

2021-2027年中国建筑陶瓷 行业发展趋势与市场需求预测报告

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

《2021-2027年中国建筑陶瓷行业发展趋势与市场需求预测报告》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/202107/229882.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

房屋、道路、给排水和庭园等各种土木建筑工程用的陶瓷制品。有陶瓷面砖、彩色瓷粒、陶管等。按制品材质分为粗陶、精陶、半瓷和瓷质四类；按坯体烧结程度分为多孔性、致密性以及带釉、不带釉制品。其共同特点是强度高、防潮、防火、耐酸、耐碱、抗冻、不老化、不变质、不褪色、易清洁等，并具有丰富的艺术装饰效果。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国建筑陶瓷行业发展趋势与市场需求预测报告》共十五章。首先介绍了建筑陶瓷行业市场发展环境、建筑陶瓷整体运行态势等，接着分析了建筑陶瓷行业市场运行的现状，然后介绍了建筑陶瓷市场竞争格局。随后，报告对建筑陶瓷做了重点企业经营状况分析，最后分析了建筑陶瓷行业发展趋势与投资预测。您若想对建筑陶瓷产业有个系统的了解或者想投资建筑陶瓷行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 建筑陶瓷的相关介绍

1.1 陶瓷的概念及发展

1.1.1 陶瓷的定义

1.1.2 陶瓷的成分

1.1.3 陶瓷的发展

1.1.4 陶瓷的分类

1.2 建筑陶瓷相关概述

1.2.1 建筑陶瓷的分类

1.2.2 建筑陶瓷的应用

1.2.3 建筑陶瓷功能的发展

第二章 2015-2019年陶瓷行业发展分析

2.1 2015-2019年世界陶瓷业的发展

2.1.1 全球陶瓷市场发展特点

2.1.2 全球陶瓷市场需求升温

- 2.1.3 欧洲陶瓷行业发展综述
- 2.1.4 部分国家陶瓷需求分析
- 2.2 2015-2019年部分国家陶瓷业分析
 - 2.2.1 美国
 - 2.2.2 西班牙
 - 2.2.3 意大利
 - 2.2.4 巴西
 - 2.2.5 印度
 - 2.2.6 土耳其
- 2.3 中国陶瓷产业发展综述
 - 2.3.1 我国发展陶瓷工业的比较优势
 - 2.3.2 中国陶瓷行业取得的主要进步
 - 2.3.3 陶瓷行业的跨界经营态势分析
 - 2.3.4 陶瓷行业的兼并重组状况分析
 - 2.3.5 我国陶瓷行业的电商发展分析
- 2.4 2015-2019年中国陶瓷业发展现状
 - 2.4.1 中国陶瓷行业运行状况
 - 2.4.2 中国陶瓷行业发展现状
 - 2.4.3 中国陶瓷行业热点分析
 - 2.4.4 海外陶瓷市场发展机会
- 2.5 中国陶瓷业发展面临的挑战
 - 2.5.1 中国陶瓷业发展的主要问题
 - 2.5.2 中国陶瓷业清洁生产问题
 - 2.5.3 中国陶瓷业恶性竞争问题
 - 2.5.4 中国陶瓷业出口遇到的瓶颈
- 2.6 中国陶瓷行业发展策略探讨
 - 2.6.1 陶瓷产业未来发展战略
 - 2.6.2 陶瓷业开发国内市场的策略
 - 2.6.3 陶瓷企业发展的思路
 - 2.6.4 中国陶瓷行业发展路径
 - 2.6.5 陶瓷行业创新突围策略

第三章 2015-2019年中国建筑陶瓷产业发展状况

3.1 中国建筑陶瓷行业发展综述

3.1.1 中国建筑陶瓷产业运行特征

3.1.2 中国建陶行业的发展模式透析

3.1.3 中国建陶企业的资本运作状况

3.1.4 我国建陶产业的产品技术创新

3.1.5 陶瓷板成为建陶行业重点方向

3.2 2015-2019年中国建筑陶瓷行业透析

3.2.1 中国建陶产业运行状况

3.2.2 中国建陶产业大事盘点

3.2.3 中国建陶产业运行状况

3.2.4 中国建陶产业热点分析

3.2.5 中国建陶行业发展态势

3.2.6 中国建陶行业热点分析

3.3 中国建筑陶瓷产业格局的演变剖析

3.3.1 基本产业格局

3.3.2 三轮产业转移

3.3.3 产业新格局形成

3.3.4 后佛山陶瓷时代

3.4 2015-2019年建筑陶瓷产业的政策环境分析

3.4.1 建陶产业政策标准概述

3.4.2 建筑陶瓷污染物排放与能耗标准

3.4.3 建筑陶瓷行业准入标准实施

3.4.4 建筑陶瓷行业兼并重组指导意见

3.4.5 外墙砖的使用规范

3.4.6 其他产业政策与法规

3.5 建筑陶瓷行业的可持续发展

3.5.1 建筑陶瓷产业可持续发展系统

3.5.2 建陶产业可持续发展的因果关系

3.5.3 建筑陶瓷可持续发展的主要问题

3.5.4 建筑陶瓷可持续发展战略

3.6 建筑陶瓷行业存在问题分析

- 3.6.1 中国建筑陶瓷行业的四大问题
- 3.6.2 建陶产业快速发展带来的隐患
- 3.6.3 建陶行业发展需要注意的两个问题
- 3.6.4 建陶行业存在严重仿冒制造行为
- 3.6.5 建筑陶瓷行业上游供应商生存困难
- 3.7 建筑陶瓷行业发展对策
 - 3.7.1 建筑陶瓷产业应依法发展
 - 3.7.2 建筑陶瓷行业的过冬策略
 - 3.7.3 我国建陶企业的市场突围战略
 - 3.7.4 建筑陶瓷企业发展的文化战略
 - 3.7.5 建筑陶瓷企业的电商发展策略

第四章 2015-2019年中国建筑陶瓷市场分析

- 4.1 2015-2019年建筑陶瓷市场发展概况
 - 4.1.1 市场发展分析
 - 4.1.2 产品流行趋势
 - 4.1.3 市场发展特点
 - 4.1.6 城镇化进程带动外墙砖市场需求
 - 4.1.7 建陶产品开拓三四级市场的思考
- 4.2 建筑陶瓷市场的品牌分析
 - 4.2.1 建筑陶瓷“洋品牌”在中国的发展
 - 4.2.2 浅析建陶产业品牌的再造
 - 4.2.3 建筑陶瓷品牌踊跃开辟西部市场
 - 4.2.4 线上销售利好建陶品牌推广
 - 4.2.5 建筑陶瓷企业增强品牌竞争力的战略
- 4.3 建筑陶瓷行业的环保
 - 4.3.1 建陶行业的资源浪费
 - 4.3.2 建筑陶瓷行业兴起环保热
 - 4.3.3 绿色发展促使建陶企业科技创新
 - 4.3.4 中国建筑陶瓷低碳环保发展之路
 - 4.3.5 建筑陶瓷业绿色环保形势分析
- 4.4 建筑陶瓷市场的创新

- 4.4.1 建筑陶瓷企业创新的动力
- 4.4.2 建陶行业的策划者应持续创新
- 4.4.3 陶瓷行业创新的方向
- 4.5 建筑陶瓷技术发展综述
- 4.5.1 现代建筑陶瓷技术的发展历程
- 4.5.2 建陶技术发展的特性
- 4.5.3 中国建陶工业技术进步显著
- 4.5.4 陶瓷喷墨打印技术分析
- 4.5.5 建筑陶瓷用辊道窑技术标准的实施

第五章 2015-2019年中国建筑陶瓷主要产品产量数据分析

- 5.1 2015-2019年全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 5.1.1 2017年全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 5.1.2 2019年全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 5.1.3 2019年全国及主要省份瓷质砖产量分析
- 5.2 2015-2019年全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 5.2.1 2017年全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 5.2.2 2019年全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 5.2.3 2019年全国及主要省份陶质砖产量分析
- 5.3 2015-2019年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析
 - 5.3.1 2017年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析
 - 5.3.2 2019年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析
 - 5.3.3 2019年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析
- 5.4 2015-2019年全国及主要省份炻瓷砖产量分析
 - 5.4.1 2017年全国及主要省份炻瓷砖产量分析
 - 5.4.2 2019年全国及主要省份炻瓷砖产量分析
 - 5.4.3 2019年全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 5.5 2015-2019年全国及主要省份细炻砖产量分析
 - 5.5.1 2017年全国及主要省份细炻砖产量分析
 - 5.5.2 2019年全国及主要省份细炻砖产量分析
 - 5.5.3 2019年全国及主要省份细炻砖产量分析
- 5.6 2015-2019年全国及主要省份炻质砖产量分析

5.6.1 2017年全国及主要省份炻质砖产量分析

5.6.2 2019年全国及主要省份炻质砖产量分析

5.6.3 2019年全国及主要省份炻质砖产量分析

第六章 2015-2019年中国建筑陶瓷所属行业主要产品进出口数据分析

6.1 2015-2019年中国陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品所属行业进出口数据分析

6.1.1 2015-2019年陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品主要进口来源国分析

6.1.2 2015-2019年陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品主要出口目的国分析

6.1.3 2015-2019年主要省份陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品进口市场分析

6.1.4 2015-2019年主要省份陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品出口市场分析

6.2 2015-2019年中国陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品所属行业进出口情况分析

6.2.1 2015-2019年陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品主要进口来源国分析

6.2.2 2015-2019年陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品主要出口目的国分析

6.2.3 2015-2019年主要省份陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品进口市场分析

6.2.4 2015-2019年主要省份陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品出口市场分析

6.3 2015-2019年中国陶瓷建筑用砖所属行业进出口数据分析

6.3.1 2015-2019年陶瓷建筑用砖主要进口来源国分析

6.3.2 2015-2019年陶瓷建筑用砖主要出口目的国分析

6.3.3 2015-2019年主要省份陶瓷建筑用砖进口市场分析

6.3.4 2015-2019年主要省份陶瓷建筑用砖出口市场分析

6.4 2015-2019年中国陶瓷制固定卫生设备所属行业进出口数据分析

6.4.1 2015-2019年陶瓷制固定卫生设备主要进口来源国家分析

6.4.2 2015-2019年陶瓷制固定卫生设备主要出口目的国家分析

6.4.3 2015-2019年主要省份陶瓷制固定卫生设备进口市场分析

6.4.4 2015-2019年主要省份陶瓷制固定卫生设备出口市场分析

第七章 2015-2019年中国建筑卫生陶瓷行业发展分析

7.1 建筑卫生陶瓷的概述

7.1.1 建筑卫生陶瓷的功能介绍

7.1.2 建筑卫生陶瓷色料的简介

7.1.3 清洁性建筑卫生陶瓷新制法

7.1.4 建筑卫生陶瓷的生产原材料

7.2 2015-2019年中国建筑卫生陶瓷所属行业运行分析

7.2.1 产业政策形势分析

7.2.2 2017年行业运行回顾

7.2.3 2019年产业运行分析

7.2.4 2019年产业运行现状

7.2.5 行业产品质量情况

7.2.6 行业排放标准收紧

7.2.7 产业未来发展方向

7.3 建筑卫生陶瓷行业技术分析

7.3.1 国内外技术进展情况

7.3.2 技术问题及解决途径

7.3.3 主要技术瓶颈分析

7.4 建筑卫生陶瓷行业问题及建议

7.4.1 行业的主要问题

7.4.2 行业的发展对策

7.4.3 企业的发展战略

7.4.4 出口的注意事项

7.5 建筑卫生陶瓷工业“十三五”发展规划

7.5.1 发展环境

7.5.2 基本原则和主要目标

7.5.3 发展重点

7.5.4 重点工程

7.5.5 保障措施

第八章 2015-2019年中国瓷砖行业发展分析

8.1 瓷砖的简介

8.1.1 瓷砖定义

8.1.2 瓷砖分类

8.1.3 瓷砖的特性及优势

8.2 2015-2019年国际瓷砖行业发展概况

8.2.1 世界陶瓷砖行业生产情况

8.2.2 世界陶瓷砖市场消费状况

- 8.2.3 世界陶瓷砖行业出口状况
- 8.2.4 世界陶瓷砖行业进口状况
- 8.2.5 部分国家瓷砖行业的发展
- 8.3 2015-2019年中国瓷砖行业发展分析
 - 8.3.1 我国瓷砖行业发展状况
 - 8.3.2 我国瓷砖行业生产状况
 - 8.3.3 中国瓷砖行业发展现状
 - 8.3.4 瓷砖厚度成瓷砖市场竞争焦点
 - 8.3.5 我国抛光砖行业发展现状
- 8.4 2015-2019年中国瓷砖市场品牌分析
 - 8.4.1 中国瓷砖品牌市场格局分析
 - 8.4.2 我国瓷砖行业品牌代理发展状况
 - 8.4.3 国内瓷砖品牌市场结构及消费特点
 - 8.4.4 众多国外品牌进军我国瓷砖市场
 - 8.4.5 我国瓷砖品牌转战非主流城市分析
- 8.5 中国瓷砖行业发展面临的问题
 - 8.5.1 我国瓷砖业发展面临的挑战
 - 8.5.2 我国瓷砖产品市场混乱
 - 8.5.3 中国瓷砖市场的发展弊端解析
 - 8.5.4 我国瓷砖业需转变的观念
- 8.6 中国瓷砖企业的发展策略探析
 - 8.6.1 我国瓷砖企业市场制胜的营销策略
 - 8.6.2 我国中低端瓷砖企业的营销战略探析
 - 8.6.3 中国瓷砖企业的核心竞争力选择
 - 8.6.4 中国瓷砖行业的品牌战略选择
 - 8.6.5 我国瓷砖企业的品牌化发展对策

第九章 2015-2019年广东佛山市建筑陶瓷行业发展分析

- 9.1 2015-2019年佛山建筑陶瓷行业发展概况
 - 9.1.1 佛山建陶行业标准状况
 - 9.1.2 佛山建筑陶瓷行业发展状况
 - 9.1.3 佛山建筑陶瓷行业集群现状

- 9.1.4 佛山建筑陶瓷开启电商时代
- 9.1.5 佛山建筑陶瓷价格指数现状
- 9.2 2015-2019年佛山建筑陶瓷行业出口分析
 - 9.2.1 2019年佛山陶瓷出口分析
 - 9.2.2 2019年佛山陶瓷出口分析
 - 9.2.3 2019年佛山陶瓷出口分析
 - 9.2.4 佛山建陶出口企业探索谋变
 - 9.2.5 佛山建陶出口企业规避风险策略
- 9.3 佛山建筑陶瓷发展存在的问题及策略
 - 9.3.1 佛山建陶行业发展的障碍
 - 9.3.2 佛山陶瓷频频遭遇仿冒风波
 - 9.3.3 佛山建陶企业发展的建议
 - 9.3.4 佛山建陶营销模式的转变

第十章 2015-2019年中国其他地区建筑陶瓷行业发展分析

- 10.1 江西高安
 - 10.1.1 高安积极打造本土建筑陶瓷品牌
 - 10.1.2 高安建立建筑陶瓷交易中心
 - 10.1.3 高安建筑陶瓷行业发展状况
 - 10.1.4 高安建筑陶瓷行业发展形势
 - 10.1.5 高安发展建筑陶瓷的主要策略
- 10.2 四川夹江
 - 10.2.1 夹江陶瓷行业发展综述
 - 10.2.2 夹江建筑陶瓷产能扩增
 - 10.2.3 夹江建陶产业发展现状
 - 10.2.4 夹江陶瓷企业发展的瓶颈
 - 10.2.5 夹江陶瓷企业的发展对策
- 10.3 山东淄博
 - 10.3.1 淄博建筑陶瓷业发展回顾
 - 10.3.2 淄博建筑陶瓷行业发展成就
 - 10.3.3 淄博建筑陶瓷行业现状综述
 - 10.3.4 淄博建筑陶瓷行业面临的问题

10.3.5 加快淄博建陶行业发展的对策

10.4 新疆

10.4.1 新疆建陶产业产能现状

10.4.2 新疆建陶产业的发展特点

10.4.3 乌鲁木齐建陶产业进入调整期

10.4.4 伊宁建筑陶瓷产业规模趋饱和

10.4.5 新疆建筑陶瓷行业发展规划

第十一章 2015-2019年中国建筑陶瓷行业营销分析

11.1 陶瓷行业消费者行为分析

11.1.1 多样化的消费需求

11.1.2 建陶行业理性和专业的消费者

11.1.3 瓷砖市场消费潮流

11.2 中国陶瓷行业营销概况

11.2.1 陶瓷市场隐形营销渠道分析

11.2.2 陶瓷行业大店营销的隐忧

11.2.3 陶瓷行业文化营销的考验

11.2.4 我国陶瓷行业终端营销探析

11.2.5 我国陶瓷行业营销策划建议

11.2.6 陶瓷行业营销趋向分析

11.3 建筑陶瓷产业营销状况

11.3.1 中国建筑陶瓷行业营销发展历程

11.3.2 我国建筑陶瓷行业营销态势

11.3.3 深度营销理论在建陶行业的应用

11.3.4 建陶行业特有营销模式

11.3.5 建筑陶瓷行业营销趋势

11.4 建筑陶瓷行业营销中存在的问题

11.4.1 建筑陶瓷企业实力不够

11.4.2 建陶行业新兴渠道发展受限

11.4.3 扁平化营销投入和产出难成正比

11.5 建筑陶瓷产业的营销战略

11.5.1 建筑陶瓷行业终端营销战略

- 11.5.2 建陶行业的联合营销经营之路
- 11.5.3 中小建陶企业的营销战略
- 11.5.4 陶瓷企业的“4R”营销对策
- 11.5.5 建陶市场的时尚文化营销策略
- 11.5.6 建筑陶瓷业应走简单化营销路线

第十二章 2015-2019年中国建筑陶瓷行业竞争分析

- 12.1 2015-2019年建筑陶瓷市场的竞争状况
 - 12.1.1 中国建筑陶瓷行业的竞争模式
 - 12.1.2 我国建陶市场的竞争乱象分析
 - 12.1.3 我国建陶企业呈现两极分化格局
 - 12.1.4 建陶龙头企业以创新技术制胜
 - 12.1.5 未来建筑陶瓷市场竞争要素分析
- 12.2 建筑陶瓷产业波特五力模型分析
 - 12.2.1 波特五力模型介绍
 - 12.2.2 行业内的竞争分析
 - 12.2.3 买方议价能力
 - 12.2.4 卖方议价能力
 - 12.2.5 潜在进入者
 - 12.2.6 替代品威胁
- 12.3 建筑陶瓷行业竞争策略探索
 - 12.3.1 中国建陶企业竞争战略的探寻
 - 12.3.2 建陶企业竞争的关键点分析
 - 12.3.3 建筑陶瓷企业的竞争攻略思考

第十三章 中国建筑陶瓷行业重点企业竞争力分析

- 13.1 亚洲陶瓷控股有限公司
 - 13.1.1 企业发展概况
 - 13.1.2 经营效益分析
 - 13.1.3 业务经营分析
 - 13.1.4 财务状况分析
- 13.2 山东江泉实业股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.3 山东国瓷功能材料股份有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.4 东鹏控股股份有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营效益分析

13.4.3 业务经营分析

13.4.4 行业地位分析

第十四章 中国建筑陶瓷行业的投资潜力及风险预警

14.1 2015-2019年建筑陶瓷行业投资形势

14.1.1 市场投资走势

14.1.2 投资规模现状

14.1.3 投资区域分布

14.1.4 投资需求潜力

14.2 建筑陶瓷行业投资机遇分析

14.2.1 改革重启机遇

14.2.2 社会转型机遇

14.2.3 新型城镇化机遇

14.2.4 数字化浪潮机遇

14.2.5 绿色经济机遇

14.3 建筑陶瓷行业投资风险预警

14.3.1 地产调控风险

14.3.2 环保节能风险

14.3.3 原料价格风险

14.3.4 产品开发风险

第十五章 中国建筑陶瓷行业前景及趋势分析

15.1 中国建筑陶瓷行业前景展望

15.1.1 中国建陶行业发展空间广阔

15.1.2 中国建陶行业发展前景可期

15.1.3 功能型建筑陶瓷有望成为市场主角

15.1.4 国外企业与中国企业具有广泛合作前景

15.2 中国建筑陶瓷产业发展趋势

15.2.1 建筑陶瓷产业未来面临的形势分析

15.2.2 建筑陶瓷产品工艺设计和开发趋势

15.2.3 建筑陶瓷行业未来发展趋势分析

15.2.4 建陶行业未来发展的六大关键词

15.3 2021-2027年中国建筑陶瓷行业预测分析

15.3.1 影响我国建筑陶瓷行业发展的因素分析

15.3.2 2021-2027年建筑陶瓷制品制造行业工业销售产值预测

15.3.3 2021-2027年建筑陶瓷制品制造行业产品销售收入预测

15.3.4 2021-2027年建筑陶瓷制品制造行业累计利润总额预测

附录：

附录一:建筑卫生陶瓷能耗等级定额

附录二:建筑卫生陶瓷产品质量检验管理办法

附录三:建筑卫生陶瓷产品质量对比监督检验管理办法

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/229882.html>