

2018年中国陶瓷市场分析报告- 行业深度分析与发展趋势研究

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年中国陶瓷市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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/329276329276.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、行业竞争格局和市场化程度 我国日用陶瓷行业生产企业数量众多，企业规模小而分散，行业集中度低，市场化程度高，且以民营企业和个体工商户居多，中低档产品市场竞争形式主要表现为产品价格上的竞争，高档市场主要是通过品牌、设计及质量等方面进行竞争。在全球范围内，日用陶瓷行业的发展也与区域经济发展水平相关，发达国家或者发展中国家的经济发达地区市场需求较大，反之则较低。随着欧洲、日本等经济发达国家对日用陶瓷行业进行产业结构调整 and 战略转移，逐步向高品质和高技术方向发展，其日用陶瓷行业集中度逐步提高，仅少数企业占据市场竞争优势，如英国的皇家道尔顿和韦奇伍德、法国的柏图和哈瓦龙、德国的唯宝、罗森塔尔和胡琴路易斯特、日本的诺里蒂克和鸣海等。

二、行业内主要企业情况 我国日用陶瓷行业呈数量多，规模小的特点，部分企业凭借多年来在设计、研发、品牌和技术等方面的积累，拥有自主品牌及设计能力，在国际市场拥有一定品牌知名度。行业内的主要企业如下（以下资料来源于各公司网站及公开信息）：

1、广东松发陶瓷股份有限公司（上海证券交易所，603268）

该公司成立于 2002 年，位于广东潮州，集陶瓷产品设计、研发、生产、销售为一体，主要经营家瓷、定制瓷和酒店瓷等日用陶瓷用品，产品涵盖餐具、茶具、咖啡器皿、陈列瓷、艺术收藏瓷以及不锈钢、水晶及玻璃等家居用品。2016 年，该公司销售日用陶瓷和精品瓷合计 4,382.78 万件，实现营业收入 35,135.95 万元。

2、广东四通集团股份有限公司（上海证券交易所，603838）

该公司成立于 1997 年，是一家集研发、设计、生产、销售于一体的新型家居生活陶瓷供应商，产品覆盖日用陶瓷、卫生陶瓷、艺术陶瓷等全系列家居生活用瓷。2016 年，该公司销售陶瓷产品合计 2,548.50 万件，实现营业收入 42,047.05 万元。

3、广东文化长城集团股份有限公司（深圳证券交易所，300089）

该公司成立于 1996 年，总部位于广东潮州，主要从事各式中高档创意工艺、日用陶瓷的研发、制造和销售，产品畅销欧美、亚非等世界 60 多个国家和地区。2016 年，该公司销售陶瓷产品 2,633.16 万件，陶瓷产品收入为 35,249.22 万元。

4、冠福控股股份有限公司（深圳证券交易所，002102）

该公司成立于 2002 年，是一家集日用陶瓷、竹木、玻璃、不锈钢等家用产品的研发、生产、销售、服务为一体的上市公司，产品主要销往华东、华南和西北地区。

5、广西三环企业集团股份有限公司

该公司是以生产销售日用陶瓷为主，兼营陶瓷技术研究开发、陶瓷原料加工、陶瓷窑具、陶瓷机械、包装纸品、物流、进出口等业务，主导产品有日用细瓷、色釉炻瓷、高档瓷三大类，包括中餐具、西餐具、茶具、咖啡具、航空瓷具、酒店瓷具、礼品瓷具、艺术瓷

具、微波餐具九大系列 2000 多个品种。

图表：主要公司情况介绍

三、行业的主要壁垒 随着国内外消费结构的升级，市场对于高品质产品的需求日益增长，行业内具有规模优势、资金优势、技术优势和品牌优势的知名陶瓷生产企业加大产品研发和设计的投入，改善制造工艺，引进先进的生产设备和管理经验。我国日用陶瓷行业今后的竞争将主要体现在产品品质和品牌建设等方面，也构成了新企业进入该行业的主要壁垒。

1、技术壁垒

由于日用陶瓷产品和人们的生活密切相关，国家制订了一系列的陶瓷产品技术规范，对陶瓷生产和陶瓷制品的质量都做了明确的规定，特别是在产品的铅、镉等有害物质溶出量等方面，提出了严格的技术标准，此外，对陶瓷产品的外观质量、吸水率、抗热震性等都有较高的要求。对于陶瓷出口企业来说，美国、欧盟、日本、加拿大、澳大利亚等国家对陶瓷制品的铅、镉溶出量有更高的要求。严格的技术标准增加企业的技术壁垒。

此外，在陶瓷制品烧成温度以及时尚个性化的颜色釉、窑变釉、裂纹釉等生产工艺的掌握程度方面，部分技术指标是企业长时间生产过程中不断积累总结而来，这些都对新进日用陶瓷行业的企业构成了较高的技术门槛。

2、品牌及市场壁垒

陶瓷产品除了其实用性以外，还肩负着中国传统文化的传承。历史悠久，得到行业和社会认可的陶瓷行业品牌，包含了彰显社会地位、生活品味、文化认同等功能，在激烈的市场竞争中，可以占得先机。

此外，在与国际上的知名客户的合作过程中，客户一般需要对陶瓷生产企业进行资质、品牌等方面的审查，并需要符合国际标准的社会责任和环保的要求，这对于新进入的企业来说，面对成熟企业的品牌优势和客户资源优势，短期内难以获得市场的认可，存在一定的品牌及市场壁垒。

3、人才壁垒

日用陶瓷产品集实用性、装饰性、文化性、价值感于一身，具有一定的特殊性，既需要先进的现代生产设备，也需要经验丰富的生产、工艺人才。日用陶瓷生产过程中关键的工艺环节，需要一批有经验的材质工程师、工艺美术师等陶瓷专业人才；在造型创意和设计环节，需要富有创新能力和深厚文化底蕴的专业设计人才。尤其是在釉下五彩瓷产品领域，需要彩绘工艺师手工汾水、勾线，无法通过机械批量生产。陶瓷产业是个文化底蕴深厚、生产工艺和生产流程复杂的行业，对专业的技术工人、研发创意人才、优秀营销人才等要求较高，对新进入者来说，存在一定的人才壁垒。

4、规模壁垒

在日用陶瓷行业企业数量众多、竞争激烈的大环境中，企业要占据行业领先地位，

保持市场竞争优势，势必要做到规模经济，降低企业的生产成本。目前在我国主要陶瓷产区都拥有一定规模的企业，实现了资源的有效整合。具有规模优势的企业在产业资源整合和创新等方面都有着一定的优势，在获取外部资源方面，也备受市场的青睐。此外，企业具有一定的规模，有利于产品的批量生产，有效地降低产品生产成本，满足客户的批量化交货。对新进入的企业来说，短时间内难以达到规模优势，存在一定的规模壁垒。

四、行业利润水平的变动趋势及变动原因

近年来，国内日用陶瓷依靠较丰富的原材料和较低的人力成本，发展较快，但随之而来也出现盲目投资建厂或者扩大生产规模，导致部分地区和企业出现产能过剩、价格竞争等问题。随着国内的原材料成本、人力成本、运输成本以及包装物成本的上升，过去以量取胜的生产企业利润空间将被进一步压缩，而部分具有研发设计优势，专注于提升产品品质的规模企业将会继续维持较高的盈利水平。随着行业竞争的进一步加剧，企业的利润率将会因产品品质、研发设计水平、企业规模和品牌、目标市场的不同而存在差异。

观研天下发布的《2018年中国陶瓷市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、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统计局规模企业统计数据库及陶瓷交易所等，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、陶瓷T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。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国陶瓷行业发展概述

第一节 陶瓷行业发展情况概述

- 一、陶瓷行业相关定义
- 二、陶瓷行业基本情况介绍
- 三、陶瓷行业发展特点分析

第二节 中国陶瓷行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、陶瓷行业产业链条分析
- 三、中国陶瓷行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国陶瓷行业生命周期分析

- 一、陶瓷行业生命周期理论概述
- 二、陶瓷行业所属的生命周期分析

第四节 陶瓷行业经济指标分析

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

第五节 中国陶瓷行业进入壁垒分析

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

第二章 2015-2017年全球陶瓷行业市场发展现状分析

第一节 全球陶瓷行业发展历程回顾

第二节 全球陶瓷行业市场区域分布情况

第三节 亚洲陶瓷行业地区市场分析

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

第四节 北美陶瓷行业地区市场分析

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

第五节 欧盟陶瓷行业地区市场分析

- 一、欧盟陶瓷行业市场现状分析
- 二、欧盟陶瓷行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟陶瓷行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界陶瓷行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球陶瓷行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国陶瓷产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国陶瓷产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、陶瓷环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国陶瓷行业运行情况

第一节 中国陶瓷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
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国陶瓷行业市场规模分析

第三节 中国陶瓷行业供应情况分析

第四节 中国陶瓷行业需求情况分析

第五节 中国陶瓷行业供需平衡分析

第六节 中国陶瓷行业发展趋势分析

第五章 中国陶瓷所属行业运行数据监测

第一节 中国陶瓷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 中国陶瓷所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国陶瓷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 2015-2017年中国陶瓷市场格局分析

第一节 中国陶瓷行业竞争现状分析

一、中国陶瓷行业竞争情况分析

二、中国陶瓷行业主要品牌分析

第二节 中国陶瓷行业集中度分析

一、中国陶瓷行业市场集中度分析

二、中国陶瓷行业企业集中度分析

第三节 中国陶瓷行业存在的问题

第四节 中国陶瓷行业解决问题的策略分析

第五节 中国陶瓷行业竞争力分析

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 2015-2017年中国陶瓷行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国陶瓷行业消费特点

第二节 中国陶瓷行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 陶瓷行业成本分析

第四节 陶瓷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 中国陶瓷行业价格现状分析

第六节 中国陶瓷行业平均价格走势预测

一、中国陶瓷行业价格影响因素

二、中国陶瓷行业平均价格走势预测

三、中国陶瓷行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国陶瓷行业区域市场现状分析

第一节 中国陶瓷行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地陶瓷市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区陶瓷市场规模分析

四、华东地区陶瓷市场规模预测

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、华中地区陶瓷市场规模分析

四、华中地区陶瓷市场规模预测

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、华南地区陶瓷市场规模分析

第九章 2015-2017年中国陶瓷行业竞争情况

第一节 中国陶瓷行业竞争结构分析（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 中国陶瓷行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国陶瓷行业竞争环境分析（陶瓷T）

- 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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国陶瓷行业发展前景分析与预测

第一节 中国陶瓷行业未来发展前景分析

一、陶瓷行业国内投资环境分析

二、中国陶瓷行业市场机会分析

三、中国陶瓷行业投资增速预测

第二节 中国陶瓷行业未来发展趋势预测

第三节 中国陶瓷行业市场发展预测

一、中国陶瓷行业市场规模预测

二、中国陶瓷行业市场规模增速预测

三、中国陶瓷行业产值规模预测

四、中国陶瓷行业产值增速预测

五、中国陶瓷行业供需情况预测

第四节 中国陶瓷行业盈利走势预测

一、中国陶瓷行业毛利润同比增速预测

二、中国陶瓷行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国陶瓷行业投资风险与营销分析

第一节 陶瓷行业投资风险分析

一、陶瓷行业政策风险分析

二、陶瓷行业技术风险分析

三、陶瓷行业竞争风险分析

四、陶瓷行业其他风险分析

第二节 陶瓷行业企业经营发展分析及建议

一、陶瓷行业经营模式

二、陶瓷行业销售模式

三、陶瓷行业创新方向

第三节 陶瓷行业应对策略

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 2018-2024年中国陶瓷行业发展策略及投资建议

第一节 中国陶瓷行业品牌战略分析

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

第二节 中国陶瓷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 2018-2024年中国陶瓷行业发展策略及投资建议

第一节 中国陶瓷行业产品策略分析

- 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 中国陶瓷行业定价策略分析

第二节 中国陶瓷行业营销渠道策略

- 一、陶瓷行业渠道选择策略
- 二、陶瓷行业营销策略

第三节 中国陶瓷行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国陶瓷行业重点投资区域分析

二、中国陶瓷行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/329276329276.html>