

2026-2031年中国陶瓷行业发展趋势预测及投资战略研究报告

报告简介

进入21世纪以来，我国的陶瓷制造行业经历了一个稳定发展时期，陶瓷制品的产量和陶瓷行业企业数量都有了巨大的增长，我国的陶瓷总产量位居世界第一位，已成为世界上最大的陶瓷生产国和出口国。虽然中国是全球第一的陶瓷生产大国，但陶瓷行业整体效率仍然偏低，结构性产能过剩，缺乏品牌意识等问题长期存在。与发达国家相比，我国陶瓷市场集中度低，较多企业规模较小，技术与设备较为落后，以生产中低端产品为主，高端产品还需依靠进口。

在双碳、双控政策目标下，建筑陶瓷行业往低碳环保的发展趋势越来越明显，推进绿色制造、研发绿色产品、优化能源结构、合理布局产能等正成为行业发展的趋势，从而加剧了强者愈强的马太效应，能源、资源将进一步向头部企业靠拢，深耕品牌建设的企业对技术的投入力度持续加大，持续加大绿色、低碳、循环经济的比重，增强企业发展内在动力，进一步推动行业优胜劣汰，行业集中度不断提高。

过往数十年中，中国建陶的发展呈现出大规模、低成本、高速度等特征，在世界建陶行业具有龙头地位，而佛山更是中国陶瓷行业的代表地区。然而在“双碳”、“双控”政策背景下，受到房地产下行、内需饱和、成本增加等一系列因素叠加，建筑陶瓷和卫浴行业企业竞争更加激烈，产业集中化和环保压力将加速淘汰落后产能。同时，在后疫情时代，建筑陶瓷和卫浴行业“大行业、小公司”的局面或将被打破，行业正在从过去的粗放式发展向规范化、高质量发展方向良性转变。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国陶瓷市场进行了分析研究。报告在总结中国陶瓷行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国陶瓷行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为陶瓷企业在激烈的市场竞

争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 陶瓷产业市场概述

第一节 行业定义

第二节 行业属性

第三节 行业成功要素

第四节 产业链分析

第二章 中国陶瓷产业链发展状况分析

第一节 上游行业发展状况

第二节 下游行业发展状况

第三节 相关行业发展状况

第三章 中国陶瓷产业发展分析

第一节 中国陶瓷产业发展现状

第二节 中国陶瓷产业经济运行现状

第三节 中国陶瓷产业存在的问题及发展障碍分析

第四节 中国陶瓷产业发展趋势

第四章 中国陶瓷市场现状及发展趋势

第一节 中国陶瓷市场供给状况

第二节 中国陶瓷市场需求状况

第三节 中国陶瓷市场存在的问题及障碍

第四节 中国陶瓷市场发展潜力及发展趋势

第五章 中国陶瓷产业基本竞争战略

第一节 成本领先战略

一、竞争战略的类型

二、竞争战略的适用条件及组织要求

三、竞争战略的收益及风险

第二节 差异化竞争战略

第三节 集中化竞争战略

第六章 中国陶瓷产业市场竞争策略分析

第一节 陶瓷产业市场五种竞争动力模式结构

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 陶瓷产业市场核心竞争力的塑造要素

一、反应速度

二、一贯性

三、弹性

四、敏锐性

五、创造性

第七章 中国陶瓷产业市场营销策略竞争分析

第一节 市场产品策略

第二节 市场渠道策略

第三节 市场价格策略

第四节 广告媒体策略

第五节 客户服务策略

第八章 中国陶瓷产业竞争格局分析

第一节 中国陶瓷产业竞争现状分析

一、技术竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

第二节 中国陶瓷产业集中度分析

一、陶瓷企业分布分析

二、陶瓷市场集中度分析

第九章 陶瓷行业领先企业经营形势分析

第一节 中国陶瓷企业总体发展状况分析

一、陶瓷企业创新及品牌建设

二、陶瓷企业国际竞争力分析

三、陶瓷行业品牌销量排名

四、陶瓷行业企业排名分析

第二节 中国领先陶瓷企业经营形势分析

一、广东东鹏控股股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业科技创新

3、企业主营业务收入

4、企业产品利润分析

5、企业品牌价值研究

6、企业盈利能力

7、企业投资项目

8、企业战略目标

二、新明珠集团股份有限公司

1、企业发展历程

2、企业生产规模

3、企业品牌价值研究

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

7、企业销售网络分析

8、企业战略目标

三、蒙娜丽莎集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业主要产品

3、企业技术及服务

4、企业品牌价值研究

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

7、企业销售网络分析

8、企业战略目标

四、广东马可波罗陶瓷有限公司

1、企业发展概况

2、企业经营现状

3、企业技术研发

4、企业产品种类

5、企业发展能力

6、企业盈利能力

7、企业销售网络分析

8、企业战略目标

五、晋江恒达陶瓷有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业经营分析

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

7、企业销售网络分析

8、企业战略目标

六、广东松发陶瓷股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务分析

- 3、企业经营分析
- 4、企业发展规模
- 5、企业业务模式
- 6、企业盈利能力
- 7、企业销售网络分析
- 8、企业战略目标

七、佛山高明顺成陶瓷有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业发展规模
- 3、企业生产现状
- 4、企业产品种类
- 5、企业业务模式
- 6、企业盈利能力
- 7、企业销售网络分析
- 8、企业战略目标

八、广东能强陶瓷有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务分析
- 3、企业经营分析
- 4、企业发展规模
- 5、企业业务模式
- 6、企业盈利能力

7、企业销售网络分析

8、企业战略目标

九、佛山欧神诺陶瓷有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业生产现状

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

7、企业销售网络分析

8、企业战略目标

十、科达制造股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业生产现状

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

7、企业销售网络分析

8、企业战略目标

十一、佛山石湾鹰牌陶瓷有限公司

1、企业发展概况

- 2、企业发展规模
- 3、企业盈利能力
- 4、企业产品与服务
- 5、企业销售网络
- 6、企业荣誉及成功案例
- 7、企业竞争优势方向

十二、广东博华陶瓷有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业发展规模
- 3、企业市场定位
- 4、企业产品种类
- 5、企业业务模式
- 6、企业盈利能力

十三、广东宏威陶瓷实业有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业发展规模
- 3、企业市场定位
- 4、企业产品种类
- 5、企业业务模式
- 6、企业盈利能力

十四、广东强辉陶瓷有限公司

- 1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业市场定位

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

十五、珠海市白兔陶瓷有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业市场定位

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

十六、广东简一(集团)陶瓷有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业市场定位

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

十七、山东狮王陶瓷有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业市场定位

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

十八、杭州诺贝尔集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业市场定位

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

十九、广东金意陶陶瓷集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业市场定位

4、企业产品种类

5、企业业务模式

6、企业盈利能力

二十、景德镇陶瓷股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业发展规模

3、企业市场定位

- 4、企业产品种类
- 5、企业业务模式
- 6、企业盈利能力

第十章 中国陶瓷产业市场发展预测

第一节 中国陶瓷产业发展环境预测

- 一、经济环境预测
- 二、社会环境预测
- 三、政策环境预测
- 四、技术环境预测

第二节 中国陶瓷产业发展预测

- 一、产业竞争要素预测
- 二、产业结构预测
- 三、产业转移趋势
- 四、产业一体化预测
- 五、产业运营模式预测

第三节 中国陶瓷市场发展预测

- 一、2026-2031年中国陶瓷市场需求预测
- 二、2026-2031年中国陶瓷市场结构预测
- 三、2026-2031年中国陶瓷市场集中度预测
- 四、2026-2031年中国陶瓷市场供给预测
- 五、2026-2031年中国陶瓷市场价格预测

第十一章 中国陶瓷产业市场投资机会与风险

第一节 中国陶瓷产业市场投资优势分析

第二节 中国陶瓷产业市场投资劣势分析

第三节 中国陶瓷产业市场投资机会分析

第四节 中国陶瓷产业市场投资风险分析

第十二章 中国陶瓷产业市场竞争策略建议

第一节 中国陶瓷产业竞争战略建议

一、竞争战略选择建议

二、产业升级策略建议

三、产业转移策略建议

四、价值链定位建议

第二节 中国陶瓷产业竞争策略建议

一、核心竞争力塑造建议

二、并购重组策略建议

三、经营模式策略建议

四、产业资源整合建议

五、产业联盟策略建议

第十三章 2026-2031年中国陶瓷行业企业经营战略建议

第一节 2026-2031年陶瓷行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2026-2031年陶瓷行业企业的资本运作模式

一、陶瓷行业企业国内资本市场的运作建议

1、陶瓷行业企业的兼并及收购建议

2、陶瓷行业企业的融资方式选择建议

二、陶瓷行业企业海外资本市场的运作建议

第三节 2026-2031年陶瓷行业企业营销模式建议

一、陶瓷行业企业的国内营销模式建议

1、陶瓷行业企业的渠道建设

2、陶瓷行业企业的品牌建设

二、陶瓷行业企业海外营销模式建议

1、陶瓷行业企业的海外细分市场选择

2、陶瓷行业企业的海外经销商选择

第十四章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 陶瓷行业发展战略研究

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

第二节 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

第三节 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

图表目录

图表：2021-2026年中国陶瓷资产规模分析

图表：2021-2026年中国陶瓷行业供给情况

图表：2021-2026年中国陶瓷行业市场规模

图表：中国陶瓷行业负债规模分析

图表：2021-2026年中国陶瓷行业市场产品价格走势

图表：2026-2031年中国陶瓷行业市场产品价格趋势预测

图表：2021-2026年中国陶瓷行业利润规模及增长速度

图表：2021-2026年中国陶瓷行业销售收入

图表：2021-2026年中国陶瓷行业销售利润率

图表：2021-2026年中国陶瓷行业总资产利润率

图表：2021-2026年中国陶瓷行业净资产利润率

图表：2021-2026年中国陶瓷行业总资产增长率

图表：2021-2026年中国陶瓷行业净资产增长率

图表：2021-2026年中国陶瓷行业资产负债率

图表：2021-2026年中国陶瓷行业速动比率

图表：2021-2026年中国陶瓷行业流动比率

图表：2021-2026年中国陶瓷行业总资产周转率

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：7916

本文地址：<https://www.51baogao.cn/jiancai/taoci.shtml>

在线订购：[点击这里](#)