 3.2.1国际宏观经济环境分析
 - 3.2.2国内宏观经济环境分析
 - 3.2.3行业宏观经济环境分析
- 3.3行业消费环境分析
 - 3.3.1行业消费特征分析
 - 3.3.2行业消费趋势分析
- 3.4行业贸易环境分析
 - 3.4.1行业贸易环境发展现状
 - 3.4.2行业贸易环境发展趋势
- 3.5行业社会环境分析
 - 3.5.1行业发展与社会经济的协调

3.5.2行业发展面临的环境保护问题

3.5.3行业发展的地区不平衡问题

第四章：日用陶瓷制造行业市场竞争状况分析

4.1行业总体市场竞争状况分析

4.2行业国际市场竞争状况分析

4.2.1国际日用陶瓷市场发展状况

4.2.2国际日用陶瓷市场竞争状况分析

4.2.3国际日用陶瓷市场发展趋势分析

4.3行业国内市场竞争状况分析

4.3.1国内日用陶瓷制造行业竞争格局分析

4.3.2国内日用陶瓷制造行业集中度分析

(1) 行业销售集中度分析

(2) 行业资产集中度分析

(3) 行业利润集中度分析

4.3.3国内日用陶瓷制造行业市场规模分析

4.3.4日用陶瓷制造行业议价能力分析

4.3.5国内日用陶瓷制造行业潜在威胁分析

4.4行业投资兼并与重组整合分析

4.4.1日用陶瓷制造行业投资兼并与重组整合概况

4.4.2国际日用陶瓷企业投资兼并与重组整合

4.4.3国内日用陶瓷企业投资兼并与重组整合

4.4.4日用陶瓷制造行业投资兼并与重组整合特征判断

4.5行业不同经济类型企业特征分析

4.5.1不同经济类型企业特征情况

4.5.2行业经济类型集中度分析

第五章：日用陶瓷制造行业主要产品分析

5.1行业主要产品结构特征

5.1.1行业产品结构特征分析

5.1.2行业产品市场发展概况

5.2行业主要产品市场分析

5.2.1餐具、茶具产品市场分析

5.2.2厨房器具产品市场分析

5.2.3其他陶瓷器产品市场分析

5.3行业主要产品销售渠道与策略

5.3.1行业产品销售渠道现状分析

5.3.2行业产品销售渠道发展趋势与策略

5.4行业主要产品新技术发展趋势

5.4.1国际日用陶瓷制造行业新技术发展趋势

5.4.2国内日用陶瓷制造行业新技术发展趋势

第六章：日用陶瓷制造行业重点区域市场分析

6.1行业总体区域结构特征分析

6.1.1行业区域结构总体特征

6.1.2行业区域集中度分析

6.2行业重点区域产销情况分析

6.2.1华北地区日用陶瓷制造行业产销情况分析

(1) 河北省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(2) 山西省日用陶瓷制造行业产销情况分析

6.2.2华南地区日用陶瓷制造行业产销情况分析

(1) 广东省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(2) 广西日用陶瓷制造行业产销情况分析

6.2.3华东地区日用陶瓷制造行业产销情况分析

(1) 上海市日用陶瓷制造行业产销情况分析

(2) 江苏省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(3) 浙江省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(4) 山东省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(5) 福建省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(6) 江西省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(7) 安徽省日用陶瓷制造行业产销情况分析

6.2.4华中地区日用陶瓷制造行业产销情况分析

(1) 湖南省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(2) 湖北省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(3) 河南省日用陶瓷制造行业产销情况分析

6.2.5西北地区日用陶瓷制造行业产销情况分析

(1) 陕西省日用陶瓷制造行业产销情况分析

(2) 宁夏日用陶瓷制造行业产销情况分析

6.2.6西南地区日用陶瓷制造行业产销情况分析

(1) 重庆市日用陶瓷制造行业产销情况分析

- (2) 四川省日用陶瓷制造行业产销情况分析
- (3) 云南省日用陶瓷制造行业产销情况分析
- 6.2.7 东北地区日用陶瓷制造行业产销情况分析
 - (1) 黑龙江省日用陶瓷制造行业产销情况分析
 - (2) 吉林省日用陶瓷制造行业产销情况分析
 - (3) 辽宁省日用陶瓷制造行业产销情况分析

第七章：日用陶瓷制造行业进出口市场分析

7.1 日用陶瓷制造行业进出口状况综述

7.2 日用陶瓷制造行业出口市场分析

7.2.1 行业出口市场总体状况

7.2.2 行业出口产品结构特征

7.2.3 行业出口重点企业分析

7.2.4 行业出口企业类型

7.2.5 行业出口运输方式

7.2.6 行业出口贸易方式

7.2.7 行业出口国内地区分布

7.2.8 行业出口国别和地区特征分析

7.3 日用陶瓷制造行业进口市场分析

7.3.1 行业进口市场总体状况

7.3.2 行业进口产品结构特征

7.3.3 行业进口重点企业分析

7.3.4 行业进口企业类型

7.3.5 行业进口运输方式

7.3.6 行业进口贸易方式

7.3.7 行业进口国内地区分布

7.3.8 行业进口国别和地区特征分析

7.4 日用陶瓷制造行业进出口前景及建议

7.4.1 日用陶瓷制造行业出口前景及建议

7.4.2 日用陶瓷制造行业进口前景及建议

第八章：日用陶瓷制造行业主要企业生产经营分析

8.1 日用陶瓷企业发展总体状况分析

8.1.1 日用陶瓷企业规模

8.1.2 日用陶瓷制造行业工业产值状况

8.1.3日用陶瓷制造行业销售收入和利润

8.1.4主要日用陶瓷企业创新能力分析

8.2日用陶瓷制造行业领先企业个案分析

8.2.1广西三环公司集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

8.2.2唐山陶瓷股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况SWOT分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

8.2.3湖南华联瓷业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况SWOT分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

8.2.4福建冠福现代家用股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况SWOT分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析

8.2.5 广东四通集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析

8.2.6 山东银凤股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析

8.2.7 广东松发陶瓷有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况SWOT分析
- (7) 企业最新发展动向分析

8.2.8 伟业陶瓷实业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

8.2.9 济源巨康陶瓷有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况SWOT分析

8.2.10 江苏高淳陶瓷股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构及新产品动向

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况SWOT分析

(11) 企业投资兼并与重组分析

(12) 企业最新发展动向分析

8.2.11 宜兴精陶集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况SWOT分析

8.2.12 山东美华瓷业集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况SWOT分析

8.2.13 廉江市红星陶瓷企业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析

8.2.14淄博昆仑瓷器有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.15淄博双凤陶瓷有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析

8.2.16广东雄英集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析

8.2.17广东美地瓷业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况SWOT分析

8.2.18山东硅苑新材料科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络

- (6) 企业经营状况SWOT分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析
- 8.2.19潮州市三元陶瓷(集团)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业组织架构分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况SWOT分析
- 8.2.20淄博泰山瓷业有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况SWOT分析
 - (6) 企业最新发展动向分析

第九章：日用陶瓷制造行业发展趋势分析与预测

- 9.1中国日用陶瓷市场发展趋势
 - 9.1.1中国日用陶瓷市场发展趋势分析
 - 9.1.2中国日用陶瓷市场发展前景预测
- 9.2日用陶瓷制造行业投资特性分析
 - 9.2.1日用陶瓷制造行业进入壁垒分析
 - 9.2.2日用陶瓷制造行业盈利模式分析
 - 9.2.3日用陶瓷制造行业盈利因素分析
- 9.3中国日用陶瓷制造行业投资风险
 - 9.3.1日用陶瓷制造行业政策风险
 - 9.3.2日用陶瓷制造行业技术风险
 - 9.3.3日用陶瓷制造行业供求风险
 - 9.3.4日用陶瓷制造行业宏观经济波动风险
 - 9.3.5日用陶瓷制造行业关联产业风险
 - 9.3.6日用陶瓷制造行业产品结构风险
 - 9.3.7企业生产规模及所有制风险
 - 9.3.8日用陶瓷制造行业其他风险

9.4中国日用陶瓷制造行业投资建议

9.4.1日用陶瓷制造行业投资现状分析

9.4.2日用陶瓷制造行业主要投资建议

图表目录

图表1：日用陶瓷制造行业工业总产值及其占GDP比重走势（单位：亿元，%）

图表2：按农村居民家庭收入五分组生活消费水平比较（单位：元/人）

图表3：按城镇居民家庭收入五分组生活消费水平比较（单位：元/人）

图表4：秦皇岛动力煤价格走势（单位：元/吨）

图表5：中国现代日用陶瓷发展阶段代表性年份出口依存度变化对比（单位：亿件，%）

图表6：中国日用陶瓷生产方式变化比较

图表7：日用陶瓷制造行业销售收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表8：日用陶瓷制造行业经营效益分析（单位：个，人，万元，%）

图表9：中国日用陶瓷制造行业盈利能力分析（单位：%）

图表10：中国日用陶瓷制造行业运营能力分析（单位：次）

图表11：中国日用陶瓷制造行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表12：中国日用陶瓷制造行业发展能力分析（单位：%）

图表13：日用陶瓷制造行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表14：中国大型日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表15：中国中型日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表16：中国小型日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表17：不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表18：不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表19：不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表20：不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表21：国有日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表22：集体日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表23：股份合作日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表24：股份制日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表25：私营日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表26：外商和港澳台投资日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表27：其他性质日用陶瓷制造企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表28：不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表29：不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表30：不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表31：不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表32：居前的10个省份销售收入统计表（单位：万元，%）

图表33：居前的10个省份销售收入比重图（单位：%）

图表34：居前的10个省份资产总额统计表（单位：万元，%）

图表35：居前的10个省份资产总额比重图（单位：%）

图表36：居前的10个省份负债统计表（单位：万元，%）

图表37：居前的10个省份负债比重图（单位：%）

图表38：居前的10个省份销售利润统计表（单位：万元，%）

图表39：居前的10个省份销售利润比重图（单位：%）

图表40：居前的10个省份利润总额统计表（单位：万元，%）

图表41：居前的10个省份利润总额比重图（单位：%）

图表42：居前的10个省份产成品统计表（单位：万元，%）

图表43：居前的10个省份产成品比重图（单位：%）

图表44：居前的10个省份单位数及亏损单位数统计表（单位：个）

图表45：居前的10个省份企业单位数比重图（单位：%）

图表46：居前的10个亏损省份亏损单位亏损总额统计表（单位：万元，%）

图表47：居前的10个亏损省份亏损总额比重图（单位：%）

图表48：日用陶瓷制造行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表49：日用陶瓷制造行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表50：工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表51：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表52：产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表53：产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表54：日用陶瓷制造行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表55：日用陶瓷制造行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表56：销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表57：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表58：销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表59：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表60：全国日用陶瓷制造行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表61：日用陶瓷制造行业产业规模分析（单位：个，万人，亿元，%）

图表62：日用陶瓷制造行业产业规模分析（按经济类型划分）（单位：个，万人，亿元，%）

图表63：日用陶瓷制造行业产业规模分析（重点地区划分）（单位：个，万人，亿元，%）

图表64：日用陶瓷制造行业资本/劳动密集度分析（单位：万元/人，万元/单位，%）

图表65：日用陶瓷制造行业资本/劳动密集度分析（按经济类型划分）（单位：万元/人，万

元/单位，%)

图表66：日用陶瓷制造行业资本/劳动密集度分析（重点地区划分）（单位：万元/人，万元/单位）

图表67：日用陶瓷制造行业产销情况（单位：亿元，%）
（GYWW）

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/344044344044.html>