

2021年中国工艺品行业分析报告- 行业规模现状与运营规划研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国工艺品行业分析报告-行业规模现状与运营规划研究》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/fangzhi/559346559346.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

工艺品是有一定艺术属性的能够满足人民群众日常生活所需，具有装饰、使用功能的商品。工艺品可分为雕塑工艺品、金属工艺品、漆器工艺品、花画工艺品、天然植物纤维编织工艺品、抽纱刺绣工艺品等。

工艺品分类

资料来源：观研天下整理

据不完全统计，2019年全国工艺美术主要产区主营业务收入和实现利润较2018年同期均有所提高，行业发展稳中向好。数据显示，截至2019年年底，全国工艺美术行业规模以上企业共计4870个，累计完成营业收入8275.4亿元，较上年同期增长1.1%；利润总额404.6亿元，较上年同期增长4.8%。

2019年我国工艺品营业收入、利润总额情况

数据来源：观研天下数据中心整理

从细分市场营业收入来看，2019年，工艺品中珠宝首饰及有关物品营业收入最高，为3404.9亿元，占比41.1%。其次是其他工艺美术及礼仪用品、雕塑工艺品，营业收入为1480亿元、1165亿元，占比17.9%、14.1%。

2019年我国工艺品细分市场营业收入占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

2019年，工艺品中漆器工艺品营业收入增长幅度最大，为12.7%。其次是金属工艺品，增速为8.1%。此外珠宝首饰及相关物品、其他工艺美术及礼仪用品增速均为3.1%。

2019年我国工艺品细分市场营业收入增速对比 数据来源：观研天下数据中心整理

从细分市场利润来看，2019年，工艺品中珠宝首饰及有关物品利润最高，为102.5亿元，占比25.3%。其次是雕塑工艺品、其他工艺美术及礼仪用品，利润分别为92.2亿元、87.1亿元，占比22.8%、21.5%。

2019年我国工艺品细分市场利润占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

2019年，工艺品中漆器工艺品利润增长幅度最大，增速为15.5%。其次是金属工艺品、雕塑工艺品，增速分别为11.7%、11%。

2019年我国工艺品细分市场利润增速对比

数据来源：观研天下数据中心整理

从行业竞争情况来看，我国工艺品行业相关企业大多为小型企业，经营规模较小，行业格局较为分散。

我国工艺品行业代表企业基本情况

企业名称

企业图标

简介

优势分析

景德镇陶瓷股份有限公司

景德镇陶瓷股份有限公司系于1996年经江西省人民政府批准，由江西省陶瓷工业公司、景德镇市为民瓷厂、光明瓷厂、红星瓷厂、陶瓷窑具厂等五家技改项目联合组成。

规模优势：拥有被国家列为“七五”、“八五”期间陶瓷技改项目的四条日用陶瓷生产线和一条高档碳化硅窑具生产线。年生产能力为高档日用陶瓷2200万件，炻瓷600万件，高档窑具720吨。

品牌优势：公司作为国内技术装备一流，工艺技术一流，管理水平一流，投资规模最大的大型现代化陶瓷生产企业，也是景德镇日用陶瓷的标志性“旗舰”企业，2001年，通过了ISO9001：2000国际质量体系认证，2002年，“红叶”牌陶瓷获得国家质检总局授予的原产地标识认证证书，也是目前国内日用陶瓷唯一获证单位，2003年，“红叶”陶瓷荣获国家免检产品荣誉称号，2005年9月，“红叶”陶瓷以其优良的品质和良好的信誉荣获“中国名牌”桂冠。

产品优势：公司生产的产品品种齐全，主要有：中西餐具、咖啡具、茶具、宾馆、酒店系列用瓷，高档彩盘、高档炻器及高档窑具制品等。产品器型多达1020多个品种。“红叶”陶瓷具有器型规整，瓷质细腻，釉面莹亮，花色新颖别致的特点，无铅、无镉、无毒、耐高温，适用于微波炉，被誉为“国际绿色环保健康陶瓷”。

研发优势：公司设计部是一支力量雄厚、人员年青、基础扎实、知识丰富、勇于创新的优秀团队。

广东文化长城集团股份有限公司

广东文化长城集团股份有限公司成立于1996年，2010年6月25日在深圳证券交易所创业板成功挂牌上市（股票简称：长城集团；股票代码：300089），公司位于素有“中国瓷都”之称的历史文化名城——广东潮州。

品牌优势：公司是国家文化出口重点企业，广东省版权兴业示范基地，广东省守合同重信用企业，广东省陶瓷行业杰出企业等荣誉

规模优势：拥有现代化生产厂房、办公楼、设计创作中心、先进的科研仪器，智能化生产设备等，大型艺术陶瓷展厅10000多平方米，陶瓷藏品达数万件。

研发优势：公司坚持走产学研相结合的设计开发道路，与海内外各大科研院校和科研机构建立了长期稳定的合作关系，并派优秀设计师出国考察等，产品长期畅销欧美、亚非等世界60多个国家和地区，与国外多个知名经销商建立稳定合作关系，使企业的创新能力不断提高。

中国工艺集团有限公司

中国工艺（集团）公司是中国保利集团有限公司的全资子公司，总部设在北京，是2007年2月在国家大力推进中央企业布局结构调整，和国务院国有资产监督管理委员会对中央文化企业布局调整的大背景下，由原中国工艺品进出口总公司和中国工艺美术（集团）公司两家中央企业联合重组成立。

业务优势：六大业务板块优势独特，包括抽纱业务板块、展览业务板块、珠宝业务板块、特艺业务板块、原材料业务板块和工艺美术业务板块。作为中国工艺美术协会、中国玩具协会、上海钻石交易所等重要行业性组织的理事长单位，中国工艺（集团）公司集行业规划指导、行业导向引领、国际机构代表、出口带动、规范组织市场多种职能于一身，在全国工艺美术行业内起着重要作用。资料来源：观研天下整理

除行业格局分散外，还存在专业人才较少，生产技术落后；专业市场管理混乱，缺乏法律法规的保护和约束等问题制约行业的发展。未来，随着国家、社会对工艺品重视程度不断提高，行业将朝着大众化、品牌化方向发展。

我国工艺品行业发展面临的问题

资料来源：观研天下整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国工艺品行业分析报告-行业规模现状与运营规划研究》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。

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年中国工艺品行业发展概述

第一节 工艺品行业发展情况概述

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

第二节 中国工艺品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、工艺品行业产业链条分析
- 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、中国工艺品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国工艺品行业生命周期分析

- 一、工艺品行业生命周期理论概述
- 二、工艺品行业所属的生命周期分析

第四节 工艺品行业经济指标分析

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

第五节 中国工艺品行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2021年全球工艺品行业市场发展现状分析

第一节 全球工艺品行业发展历程回顾

第二节 全球工艺品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲工艺品行业地区市场分析

一、亚洲工艺品行业市场现状分析

二、亚洲工艺品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲工艺品行业市场前景分析

第四节 北美工艺品行业地区市场分析

一、北美工艺品行业市场现状分析

二、北美工艺品行业市场规模与市场需求分析

三、北美工艺品行业市场前景分析

第五节 欧洲工艺品行业地区市场分析

一、欧洲工艺品行业市场现状分析

二、欧洲工艺品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲工艺品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界工艺品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球工艺品行业市场规模预测

第三章 中国工艺品产业发展环境分析

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 中国工艺品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国工艺品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 中国工艺品行业运行情况

第一节 中国工艺品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 中国工艺品行业市场规模分析

第三节 中国工艺品行业供应情况分析

第四节 中国工艺品行业需求情况分析

第五节 我国工艺品行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国工艺品行业供需平衡分析

第七节 中国工艺品行业发展趋势分析

第五章 中国工艺品所属行业运行数据监测

第一节 中国工艺品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 中国工艺品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 中国工艺品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年中国工艺品市场格局分析

第一节 中国工艺品行业竞争现状分析

一、中国工艺品行业竞争情况分析

二、中国工艺品行业主要品牌分析

第二节 中国工艺品行业集中度分析

一、中国工艺品行业市场集中度影响因素分析

二、中国工艺品行业市场集中度分析

第三节 中国工艺品行业存在的问题

第四节 中国工艺品行业解决问题的策略分析

第五节 中国工艺品行业钻石模型分析

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年中国工艺品行业需求特点与动态分析

第一节 中国工艺品行业消费市场动态情况

第二节 中国工艺品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 工艺品行业成本结构分析

第四节 工艺品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 中国工艺品行业价格现状分析

第六节 中国工艺品行业平均价格走势预测

一、中国工艺品行业价格影响因素

二、中国工艺品行业平均价格走势预测

三、中国工艺品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国工艺品行业区域市场现状分析

第一节 中国工艺品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区工艺品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区工艺品市场规模分析

四、华东地区工艺品市场规模预测

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、华中地区工艺品市场规模分析

四、华中地区工艺品市场规模预测

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、华南地区工艺品市场规模分析

四、华南地区工艺品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国工艺品行业竞争情况

第一节 中国工艺品行业竞争结构分析（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 中国工艺品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国工艺品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 工艺品行业企业分析（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年中国工艺品行业发展前景分析与预测

第一节 中国工艺品行业未来发展前景分析

一、工艺品行业国内投资环境分析

二、中国工艺品行业市场机会分析

三、中国工艺品行业投资增速预测

第二节 中国工艺品行业未来发展趋势预测

第三节 中国工艺品行业市场发展预测

一、中国工艺品行业市场规模预测

二、中国工艺品行业市场规模增速预测

三、中国工艺品行业产值规模预测

四、中国工艺品行业产值增速预测

五、中国工艺品行业供需情况预测

第四节 中国工艺品行业盈利走势预测

一、中国工艺品行业毛利润同比增速预测

二、中国工艺品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国工艺品行业投资风险与营销分析

第一节 工艺品行业投资风险分析

一、工艺品行业政策风险分析

二、工艺品行业技术风险分析

三、工艺品行业竞争风险分析

四、工艺品行业其他风险分析

第二节 工艺品行业应对策略

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年中国工艺品行业发展战略及规划建议

第一节 中国工艺品行业品牌战略分析

一、工艺品企业品牌的重要性

二、工艺品企业实施品牌战略的意义

三、工艺品企业品牌的现状分析

四、工艺品企业的品牌战略

五、工艺品品牌战略管理的策略

第二节 中国工艺品行业市场的重点客户战略实施

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 中国工艺品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年中国工艺品行业发展策略及投资建议

第一节 中国工艺品行业产品策略分析

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 中国工艺品行业营销渠道策略

一、工艺品行业渠道选择策略

二、工艺品行业营销策略

第三节 中国工艺品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国工艺品行业重点投资区域分析

二、中国工艺品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/559346559346.html>