

2020-2026年中国建筑陶瓷 行业发展趋势与投资前景报告

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

《2020-2026年中国建筑陶瓷行业发展趋势与投资前景报告》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/202007/174679.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《2020-2026年中国建筑陶瓷行业发展趋势与投资前景报告》分析了建筑陶瓷行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国建筑陶瓷行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2017-2019年陶瓷行业发展分析2.1 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国建筑陶瓷市场分析4.1 2017-2019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 2017-2019年中国建筑陶瓷主要产品产量数据分析5.1 2017-2019年全国及主要省份瓷质砖产量分析5.1.1 2019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 2017-2019年全国及主要省份陶质砖产量分析5.2.1 2019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 2017-2019年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析5.3.1 2019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 2017-2019年全国及主要省份炻瓷砖产量分析5.4.1 2019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 2017-2019年全国及主要省份细炻砖产量分析5.5.1 2019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 2017-2019年全国及主要省份炻质砖产量分析5.6.1 2019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 2017-2019年中国建筑陶瓷主要产品进出口数据分析6.1 2017-2019年中国陶瓷制屋顶瓦及其它建筑用陶瓷制品进出口数据分析6.1.1 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品进出口情况分析6.2.1 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国陶瓷建筑用砖进出口数据分析6.3.1 2017-2019年陶瓷建筑用砖主要进口来源国分析6.3.2 2017-2019年陶瓷建筑用砖主要出口目的国分析6.3.3 2017-2019年主要省份陶瓷建筑用砖进口市场分析6.3.4 2017-2019年主要省份陶瓷建筑用砖出口市场分析6.4 2017-2019年中国陶瓷制固定卫生设备进出口数据分析6.4.1 2017-2019年陶瓷制固定卫生设备主要进口来源国家分析6.4.2 2017-2019年陶瓷制固定卫生设备主要出口目的国家分析6.4.3 2017-2019年主要省份陶瓷制固定卫生设备进口市场分析6.4.4 2017-2019年主要省份陶瓷制固定卫生设备出口市场分析 第七章 2017-2019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 2017-2019年中国建筑卫生陶瓷行业运行分析7.2.1 产业政策形势分析7.2.2 2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年广东佛山市建筑陶瓷行业发展分析9.1 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国建筑陶瓷行业竞争分析12.1 2017-2019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 2017-2019年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13.1.5 未来前景展望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13.2.5 未来前景展望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13.3.5 未来前景展望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13.4.5 未来前景展望 第十四章 中国建筑陶瓷行业的投资潜力及风险预警14.1 2017-2019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 中国建筑陶瓷行业发展前景可期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 2020-2026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 2020-2026年建筑陶瓷制品制造行业工业销售产值预测15.3.3 2020-2026年建筑陶瓷制品制造行业产品销售收入预测15.3.4 2020-2026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/202007/174679.html>