

2015-2020年中国琉璃行业 监测及投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国琉璃行业监测及投资机遇研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201509/125988.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

琉璃，亦作“瑠璃”是用各种颜色（颜色是由各种稀有金属形成）的人造水晶（含24%的二氧化铅）为原料，采用古代青铜脱蜡铸造法高温脱蜡而成的水晶作品。其色彩流云漓彩、美轮美奂；其品质晶莹剔透、光彩夺目。

中国古代制造琉璃最初制作琉璃的材料，是从青铜器铸造时产生的副产品中获得的，经过提炼加工然后制成琉璃。琉璃的颜色多种多样，古人也叫它“五色石”。古时由于民间很难得到，所以当时人们把琉璃甚至看成比玉器还要珍贵。

2008年6月，琉璃烧制技艺入选国务院批准文化部确定的第二批国家级非物质文化遗产名录。

国内琉璃制作比较有名的团队分别是漠源文化、琉璃工房、人立琉璃等，由于近期的琉璃市场冷清，漠源文化、琉璃工房也开始尝试开始线上发展，作一个传统与创新的尝试；人立琉璃与国际美术大师韩美林合作，推出“墨彩”系列产品，寻求传统工艺和传统文化之间的完美结合。

报告目录：

第一章 琉璃行业相关概述	1
1.1 琉璃行业定义及特点	1
1.1.1 琉璃行业的定义	1
1.1.2 琉璃行业产品/业务特点	1
1.2 琉璃行业统计标准	2
1.2.1 琉璃行业统计口径	2
1.2.2 琉璃行业统计方法	2
1.2.3 琉璃行业数据种类	3
1.2.4 琉璃行业研究范围	3
1.3 琉璃行业经营模式分析	3
1.3.1 生产模式	3
1.3.1 采购模式	3
1.3.1 销售模式	4

第二章 2015年琉璃行业发展环境分析	6
---------------------	---

2.1 琉璃行业政治法律环境 (P)	6
2.1.1 行业管理体制分析	6
2.1.2 行业主要法律法规	6
2.1.3 行业相关发展规划	6
2.2 行业经济环境分析 (E)	6
2.2.1 宏观经济形势分析	6
2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析	8
2.3 行业社会环境分析 (S)	8
2.3.1 琉璃产业社会环境	8
2.3.2 社会环境对行业的影响	12
2.3.3 琉璃产业发展对社会发展的影响	13
2.4 行业技术环境分析 (T)	13
2.4.1 琉璃技术分析	13
(1) 技术水平总体发展情况	13
(2) 我国琉璃行业新技术研究	14
2.4.2 琉璃技术发展水平	14
(1) 我国琉璃行业技术水平所处阶段	14
(2) 与国外琉璃行业的技术差距	14
2.4.3 2015年琉璃技术发展分析	15
2.4.4 行业主要技术发展趋势	15
第三章 2013-2015年中国琉璃市场供需分析	16
3.1 我国琉璃市场供需分析	16
3.1.1 我国琉璃行业供给情况	16
(1) 我国琉璃行业供给分析	16
(2) 琉璃重点企业供给及占有份额	16
3.1.2 我国琉璃行业需求情况	16
(1) 琉璃行业需求市场	16
(2) 琉璃行业客户结构	17
(3) 琉璃行业需求的地区差异	17
3.2 2015-2020年琉璃市场应用及需求预测	17
3.2.1 琉璃应用市场总体需求分析	17

(1) 琉璃应用市场需求特征	17
(2) 琉璃应用市场需求总规模	18
3.2.2 2015-2020年琉璃行业领域需求量预测	18
(1) 2015-2020年琉璃行业领域需求产品功能预测	18
(2) 2015-2020年琉璃行业领域需求市场格局预测	18
3.2.3 2015-2020年重点行业琉璃产品需求分析预测	19

第四章 中国琉璃行业产业链分析 20

4.1 琉璃行业产业链简介	20
4.1.1 琉璃产业链上游行业分布	20
4.1.2 琉璃产业链中游行业分布	20
4.1.3 琉璃产业链下游行业分布	21
4.2 琉璃产业链上游行业分析	21
4.2.1 琉璃产业上游发展现状	21
4.2.2 琉璃产业上游竞争格局	21
4.3 琉璃产业链中游行业分析	21
4.3.1 琉璃行业中游经营效益	21
4.3.2 琉璃行业中游竞争格局	22
4.3.3 琉璃行业中游发展趋势	22
4.4 琉璃产业链下游行业分析	22
4.4.1 琉璃行业下游需求分析	22
4.4.2 琉璃行业下游运营现状	23
4.4.3 琉璃行业下游发展前景	23

第五章 2012-2015年琉璃所属产品进出口数据分析 25

5.1 2012-2015年琉璃进口情况分析	25
5.1.1 进口数量情况分析	25
5.1.2 进口金额变化分析	26
5.1.3 进口来源地区分析	27
5.1.4 进口价格变动分析	27
5.2 2012-2015年琉璃出口情况分析	28
5.2.1 出口数量情况	28

5.2.2 出口金额变化分析	28
5.2.3 出口国家流向分析	29
5.2.4 出口价格变动分析	29

第六章 国内琉璃生产厂商竞争力分析 30

6.1 淄博人立实业有限公司竞争力分析 30

6.1.1 企业发展基本情况	30
6.1.2 企业主要产品分析	30
6.1.3 企业竞争优势分析	30
6.1.4 企业经营状况分析	30
6.1.5 企业销售网络布局	31
6.1.6 企业发展战略分析	31

6.2 耀华建筑装饰玻璃有限公司竞争力分析 33

6.2.1 企业发展基本情况	33
6.2.2 企业主要产品分析	34
6.2.3 企业竞争优势分析	35
6.2.4 企业经营状况分析	35
6.2.5 企业销售网络布局	36
6.2.6 企业发展战略分析	36

6.3 深圳和协琉璃工艺品有限公司竞争力分析 36

6.3.1 企业发展基本情况	36
6.3.2 企业主要产品分析	36
6.3.3 企业竞争优势分析	36
6.3.4 企业经营状况分析	37
6.3.5 企业销售网络布局	38
6.3.6 企业发展战略分析	38

6.4 昆山古法琉璃礼品有限公司竞争力分析 38

6.4.1 企业发展基本情况	38
6.4.2 企业主要产品分析	39
6.4.3 企业竞争优势分析	39
6.4.4 企业经营状况分析	39
6.4.5 企业销售网络布局	40

6.4.6 企业发展战略分析	40
6.5 中金企业集团“国韵琉璃”公司竞争力分析	41
6.5.1 企业发展基本情况	41
6.5.2 企业主要产品分析	41
6.5.3 企业竞争优势分析	41
6.5.4 企业经营状况分析	41
6.5.5 企业销售网络布局	42
6.5.6 企业发展战略分析	42
6.6 深圳市万象琉璃艺术品有限公司竞争力分析	42
6.6.1 企业发展基本情况	42
6.6.2 企业主要产品分析	42
6.6.3 企业竞争优势分析	43
6.6.4 企业经营状况分析	44
6.6.5 企业销售网络布局	44
6.6.6 企业发展战略分析	44
6.7 上海澳源水晶琉璃工艺品厂	45
6.7.1 企业发展基本情况	45
6.7.2 企业主要产品分析	45
6.7.3 企业竞争优势分析	45
6.7.4 企业经营状况分析	45
6.7.5 企业销售网络布局	46
6.7.6 企业发展战略分析	46
6.8 淄博精工美术琉璃制造有限公司竞争力分析	46
6.8.1 企业发展基本情况	46
6.8.2 企业主要产品分析	46
6.8.3 企业竞争优势分析	47
6.8.4 企业经营状况分析	47
6.8.5 企业销售网络布局	48
6.8.6 企业发展战略分析	48
6.9 太仓晶品琉璃礼品有限公司竞争力分析	48
6.9.1 企业发展基本情况	48
6.9.2 企业主要产品分析	48

6.9.3 企业竞争优势分析	48
6.9.4 企业经营状况分析	49
6.9.5 企业销售网络布局	49
6.9.6 企业发展战略分析	49
6.10 将门商贸(上海)有限公司竞争力分析	50
6.10.1 企业发展基本情况	50
6.10.2 企业主要产品分析	50
6.10.3 企业竞争优势分析	50
6.10.4 企业经营状况分析	51
6.10.5 企业销售网络布局	51
6.10.6 企业发展战略分析	51

第七章 2015-2020年中国琉璃行业发展趋势与前景分析 52

7.1 2015-2020年中国琉璃行业投资前景分析	52
7.1.1 琉璃行业发展前景	52
7.1.2 琉璃发展趋势分析	52
7.1.3 琉璃市场前景分析	53
7.2 2015-2020年中国琉璃行业投资风险分析	53
7.2.1 产业政策分析	53
7.2.2 原材料风险分析	53
7.2.3 市场竞争风险	54
7.2.4 技术风险分析	54
7.3 2015-2020年琉璃行业投资策略及建议	55

第八章 琉璃企业投资战略与客户策略分析 56

8.1 琉璃企业发展战略规划背景意义	56
8.1.1 企业转型升级的需要	56
8.1.2 企业做大做强的需要	56
8.1.3 企业可持续发展需要	56
8.2 琉璃企业战略规划制定依据	57
8.2.1 国家产业政策	57
8.2.2 行业发展规律	58

8.2.3 企业资源与能力	59
8.2.4 可预期的战略定位	60
8.3 琉璃企业战略规划策略分析	60
8.3.1 战略综合规划	60
8.3.2 技术开发战略	61
8.3.3 区域战略规划	64
8.3.4 产业战略规划	72
8.3.5 营销品牌战略	73
8.3.6 竞争战略规划	75
8.4 琉璃企业重点客户战略实施	75
8.4.1 重点客户战略的必要性	75
8.4.2 重点客户的鉴别与确定	76
8.4.3 重点客户的开发与培育	76
8.4.4 重点客户市场营销策略	77

第九章 研究结论及建议 78

9.1 研究结论 78

图表目录：

图表：2010-2015年高等教育招生人数	9
图表：2010-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出	10
图表：2010-2015年我国琉璃需求总规模	18
图表：琉璃行业中游经营效益	21
图表：2010-2015年我国琉璃需求总规模	23
图表：琉璃行业下游运营现状	23
图表：2010-2015年我国琉璃产品进口数量分析	25
图表：2010-2015年我国琉璃产品进口金额变化分析	26
图表：琉璃进口产品来源地占比	27
图表：2010-2015年我国琉璃产品出口数量分析	28
图表：琉璃产品出口金额变化分析	28
图表：深圳和协琉璃工艺品有限公司企业经营状况分析	37
图表：深圳和协琉璃工艺品有限公司企业销售网络布局	38
图表：昆山古法琉璃礼品有限公司企业经营状况分析	39

图表：昆山古法琉璃礼品有限公司企业销售网络布局	40
图表：深圳市万象琉璃艺术品有限公司企业经营状况分析	44
图表：上海澳源水晶琉璃工艺品厂企业经营状况分析	45
图表：淄博精工美术琉璃制造有限公司企业经营状况分析	47
图表：太仓晶品琉璃礼品有限公司企业经营状况分析	49
图表：将门商贸(上海)有限公司企业经营状况分析	51
图表：2014-2015年6月我国工艺美术品制造企业个数	54
图表：区域SWOT分析	71

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201509/125988.html>