2021年中国陶瓷岩板行业分析报告- 市场调研与发展战略规划

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《2021年中国陶瓷岩板行业分析报告-市场调研与发展战略规划》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/jiajujiancai/546847546847.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

2020年，一些陶瓷企业宣传“泛家居”概念，进而推广陶瓷岩板在整个家装行业的应用，并且在疫情基本结束之后国内岩板生产线快速扩张，生产线数量从3月份的16条增长到12月的108条，整个建筑陶瓷领域掀起岩板热潮。

2020年3-12月我国岩板生产线数量增长情况 数据来源：观研天下整理

一、陶瓷岩板行业风险分析

虽然，现阶段陶瓷岩板是家居行业很受欢迎的陶瓷产品，但是它自身仍然具有很不足，这给陶瓷岩板市场带来极大地风险。

第一，岩板价格贵、高端大气上档次。在陶瓷岩板发展初期，其价格随随便便就是过千元或数千元一平方米，过于高大上。未来随着产量不断增长，陶瓷岩板的价格战一定是不可避免的。举个例子，近期在一则岩板餐桌广告上显示，一个800X1400的岩板餐桌，外加座椅售价800元，也就是说至少岩板也可以卖到两三百元一平方米，这给岩板生产商提供较大的利润空间。所以现在陶业江湖又重新流传说“岩板又一次将瓷砖行业带回了印钞机的时代”。

第二，在质量方面，消费者更多地注意加工细节，而忽略整体材料质量，岩板的品牌认知度更低，消费者看终端产品的品牌，而不关心材料的品牌，所以我们有时说，岩板会把瓷砖带入一个泛家居板材化时代，在板材化的同时更加材料化，可能也就是去品牌化。

除此之外，陶瓷岩板还存在加工设备落后、铺贴和运输都尚未完善，所以与国外一些先进品牌相比，国内陶瓷岩板产品竞争力不足，进而可能导致消费人群的流失。

我国陶瓷岩板行业存在的痛点 数据来源：观研天下整理

二、陶瓷岩板行业发展机遇分析

根据数据显示，2020年，全国共有55家企业公开新增大/岩板线计划，共涉及逾120条生产线。同时，根据相关资料显示，截至2020年12月底，中国已建成点火的岩板生产线达到108条。假如2021年底，我国拥有100条岩板生产线，平均每条线一天5000平方米，全年也就是1.5亿平方米，在2024年后若达到300条线，岩板产量可以达到4.5亿平方米，届时我国将会成为全球岩板生产制造的中心，即使在各国反倾销机制下，我国陶瓷岩板行业将处于市场黄金期。

2020年10月-2021年1月中国部分建陶企业岩板新增布局

时间

公司

项目

2020-10-4

领标科技

年产800万平方米新型节能超薄岩板项目第一条大岩板生产线点火投产。大岩板2号智能生

产线顺利点火投产。依诺大岩板1、2号智能生产线将用于生产超大规格岩板。

2020-10-17

依诺

签约人驻江西宜春丰城高新区，拟投资额3亿元建设岩板生产线、加工中心和研发中心。

2020-11-7

道格拉斯

江西丰城产区M3线顺利点火开线。这是继6月28日丰城产区唯美二厂

2020-1-11

唯美集团

线顺利投产后的又一条岩板线，重庆产区在建的新线不日也将建成点火

2020-11-16

欧神诺

推出2021岩板+瓷砖新品五大系列，正式进军岩板市场

2020-11-24

宏宇集团

大岩板生产线点火仪式在清远基地宏威陶瓷举行。主要生产16003200x9mm规格的大岩板，日产量6600平方米

2020-12-10

新明珠

第5条大规格岩板生产线成功点火投产，该线主要生产8002700mm规格的岩板产品，日产能超过1.1万平方米

2020-12-19

诺贝尔

工业“4.0能效标杆数智时代”高端岩板生产线成功点火:可生产规格厚度6-10mm范围内平整度高、韧性强的优质岩板产品，设计日产量2万平

2020-12-27

蒙娜丽莎

西樵生产基地2条特种高性能陶瓷岩板生产线举行点火仪式，将生产大规格特种高性能陶瓷岩板

2021-1-1

广东中岩

广东中岩第五条岩板生产线全球岩板智能化全自动生产线成功进行量产。超宽体岩板大窑，日产量可达3万平方米，是目前最大产出量的岩板窑数据来源：观研天下整理

根据四通股份相关资料显示，陶瓷大/岩板产品的特点与优势使得其在替代天然石材、高端室内装修、建筑幕墙工程、高端定制家居等领域具备广阔的市场空间，有望打开千亿以

上的市场。

特种高性能陶瓷大岩板的应用途径及市场容量估算

应用途径

市场容量预算

测算依据

替代天然石材

440亿元-500亿元

2018年全行业规模以上企业达到4400亿元-5000亿元的市场规模，保守预测陶瓷大板替代石材的市场份额占其市场规模的10%。随着陶瓷大板产业的发展成熟，替代比例和市场容量将进一步提升

高端室内装修建筑陶瓷

500亿元

2017年中国建筑陶瓷行业市场容量约为5000亿元，按照陶瓷大板产值达建筑陶瓷市场规模10%预测。另外，预计大工业化背景下建筑装饰领域每年有超过4000亿元的市场空间

建筑幕墙工程

110亿元

根据“十三五”目标，预计2020年建筑幕墙市场规模将增长到5500亿元，预测陶瓷大板材料的产值可达到建筑幕墙市场规模的2%左右

高端定制家具

187亿元

预测陶瓷大板的产值可达到定制家具产值的5%，按广证恒生预测的2019年定制家具3745亿元市场容量测算数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《2021年中国陶瓷岩板行业分析报告-市场调研与发展战略规划》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国陶瓷岩板行业发展概述

第一节 陶瓷岩板行业发展情况概述

- 一、陶瓷岩板行业相关定义
- 二、陶瓷岩板行业基本情况介绍
- 三、陶瓷岩板行业发展特点分析
- 四、陶瓷岩板行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、陶瓷岩板行业需求主体分析

第二节 中国陶瓷岩板行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、陶瓷岩板行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国陶瓷岩板行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国陶瓷岩板行业生命周期分析

- 一、陶瓷岩板行业生命周期理论概述
- 二、陶瓷岩板行业所属的生命周期分析

第四节 陶瓷岩板行业经济指标分析

- 一、陶瓷岩板行业的赢利性分析
- 二、陶瓷岩板行业的经济周期分析
- 三、陶瓷岩板行业附加值的提升空间分析

第五节 中国陶瓷岩板行业进入壁垒分析

- 一、陶瓷岩板行业资金壁垒分析
- 二、陶瓷岩板行业技术壁垒分析
- 三、陶瓷岩板行业人才壁垒分析
- 四、陶瓷岩板行业品牌壁垒分析
- 五、陶瓷岩板行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球陶瓷岩板行业市场发展现状分析

第一节 全球陶瓷岩板行业发展历程回顾

第二节 全球陶瓷岩板行业市场区域分布情况

第三节 亚洲陶瓷岩板行业地区市场分析

- 一、亚洲陶瓷岩板行业市场现状分析
- 二、亚洲陶瓷岩板行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲陶瓷岩板行业市场前景分析

第四节 北美陶瓷岩板行业地区市场分析

- 一、北美陶瓷岩板行业市场现状分析
- 二、北美陶瓷岩板行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美陶瓷岩板行业市场前景分析

第五节 欧洲陶瓷岩板行业地区市场分析

- 一、欧洲陶瓷岩板行业市场现状分析
- 二、欧洲陶瓷岩板行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲陶瓷岩板行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界陶瓷岩板行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球陶瓷岩板行业市场规模预测

第三章 中国陶瓷岩板产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品陶瓷岩板总额
- 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国陶瓷岩板行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国陶瓷岩板产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国陶瓷岩板行业运行情况

第一节 中国陶瓷岩板行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国陶瓷岩板行业市场规模分析

第三节 中国陶瓷岩板行业供应情况分析

第四节 中国陶瓷岩板行业需求情况分析

第五节 我国陶瓷岩板行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国陶瓷岩板行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国陶瓷岩板行业供需平衡分析

第八节 中国陶瓷岩板行业发展趋势分析

第五章 中国陶瓷岩板所属行业运行数据监测

第一节 中国陶瓷岩板所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国陶瓷岩板所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国陶瓷岩板所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国陶瓷岩板市场格局分析

第一节 中国陶瓷岩板行业竞争现状分析

一、中国陶瓷岩板行业竞争情况分析

二、中国陶瓷岩板行业主要品牌分析

第二节 中国陶瓷岩板行业集中度分析

一、中国陶瓷岩板行业市场集中度影响因素分析

二、中国陶瓷岩板行业市场集中度分析

第三节 中国陶瓷岩板行业存在的问题

第四节 中国陶瓷岩板行业解决问题的策略分析

第五节 中国陶瓷岩板行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国陶瓷岩板行业需求特点与动态分析

第一节 中国陶瓷岩板行业消费市场动态情况

第二节 中国陶瓷岩板行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 陶瓷岩板行业成本结构分析

第四节 陶瓷岩板行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国陶瓷岩板行业价格现状分析

第六节 中国陶瓷岩板行业平均价格走势预测

一、中国陶瓷岩板行业价格影响因素

二、中国陶瓷岩板行业平均价格走势预测

三、中国陶瓷岩板行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国陶瓷岩板行业区域市场现状分析

第一节 中国陶瓷岩板行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区陶瓷岩板市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区陶瓷岩板市场规模分析

四、华东地区陶瓷岩板市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区陶瓷岩板市场规模分析

四、华中地区陶瓷岩板市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区陶瓷岩板市场规模分析

四、华南地区陶瓷岩板市场规模预测

第九章 2017-2021年中国陶瓷岩板行业竞争情况

第一节 中国陶瓷岩板行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国陶瓷岩板行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国陶瓷岩板行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 陶瓷岩板行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国陶瓷岩板行业发展前景分析与预测

第一节 中国陶瓷岩板行业未来发展前景分析

一、陶瓷岩板行业国内投资环境分析

二、中国陶瓷岩板行业市场机会分析

三、中国陶瓷岩板行业投资增速预测

第二节 中国陶瓷岩板行业未来发展趋势预测

第三节 中国陶瓷岩板行业市场发展预测

一、中国陶瓷岩板行业市场规模预测

二、中国陶瓷岩板行业市场规模增速预测

三、中国陶瓷岩板行业产值规模预测

四、中国陶瓷岩板行业产值增速预测

五、中国陶瓷岩板行业供需情况预测

第四节 中国陶瓷岩板行业盈利走势预测

一、中国陶瓷岩板行业毛利润同比增速预测

二、中国陶瓷岩板行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国陶瓷岩板行业投资风险与营销分析

第一节 陶瓷岩板行业投资风险分析

一、陶瓷岩板行业政策风险分析

二、陶瓷岩板行业技术风险分析

三、陶瓷岩板行业竞争风险分析

四、陶瓷岩板行业其他风险分析

第二节 陶瓷岩板行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国陶瓷岩板行业发展战略及规划建议

第一节 中国陶瓷岩板行业品牌战略分析

- 一、陶瓷岩板企业品牌的重要性
- 二、陶瓷岩板企业实施品牌战略的意义
- 三、陶瓷岩板企业品牌的现状分析
- 四、陶瓷岩板企业的品牌战略
- 五、陶瓷岩板品牌战略管理的策略

第二节 中国陶瓷岩板行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国陶瓷岩板行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国陶瓷岩板行业发展策略及投资建议

第一节 中国陶瓷岩板行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国陶瓷岩板行业营销渠道策略

- 一、陶瓷岩板行业渠道选择策略
- 二、陶瓷岩板行业营销策略

第三节 中国陶瓷岩板行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国陶瓷岩板行业重点投资区域分析
- 二、中国陶瓷岩板行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/546847546847.html>