

2016-2022年中国日用陶瓷 市场全景调查与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国日用陶瓷市场全景调查与未来发展趋势报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/A718943QL1.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

我国日用陶瓷行业生产企业数量众多，行业集中度低，市场化程度高。2014年，我国陶瓷出口企业1.2万家左右，其中以规模较小的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较高，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。

我国日用陶瓷行业以小型生产企业数量居多，只有部分企业凭借多年来在设计、品牌、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。而国际上的知名陶瓷企业均有较长的历史，且都将产品定位于行业的精品甚至奢侈品行列。

我国日用陶瓷行业主要企业 主要企业 企业介绍 广西三环企业集团股份有限公司 广西三环企业集团股份有限公司是以生产日用陶瓷为主，集科、工、贸于一体的企业集团，是广西50强企业之一，是中国信用体系指定示范单位和外贸企业信用3A级等单位。目前集团已与全球60多个国家和地区已建立了贸易关系。三环集团现拥有成员企业10多家 福建冠福现代家用股份有限公司 该公司成立于1999年12月，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。2013年陶瓷产品营业收入为2.66亿元，产品主要销往华东、华南和西北地区，出口业务所占比例较小 广东长城集团股份有限公司 该公司成立于1996年，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，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），成为国内首家在创业板上市的创意艺术陶瓷企业。 湖南华联瓷业股份有限公司 该公司成立于1994年，从事日用陶瓷制品的生产及销售，主要产品为色釉炻瓷和高温文化、艺术、礼品瓷（含釉下五彩瓷）。华联瓷业积极拓展东南亚、南非、南美和东欧等地的新兴市场， 广东四通集团股份有限公司 该公司是一家集研发、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。 伟业陶瓷有限公司 伟业陶瓷有限公司创建于1992年，是一家专业从事日用陶瓷餐具的研发，制造和经营，集科、工、贸于一体，是国内大型日用瓷生产厂家之一，中国陶瓷进出口商会理事单位和中国酒店用品产业10强。 德国唯宝 德国唯宝是拥有260多年历史的全球知名陶瓷制造商，总部位于德国麦特拉赫镇（Mettlach），在欧洲大部分国家都设有子公司或生产基地

，是一家德国的上市公司。该公司业务覆盖日用陶瓷、卫生陶瓷、康体设备以及工程整体卫浴等，产品销往世界125个国家和地区 资料来源：智研数据研究中心中心整理

2013年我国国内日用陶瓷产量为375.8亿件，产量较2012年增长13.7%；2014年国内产量增长至406.8亿件，产量增幅为8.2%。

《2016-2022年中国日用陶瓷市场全景调查与未来发展趋势报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了日用陶瓷行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国日用陶瓷做了重点企业经营状况分析，并分析了中国日用陶瓷行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章2014年全球日用陶瓷制品行业运行状况分析	1
第一节2014年全球日用陶瓷制品行业发展概况	1
一、全球日用陶瓷制品行业发展特点分析	1
二、世界日用陶瓷制品铅镉溶出量限量标准	2
三、国外日用陶瓷工艺技术现状	14
第二节2014年全球主要国家日用陶瓷制品发展情况分析	15
一、美国	15
二、韩国	16
三、加拿大	17
第三节2016-2022年全球日用陶瓷制品行业发展趋势分析	18
第二章2014年中国日用陶瓷制品行业发展环境分析	20
第一节2014年中国宏观经济环境分析	20
一、GDP历史变动轨迹分析	20
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	23
三、2015年中国宏观经济发展预测分析	28

第二节2014年中国日用陶瓷制品行业发展政策环境分析 30

一、陶瓷制品降低进口税 30

二、日用陶瓷制品政策法规分析 30

三、相关政策影响分析 33

第三节2014年中国日用陶瓷制品行业发展社会环境分析 33

第三章2014年中国日用陶瓷制品行业运行形势分析 36

第一节2014年中国日用陶瓷制品产业发展概述 36

一、中国日用陶瓷发展概况 36

陶瓷是陶器和瓷器的总称，是以粘土为主要原料以及各种天然矿物经过粉碎混炼、成型和煅烧制得的材料以及各种制品。

陶瓷制品的品种繁多，它们之间的化学成分、矿物组成、物理性质以及制造方法，常常互相接近交错，而在应用领域上却有很大的区别。

其中，日用陶瓷产品按照烧制温度分类，可以分为高温瓷、中温瓷、低温瓷等。高温瓷主要有白瓷、骨质瓷、强化瓷等瓷种，是目前我国消费品市场中最常见的日用陶瓷产品，占有国内日用陶瓷市场80%以上的市场份额；中低温瓷主要以炻瓷为代表。不同质地、设计及工艺的陶瓷制品有不同的目标客户。顶级的骨质瓷、强化瓷制品由于外观造型设计别致、制作工艺精湛及质地较好，具备一定的观赏性，经常被包装成精美礼品或者被陶瓷爱好者用户收藏；高级的骨质瓷、

强化瓷一般供给酒店、会所等服务业；而白瓷及中低温瓷则更多用于家庭、餐厅等。

陶瓷是我国对人类文明的巨大贡献之一。近十年来，随着改革的深入，特别是民营企业逐步崛起，我国量产化陶瓷又回升到迅速发展的阶段，并保持较高增长率。虽然我国已经成为世界上最大的陶瓷生产国和出口国，但目前我国陶瓷行业仍存在整体档次偏低的问题：一是技术及装备未达到世界先进水平，二是过去很长时间内中国陶瓷产业发展缺乏在国际市场树立品牌的意识。民族品牌的建设是陶瓷行业未来发展的一个重点。

据国家统计局数据：截至2014年我国日用陶瓷制造行业规模以上企业数量达到676家，当中40家企业出现亏损，亏损企业亏损金额为1.85亿元。

2014年我国日用陶瓷制造行业规模总资产达到482.14亿元，较上年同期增长7.1%。行业销售收入为998.59亿元，较上年同期增长3.3%。2014年行业利润总额为61.13亿元，较上年同期增长0.6%。

二、科技进步发展历程 39

三、科技人材与教育	42
四、技术引进与消化吸收	43
五、材质利用与品种开发	45
六、现有国内外技术之间的差距	47
第二节2014年中国日用陶瓷制品市场发展现状分析	53
一、日用陶瓷业面临QS认证关卡	53
二、茶具、餐具等成为日用陶瓷消费主潮流	54
三、中国日用陶瓷对欧盟出口状况分析	56

近年来在国际金融危机以及全球经济增速下滑等不利因素影响下,国内陶瓷出口依然保持了一定的增长我国陶瓷出口金额由2005年的50.38亿美元增长到2014年的220.75亿美元,年均复合增长率为17.84%,金融危机后2011-2015年出口年均复合增长率达到22.32%。根据中国轻工工艺品进出口商会数据统计,我国2014年共出口陶瓷产品220.75亿美元,同比增长15.20%。其中日用陶瓷出口49.40亿美元,同比增长82.02%;艺术陶瓷出口19.60亿美元,同比下降33.06%;建筑陶瓷出口87.04亿美元,同比增长2.54%;卫生陶瓷出口32.05亿美元,同比增长61.22%;其他陶瓷出口32.66亿美元,同比增长7.26%。

四、国内日用陶瓷企业面临市场多重压力	60
第三节2014年中国日用陶瓷市场问题及发展建议	60
一、中国日用陶瓷竞争能力的缺陷	60
二、对日用陶瓷品牌发展的建议	61

第四章2008-2014年中国日用陶瓷产量统计分析	66
第一节2008-2014年全国日用陶瓷产量分析	66
第二节2014年全国及主要省份日用陶瓷产量分析	66
第三节2014年全国日用陶瓷产量集中度分析	67

第五章2013-2015年中国日用陶瓷制品制造行业主要数据监测分析	69
第一节2013-2015年中国日用陶瓷制品制造行业总体数据分析	69
一、2012年中国日用陶瓷制品制造行业全部企业数据分析	69
二、2013年中国日用陶瓷制品制造行业全部企业数据分析	71
三、2014年中国日用陶瓷制品制造行业全部企业数据分析	72
第二节2013-2015年中国日用陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析	74

一、2012年中国日用陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析	74
二、2013年中国日用陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析	74
三、2014年中国日用陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析	75
第三节2013-2015年中国日用陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析	75
一、2012年中国日用陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析	75
二、2013年中国日用陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析	76
三、2014年中国日用陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析	77
第六章2014年中国日用陶瓷制品行业市场竞争格局分析	78
第一节2014年中国日用陶瓷制品行业竞争现状分析	78
一、中国日用陶瓷业竞争日趋激烈	78
二、日用陶瓷企业的竞争分析	79
三、日用陶瓷企业核心竞争力分析	80
四、日用陶瓷企业竞争力提升的途径	81
第二节2014年中国的日用陶瓷主要集中产区特点分析	82
一、江西景德镇	82
二、潮州三饶	84
三、河北	87
四、山东淄博	90
五、山西	93
六、湖南醴陵	94
七、广西北流	97
八、福建德化	97
九、广东	98
第三节2014年中国日用陶瓷制品行业竞争策略分析	99
第七章2014年中国日用陶瓷制品行业重点企业分析	101
第一节佛山高明顺成陶瓷有限公司	101
一、企业概况	101
二、企业主要经济指标分析	102
三、企业盈利能力分析	102
四、企业偿债能力分析	102

五、企业运营能力分析	103
六、企业成长能力分析	103
第二节佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司	103
一、企业概况	103
二、企业主要经济指标分析	105
三、企业盈利能力分析	105
四、企业偿债能力分析	105
五、企业运营能力分析	106
六、企业成长能力分析	106
第三节广西三环企业集团股份有限公司	106
一、企业概况	106
二、企业主要经济指标分析	107
三、企业盈利能力分析	108
四、企业偿债能力分析	108
五、企业运营能力分析	108
六、企业成长能力分析	108
第四节福建冠福现代家用股份有限公司	109
一、企业概况	109
二、企业主要经济指标分析	110
三、企业盈利能力分析	111
四、企业偿债能力分析	112
五、企业运营能力分析	113
六、企业成长能力分析	113
第五节湖南华联瓷业股份有限公司	114
一、企业概况	114
二、企业主要经济指标分析	114
三、企业盈利能力分析	115
四、企业偿债能力分析	115
五、企业运营能力分析	115
六、企业成长能力分析	116
第六节佛山市南海祥联陶瓷有限公司	116
一、企业概况	116

二、企业主要经济指标分析	117
三、企业盈利能力分析	117
四、企业偿债能力分析	117
五、企业运营能力分析	118
六、企业成长能力分析	118
第七节景德镇金意陶陶瓷有限公司	118
一、企业概况	118
二、企业主要经济指标分析	118
三、企业盈利能力分析	119
四、企业偿债能力分析	119
五、企业运营能力分析	119
六、企业成长能力分析	120
第八节唐山陶瓷股份有限公司	120
一、企业概况	120
二、企业主要经济指标分析	121
三、企业盈利能力分析	121
四、企业偿债能力分析	122
五、企业运营能力分析	122
六、企业成长能力分析	122
第九节广东四通集团有限公司	122
一、企业概况	122
二、企业主要经济指标分析	123
三、企业盈利能力分析	124
四、企业偿债能力分析	125
五、企业运营能力分析	126
六、企业成长能力分析	126
第十节江西环球陶瓷有限公司	127
一、企业概况	127
二、企业主要经济指标分析	128
三、企业盈利能力分析	129
四、企业偿债能力分析	129
五、企业运营能力分析	129

六、企业成长能力分析 129

第八章2014年中国陶瓷制造业发展情况分析 131

第一节2014年中国陶瓷行业发展环境分析 131

- 一、陶瓷产业受宏观政策的影响 131
- 二、资源税改革推进陶瓷产业结构调整 131
- 三、陶瓷出口退税率上调有利行业发展 132
- 四、政府行为加速陶瓷企业优胜劣汰 133

第二节2014年中国陶瓷行业发展概况 134

- 一、中国陶瓷业发展回顾 134
- 二、我国陶瓷业发展三大特点 141
- 三、我国陶瓷行业发展格局变化分析 143
- 四、我国陶瓷行业新企业发展现状 143
- 五、我国陶瓷行业利润下降及其影响分析 144

第三节2014年农村陶瓷市场发展运行分析 146

- 一、农村陶瓷市场消费概况 146
- 二、农村市场成为陶瓷行业重点 147
- 三、国产高端陶瓷进军农村市场 148
- 四、陶瓷企业转战农村市场的瓶颈 149

第四节2014年中国陶瓷企业物流管理分析 152

- 一、陶瓷物流发展的特点 152
- 二、中国陶瓷企业物流存在的问题 153
- 三、中国陶瓷企业物流应采取的对策 154

第五节2014年中国陶瓷制造业存在的问题分析（zyzg） 156

- 一、中国陶瓷业存在的战略问题 156
- 二、中国陶瓷业与国际水平的差距 158
- 三、中国陶瓷行业产能过剩问题突出 162
- 四、陶瓷企业面临的问题 163

第六节2014年中国陶瓷产业的发展对策分析 166

- 一、做强我国陶瓷行业的五大战略 166
- 二、中国陶瓷企业开拓市场战略 167
- 三、国内陶瓷业发展须探寻新的突破点 169

四、陶瓷行业发展应加强引进利用更多社会资源	170
五、陶瓷出口企业转型策略	171
第九章2016-2022年中国日用陶瓷制品行业发展趋势预测分析	173
第一节2016-2022年中国日用陶瓷制品行业发展趋势分析	173
一、陶瓷产品实现“五化”	173
二、设计趋势分析	174
第二节2016-2022年中国日用陶瓷制品市场预测分析	178
一、日用陶瓷制品需求预测分析	178
二、日用陶瓷制品产量预测	179
三、日用陶瓷制品进出口预测分析	180
第三节2016-2022年中国日用陶瓷制品行业市场盈利预测分析	181
第十章2016-2022年中国日用陶瓷制品行业投资机会与风险分析	182
第一节2016-2022年中国日用陶瓷制品行业投资环境分析	182
第二节2016-2022年中国日用陶瓷制品行业投资机会分析	182
一、中国日用陶瓷制品行业吸引力分析	182
二、中国日用陶瓷制品行业区域投资潜力分析	183
第三节2016-2022年中国日用陶瓷制品行业投资风险分析	183
一、市场竞争风险	183
二、技术风险	184
三、其它风险	184
第四节2016-2022年中国日用陶瓷制品行业投资策略分析	184

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/A718943QL1.html>