

2022-2028年中国瓷砖行业市场行情动态及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国瓷砖行业市场行情动态及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202010/902195.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

瓷砖，是以耐火的金属氧化物及半金属氧化物，经由研磨、混合、压制、施釉、烧结之过程，而形成的一种耐酸碱的瓷质或石质等，建筑或装饰材料，称之为瓷砖。其原材料多由粘土、石英砂，经过高温后压缩等等混合而成，具有很高的硬度。

智研咨询发布的《2022-2028年中国瓷砖行业市场行情动态及投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了瓷砖行业市场发展环境、瓷砖整体运行态势等，接着分析了瓷砖行业市场运行的现状，然后介绍了瓷砖市场竞争格局。随后，报告对瓷砖做了重点企业经营状况分析，最后分析了瓷砖行业发展趋势与投资预测。您若想对瓷砖产业有个系统的了解或者想投资瓷砖行业，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 瓷砖相关概述

1.1 瓷砖基本概念

1.1.1 瓷砖定义

1.1.2 瓷砖分类

1.1.3 常见瓷砖介绍

1.2 瓷砖特性简况

1.2.1 瓷砖的性能

1.2.2 瓷砖硬度的划分

第二章 2017-2021年世界瓷砖行业发展分析

2.1 全球瓷砖业运行分析

2.1.1 全球陶瓷砖产量规模

2.1.2 世界陶瓷砖消费规模

2.1.3 世界陶瓷砖出口情况

2.2 欧洲

2.2.1 德国

2.2.2 意大利

2.2.3 西班牙

2.2.4 土耳其

2.3 亚洲

2.3.1 日本

2.3.2 印度

2.3.3 伊朗

2.3.4 韩国

2.3.5 印尼

2.3.6 泰国

2.4 其他国家及地区

2.4.1 海湾地区

2.4.2 南美地区

2.4.3 美国

2.4.4 巴西

第三章 中国瓷砖行业发展环境分析

3.1 宏观经济环境

3.1.1 国内生产总值

3.1.2 工业运行情况

3.1.3 固定资产投资

3.1.4 宏观经济展望

3.2 社会环境分析

3.2.1 人口数量及结构

3.2.2 城镇化发展进程

3.2.3 居民收入水平

3.2.4 人才需求升级

3.3 产业环境分析

3.3.1 房地产开发投资

3.3.2 土地购置面积

3.3.3 房屋施工面积

3.3.4 商品房销售规模

第四章 2017-2021年中国瓷砖行业发展分析

4.1 2017-2021年中国瓷砖行业发展综述

4.1.1 行业现状特征

4.1.2 行业转型升级

4.1.3 污染排放标准

4.1.4 行业发展态势

4.2 2017-2021年中国瓷砖行业运行分析

4.2.1 行业产量规模

4.2.2 行业运行分析

4.2.3 行业投资规模

4.2.4 产品消费特征

4.3 2017-2021年中国瓷砖业产能规模分析

4.3.1 我国瓷砖产能规模

4.3.2 我国主要瓷砖产区

4.3.3 瓷砖种类产能占比

4.4 中国薄瓷砖市场发展分析

4.4.1 薄瓷砖节能效果良好

4.4.2 薄瓷砖市场发展形势

4.4.3 薄瓷砖市场推广方向

4.5 中国瓷砖文化发展分析

4.5.1 瓷砖文化概述

4.5.2 瓷砖文化的作用

4.5.3 中国瓷砖文化起源

4.5.4 中国瓷砖文化进程

4.5.5 中国瓷砖文化发展趋势

4.6 中国瓷砖行业发展面临的问题

4.6.1 行业运行的风险

4.6.2 产品同质化严重

4.6.3 瓷砖业外部挑战

4.6.4 瓷砖产品市场混乱

第五章 2017-2021年抛光砖发展分析

5.1 2017-2021年抛光砖行业发展综述

5.1.1 抛光砖的优缺点

5.1.2 抛光砖行业特点

5.1.3 行业发展态势

5.1.4 市场渠道下移

5.1.5 产品最新技术

5.1.6 防污技术分析

5.2 中国各地区抛光砖发展状况

5.2.1 广东佛山抛光砖行业

5.2.2 山东淄博抛光砖市场

5.2.3 江西高安抛光砖市场价格

5.3 中国抛光砖行业发展存在的问题及对策

5.3.1 面临新品种威胁

5.3.2 企业面临的挑战

5.3.3 加快转型升级

5.3.4 行业发展潜力

第六章 2017-2021年仿古砖发展分析

6.1 仿古砖基本介绍

6.1.1 仿古砖的概念及历史

6.1.2 仿古砖的材质和坯、釉特征

6.1.3 仿古砖的规格及色彩的应用

6.1.4 仿古砖的装饰及功能化分析

6.2 仿古砖市场发展分析

6.2.1 市场发展特点

6.2.2 市场发展态势

6.2.3 行业推动因素

6.2.4 市场发展空间

6.2.5 产品发展趋势

6.3 中国各地区仿古砖发展状况

6.3.1 主要产区发展状况

6.3.2 佛山企业标准化目标

6.3.3 四川仿古砖发展情况

6.3.4 福建仿古砖行业分析

6.3.5 云南市场消费情况

6.3.6 湖南仿古砖市场形势

6.3.7 山东淄博市场竞争加剧

6.3.8 江西高安仿古砖市场特点

6.4 中国仿古砖行业发展存在的问题与对策

6.4.1 企业发展障碍

6.4.2 企业发展策略

6.4.3 品牌竞争策略

第七章 2017-2021年其他瓷砖细分产品发展分析

7.1 全抛釉

7.1.1 全抛釉简介

7.1.2 全抛釉市场发展历程

7.1.3 全抛釉零售市场现状

7.1.4 全抛釉市场竞争格局

7.1.5 全抛釉产品定位分析

7.1.6 全抛釉市场营销模式

7.1.7 全抛釉市场销售策略

7.2 外墙砖

7.2.1 外墙砖概念及特点

7.2.2 外墙砖行业发展形势

7.2.3 外墙砖市场发展方向

7.2.4 外墙砖发展面临阻碍

7.3 微晶石

7.3.1 微晶石基本介绍

7.3.2 微晶石市场发展现状

7.3.3 微晶石市场发展潜力

7.3.4 微晶石行业发展方向

7.3.5 微晶石发展挑战与机遇

第八章 2017-2021年中国瓷砖区域市场发展分析

8.1 广东省瓷砖产业运行分析

8.1.1 行业产能规模

8.1.2 产能增长情况

8.1.3 主产区发展状况

8.2 山东省瓷砖产业运行分析

8.2.1 行业运行现状

8.2.2 行业发展措施

8.2.3 主产区发展状况

8.2.4 主要问题分析

8.2.5 行业发展目标

8.2.6 重点任务及措施

8.3 湖北省瓷砖产业运行分析

8.3.1 行业产量规模

8.3.2 产业布局情况

8.3.3 主产区发展状况

8.4 福建省瓷砖产业运行分析

8.4.1 行业产能规模

8.4.2 主产区发展状况

8.4.3 产品趋势分析

8.5 四川省瓷砖市场发展分析

8.5.1 市场格局分析

8.5.2 主产区发展状况

8.5.3 行业加快升级

第九章 2017-2021年中国瓷砖行业对外贸易分析

9.1 2017-2021年中国瓷砖所属行业出口数据分析

9.1.1 2018年瓷砖出口状况

9.1.2 2019年瓷砖出口状况

9.1.3 2020年瓷砖出口状况

9.2 2017-2021年中国陶瓷建筑用砖所属行业进出口数据分析

9.2.1 进出口总量数据分析

9.2.2 主要贸易国进出口情况分析

9.2.3 主要省市进出口情况分析

9.3 2017-2021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数据分析

9.3.1 进出口总量数据分析

9.3.2 主要贸易国进出口情况分析

9.3.3 主要省市进出口情况分析

9.4 中国瓷砖出口格局及特征分析

9.4.1 出口目标市场变化

9.4.2 出口面临的反倾销挑战

9.4.3 出口市场商机分析

9.4.4 企业出口模式分析

9.5 中国瓷砖出口面临的海外壁垒及策略分析

9.5.1 出口韩国的壁垒

9.5.2 出口巴西的壁垒

9.5.3 出口欧盟的壁垒

9.5.4 出口阿根廷的阻碍

9.5.5 出口哥伦比亚的阻碍

9.5.6 出口墨西哥的阻碍

9.5.7 出口巴基斯坦的阻碍

9.5.8 国内企业发展措施

9.5.9 国内企业应对建议

第十章 2017-2021年中国瓷砖行业品牌发展分析

10.1 中国瓷砖业品牌整体运行概况

10.1.1 瓷砖品牌市场格局分析

10.1.2 瓷砖品牌影响力分析

- 10.1.3 瓷砖品牌售后服务水平
- 10.1.4 瓷砖品牌市场结构及消费
- 10.1.5 瓷砖品牌转战非主流城市
- 10.2 国外瓷砖品牌在中国市场的发展
 - 10.2.1 进军中国市场的原因
 - 10.2.2 中国市场品牌落地表现
 - 10.2.3 国外品牌的专卖店战略
 - 10.2.4 国外品牌经销商代理原则
- 10.3 中国瓷砖品牌存在的问题及对策
 - 10.3.1 瓷砖品牌建立形象店需注意的问题
 - 10.3.2 中国瓷砖行业的品牌战略选择
 - 10.3.3 我国瓷砖企业的品牌化发展对策
 - 10.3.4 我国瓷砖品牌的市场推广策略
 - 10.3.5 我国瓷砖品牌的终端建设策略
- 第十一章 2017-2021年中国瓷砖市场竞争分析
 - 11.1 中国瓷砖市场竞争状况分析
 - 11.1.1 市场竞争乱象盛行
 - 11.1.2 市场面临洗牌考验
 - 11.1.3 市场竞争焦点分析
 - 11.2 中国瓷砖企业的典型竞争策略
 - 11.2.1 产品创新+品牌高度竞争
 - 11.2.2 规模实力+性价比竞争
 - 11.2.3 追随模仿+低价竞争
 - 11.3 中国瓷砖卫浴企业竞争战略选择
 - 11.3.1 差异化竞争战略实践
 - 11.3.2 集中化竞争战略实践
 - 11.3.3 成本领先竞争战略实践
 - 11.3.4 规模领先竞争战略实践
 - 11.3.5 追随模仿战略实践
- 第十二章 2017-2021年中国瓷砖市场营销分析
 - 12.1 中国瓷砖市场营销模式及渠道分析
 - 12.1.1 瓷砖营销模式发展历程
 - 12.1.2 瓷砖营销的两种方法解析
 - 12.1.3 瓷砖企业的网络营销分析
 - 12.1.4 瓷砖行业的渠道模式探析

12.1.5 瓷砖市场渠道建设存在的问题及策略

12.1.6 瓷砖企业营销渠道扁平化分析

12.2 中国瓷砖市场典型营销方式

12.2.1 口碑营销

12.2.2 娱乐营销

12.2.3 微信营销

12.2.4 创意营销

12.2.5 绿色营销

12.3 中国瓷砖企业的经营战略分析

12.3.1 瓷砖企业市场制胜的营销策略

12.3.2 中低端瓷砖企业营销战略探析

12.3.3 瓷砖营销需要“线上+线下”相结合

12.3.4 瓷砖经销商应对市场竞争的经营战略

第十三章 瓷砖业重点企业分析

13.1 冠军建材股份有限公司

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 核心竞争力分析

13.1.6 公司发展战略

13.2 广东东鹏控股股份有限公司

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 核心竞争力分析

13.2.6 公司发展战略

13.3 上海悦心健康集团股份有限公司

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 核心竞争力分析

13.3.6 公司发展战略

13.4 浙江开尔新材料股份有限公司

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 财务状况分析

13.4.5 核心竞争力分析

13.4.6 公司发展战略

13.5 其他企业

13.5.1 杭州诺贝尔集团有限公司

13.5.2 广东唯美陶瓷有限公司

13.5.3 广东蒙娜丽莎新型材料集团有限公司

13.5.4 广东新中源陶瓷有限公司

13.5.5 佛山市大唐合盛陶瓷有限公司

第十四章 中国瓷砖行业发展前景分析

14.1 中国瓷砖行业发展趋势分析

14.1.1 市场发展前景分析

14.1.2 行业发展重点方向

14.1.3 未来行业发展趋势

14.1.4 农村电商市场潜力

14.2 2022-2028年中国瓷砖行业发展预测分析

14.2.1 行业影响因素

14.2.2 行业产量预测

14.2.3 市场销量预测

14.3 中国瓷砖各品种发展趋势

14.3.1 抛光砖行业发展趋向

14.3.2 仿古砖市场发展展望

14.3.3 抛晶砖市场发展潜力 (ZY ZS)

部分图表目录：

图表 美国房屋开工数量及瓷砖消费规模

图表 北美自由贸易区国家瓷砖消费量

图表 巴西瓷砖产业产销及出口规模

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/902195.html>