

2014-2019年中国艺术陶瓷 市场调研与投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国艺术陶瓷市场调研与投资前景研究报告》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/201403/102774.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

瓷艺术品是一种“既能观赏、还能把玩；既能使用，还能投资、收藏”的艺术品种。普通投资者，只要常学习、多沟通，勤比较、多观赏，并从装饰美、个性美、意境美、材质美等四个方面去学习鉴赏，就一定能踏上投资、收藏、鉴赏的康庄大道。艺术陶瓷也可以称之为陶瓷艺术，为陶艺和瓷器艺术的总称。从新石器时期的印纹陶、彩陶、粗犷质朴的品格，唐宋陶瓷突飞猛进的发展，五彩缤纷的色釉、釉下彩，白釉的烧造成功，刻画花等多种装饰方法的出现，为后来艺术陶瓷的发展开辟了广阔的道路。陶瓷艺术品以其精巧的装饰美、梦幻的意境美、陶艺的个性美、独特的材质美，形成了特有的陶瓷文化，受到了人们的喜爱，并逐渐成为人们投资收藏的首选。

元代成功地烧造出划时代意义的青花、釉里红，成为我国陶瓷装饰的主流。明代开始，景德镇业已成为“天下窑器所聚”的瓷业中心。永乐的“甜白瓷”、宣德的“祭红”、“淡黄釉”、成化的“青花斗彩”、嘉靖万历的“五彩瓷”等，都是我国制瓷史上的空前杰作。气势宏伟的大龙缸和精巧无比的薄胎瓷的成功烧造，标志著当时制瓷技术进入了相当高超的水平。清代康熙、雍正、乾隆三朝，无论是工艺、品种、质量、产量和技艺，都达到了前所未有的境地。“康熙五彩”、雍正、乾隆的“珐琅彩”、“粉彩”，以及郎窑红、美人醉、珊瑚红、胭脂红、乌金釉、天蓝、霁蓝、洒蓝、茶叶末、三阳开泰、窑变花釉等颜色釉的问世，极大地丰富了陶瓷装饰，显示出景德镇瓷工对各种装饰技法及色料的运用已达到炉火纯青、出神入化的地步。嗣后的“珠山八友”将中国画运用于陶瓷装饰，独创“落地粉彩”、“水点桃花”等瓷绘技法，形成了一代画风，其馀辉至今犹存。

从汉墓出土的水田附船、陶屋、禽畜等陶瓷可见石湾艺术陶瓷的雏形。明清两代是石湾艺术陶瓷兴盛的时期。石湾艺术陶瓷品种繁多，分为人物、动物、器皿、微塑。陶塑人物、动物栩栩如生，妙趣传神微塑以小见大，雅趣自然器物千姿百态，异彩纷呈。新中国成立后，石湾艺术陶瓷更是繁花竞放，新人辈出，先后培育出七位中国工艺美术大师，四位中国陶瓷艺术大师，知名的陶艺家纷纷涌现。

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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。本报告将保持时实更新，为企业提供最最新资讯，使企业能及时把握局势的发展，及时调整应对策略。

【目录】

第一章 中国艺术陶瓷行业定义及主要影响因素分析 15

1.1 行业定义及分类 15

1.1.1 行业定义 15

1.1.2 行业在国民经济中的地位 15

1.2 行业统计标准 16

1.2.1 艺术陶瓷行业统计部门和统计口径 16

1.2.2 艺术陶瓷行业统计方法 16

1.2.3 艺术陶瓷行业数据种类 17

1.3 行业发展规划 18

1.3.1 国家“十二五”规划 18

1.3.2 地方“十二五”规划 19

1.4 行业技术环境分析 21

1.4.1 行业生产工艺技术 21

(1) 南方特色的骨质瓷技术 21

(2) 骨质瓷“明焰无匣”烧成技术 21

(3) 解决镁质瓷自然条件下炸瓷的技术 21

(4) 陶瓷抗菌浮雕工艺技术 22

(5) 镶嵌式抗菌陶瓷编织技术 22

(6) 环保型浮雕工艺瓷改造技术 22

(7) 纳米二氧化钛抗菌陶瓷 22

(8) 发光陶瓷技术 22

1.4.2 行业技术发展趋势 22

(1) 成形工艺技术 23

(2) 坯体干燥新技术 23

(3) 陶瓷施釉新技术 23

(4) 新的烧成工艺 23

(5) 新装饰工艺 23

(6) 废弃陶瓷循环利用 24

1.5 行业原材料市场分析 24

1.5.1 瓷泥市场分析 24

1.5.2 釉料市场分析 25

1.5.3 骨炭市场分析 26

1.6 行业燃料市场分析 26

1.6.1 液化石油气市场分析 26

1.6.2 电力市场分析 26

第二章 中国艺术陶瓷行业发展现状及前景分析 27

2.1 中国艺术陶瓷行业发展状况分析 27

2.1.1 中国艺术陶瓷行业发展总体概况 27

2.1.2 中国艺术陶瓷行业发展主要特点 28

2.1.3 2010-2012年艺术陶瓷行业经营情况分析 29

(1) 2012年艺术陶瓷行业经营效益分析 29

(2) 2012年艺术陶瓷行业盈利能力分析 29

(3) 2012年艺术陶瓷行业运营能力分析 30

(4) 2012年艺术陶瓷行业偿债能力分析 30

(5) 2012年艺术陶瓷行业发展能力分析 31

2.2 2010-2012年艺术陶瓷行业经济指标分析 31

2.2.1 中国艺术陶瓷行业经济效益影响因素分析 31

2.2.2 2010-2012年艺术陶瓷行业经济指标分析 33

2.2.3 2010-2012年不同规模企业经济指标分析 34

2.2.4 2010-2012年不同性质企业经济指标分析 38

2.3 2010-2012年艺术陶瓷行业供需平衡分析 46

2.3.1 2010-2012年全国艺术陶瓷行业供给情况分析 46

(1) 2010-2012年全国艺术陶瓷行业总产值分析 47

(2) 2010-2012年全国艺术陶瓷行业产成品分析 47

2.3.2 2010-2012年各地区艺术陶瓷行业供给情况分析 48

(1) 2010-2012年总产值排名前10个地区分析 48

(2) 2010-2012年产成品排名前10个地区分析 49

2.3.3 2010-2012年全国艺术陶瓷行业需求情况分析 50

(1) 2010-2012年全国艺术陶瓷行业销售产值分析 50

(2) 2010-2012年全国艺术陶瓷行业销售收入分析 51

2.3.4 2010-2012年各地区艺术陶瓷行业需求情况分析 51

(1) 2010-2012年销售产值排名前10个地区分析 51

(2) 2010-2012年销售收入排名前10个地区分析 53

2.3.5 2010-2012年全国艺术陶瓷行业产销率分析 54

2.4 中国艺术陶瓷行业发展趋势与前景预测 54

2.4.1 艺术陶瓷行业发展趋势分析 54

- (1) 市场需求多元化、个性化 55
- (2) 艺术陶瓷趋于功能化 55
- (3) 艺术陶瓷趋于高档化、环保化 55
- (4) 各种陶瓷文化趋于相互交融 55
- (5) 逐步丰富艺术陶瓷的表现载体 55
- (6) 工艺技术不断创新 55

2.4.2 艺术陶瓷行业竞争格局演变趋势 55

- (1) 集约化、规模化 56
- (2) 市场逐渐向技术创新能力强的企业集中 56
- (3) 拥有自主品牌的企业将获得更多市场份额 56
- (4) 节能环保将成为行业主流趋势并获得更大的发展机遇 56

2.4.3 艺术陶瓷行业发展前景预测 56

- (1) 艺术陶瓷行业市场规模预测 56
- (2) 艺术陶瓷行业出口前景预测 58

第三章 中国艺术陶瓷行业市场竞争格局分析 60

3.1 行业国际市场竞争状况分析 60

3.1.1 国际艺术陶瓷市场发展状况分析 60

3.1.2 主要国家陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 61

- (1) 德国陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 61
- (2) 法国陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 62
- (3) 美国陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 62
- (4) 西班牙陶制品市场需求及消费偏好分析 62
- (5) 英国陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 62
- (6) 意大利陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 62
- (7) 日本陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 63
- (8) 加拿大陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 63
- (9) 澳大利亚陶瓷制品市场需求及消费偏好分析 63

3.1.3 国际艺术陶瓷市场竞争状况分析 63

3.1.4 国际艺术陶瓷市场发展趋势分析 63

3.2 行业国内市场竞争状况分析 64

3.2.1 行业市场规模分析 64

3.2.2 行业集中度分析 65

(1) 行业销售集中度分析 65

(2) 行业资产集中度分析 67

(3) 行业利润集中度分析 68

3.2.3 行业五力模型分析 69

(1) 行业上游议价能力分析 69

(2) 行业下游议价能力分析 69

(3) 行业替代品威胁分析 69

(4) 行业新进入者威胁分析 70

(5) 行业内部竞争格局 70

3.3 行业市场竞争策略分析 71

3.3.1 市场领先者的竞争策略分析 71

3.3.2 市场挑战者的竞争策略分析 71

3.3.3 市场追随者的竞争策略分析 71

3.3.4 市场补缺者的竞争策略分析 71

第四章 中国艺术陶瓷行业细分市场及需求分析 72

4.1 艺术陶瓷产品市场分析 72

4.1.1 陈设艺术陶瓷市场分析 72

(1) 各种人物、动物、静物等的摆件或挂件市场分析 72

(2) 艺术花瓶市场分析 72

(3) 陶瓷茶具市场分析 73

(4) 陶瓷酒具市场分析 74

(5) 陶瓷壁画市场分析 74

(6) 陶瓷雕塑市场分析 76

(7) 陶瓷灯具市场分析 76

4.1.2 园林艺术陶瓷市场分析 76

(1) 陶瓷桌子、凳子市场分析 76

(2) 陶瓷花盆市场分析 77

- (3) 陶瓷果皮箱市场分析 77
- 4.2 艺术陶瓷产品消费需求分析 77
 - 4.2.1 投资性消费需求分析 77
 - 4.2.2 欣赏性消费需求分析 78
 - 4.2.3 社交礼品消费需求分析 78
 - 4.2.4 美化生活、美化环境消费需求分析 78

第五章 中国艺术陶瓷行业销售渠道及营销策略分析 79

- 5.1 行业销售渠道分析 79
 - 5.1.1 行业销售特点分析 79
 - 5.1.2 行业销售渠道分析 79
 - (1) 专卖店 79
 - (2) 商业服务机构 80
 - (3) 连锁店 82
 - (4) 展销 82
 - 5.2 行业文化营销策略分析 84
 - 5.2.1 文化营销的内涵 84
 - 5.2.2 文化营销的作用 85
 - (1) 有助于陶瓷企业转变经营管理理念 85
 - (2) 有助于陶瓷企业的产品实现差异化 85
 - (3) 有助于提高产品的附加值 85
 - (4) 有助于满足不同消费者的情感需求 85
 - (5) 有助于构筑企业的核心竞争力 86
 - 5.2.3 民族文化差异对文化营销的影响 86
 - 5.2.4 艺术陶瓷企业进行本土化文化营销策略 86
 - (1) 对目标市场进行详细周密的市场调研 87
 - (2) 品牌文化的本土化、提升品牌的知名度 87
 - (3) 全方位、多渠道的文化营销组合策略 87
 - (4) 营销人员本土化的管理 87
 - 5.2.5 文化营销应注意的问题 88

第六章 中国艺术陶瓷行业重点区域市场分析 89

- 6.1 行业总体区域结构特征分析 89
 - 6.1.1 行业区域结构总体特征 89
 - 6.1.2 行业区域集中度分析 91
 - 6.1.3 行业区域分布特点分析 93
 - 6.1.4 行业规模指标区域分布分析 94
 - 6.1.5 行业效益指标区域分布分析 95
 - 6.1.6 行业企业数的区域分布分析 96
- 6.2 广东省艺术陶瓷行业发展分析及预测 97
 - 6.2.1 广东省艺术陶瓷行业在行业中的地位变化 97
 - 6.2.2 广东省艺术陶瓷行业经济运行状况分析 97
 - 6.2.3 广东省艺术陶瓷行业企业分析 99
 - (1) 企业集中度分析 99
 - (2) 企业发展及盈亏状况分析 100
 - 6.2.4 广东省艺术陶瓷行业发展趋势预测 101
- 6.3 福建省艺术陶瓷行业发展分析及预测 102
- 6.4 山东省艺术陶瓷行业发展分析及预测 106
- 6.5 江西省艺术陶瓷行业发展分析及预测 109
 - 6.5.1 江西省艺术陶瓷行业在行业中的地位变化 109
 - 6.5.2 江西省艺术陶瓷行业经济运行状况分析 110
 - 6.5.3 江西省艺术陶瓷行业企业分析 111
 - (1) 企业集中度分析 112
 - (2) 企业发展及盈亏状况分析 112
 - 6.5.4 江西省艺术陶瓷行业发展趋势预测 113
- 6.6 江苏省艺术陶瓷行业发展分析及预测 114
- 6.7 河北省艺术陶瓷行业发展分析及预测 118

第七章 中国艺术陶瓷行业领先企业生产经营分析 122

- 7.1 中国艺术陶瓷企业总体发展状况分析 122
 - 7.1.1 艺术陶瓷行业企业规模 122
 - 7.1.2 艺术陶瓷行业工业产值状况 122
 - 7.1.3 艺术陶瓷行业销售收入和利润 123
- 7.2 中国艺术陶瓷行业领先企业个案分析 124

7.2.1 唐山亚利陶瓷有限公司经营情况分析 124

- (1) 企业发展简况分析 124
- (2) 企业产销能力分析 125
- (3) 企业盈利能力分析 125
- (4) 企业运营能力分析 126
- (5) 企业偿债能力分析 126
- (6) 企业发展能力分析 127
- (7) 企业产品结构及新产品动向 127
- (8) 企业销售渠道与网络 127

7.2.2 广东长城集团股份有限公司经营情况分析 129

- (1) 企业发展简况分析 129
- (2) 主要经济指标分析 130
- (3) 企业盈利能力分析 131
- (4) 企业运营能力分析 132
- (5) 企业偿债能力分析 132
- (6) 企业发展能力分析 133
- (7) 企业组织架构分析 134
- (8) 企业产品结构及新产品动向 135
- (9) 企业经营模式分析 135

7.2.3 广东四通集团有限公司经营情况分析 144

- (1) 企业发展简况分析 144
- (2) 企业产销能力分析 145
- (3) 企业盈利能力分析 145
- (4) 企业运营能力分析 146
- (5) 企业偿债能力分析 147
- (6) 企业发展能力分析 147
- (7) 企业产品结构及新产品动向 148

7.2.4 景德镇法蓝瓷实业有限公司经营情况分析 149

- (1) 企业发展简况分析 149
- (2) 企业经营情况分析 150
- (3) 企业产品结构及新产品动向 150
- (4) 企业销售渠道与网络 150

7.2.5 重庆锦晖陶瓷有限公司经营情况分析 151

- (1) 企业发展简况分析 152
- (2) 企业产销能力分析 152
- (3) 企业盈利能力分析 152
- (4) 企业运营能力分析 153
- (5) 企业偿债能力分析 154
- (6) 企业发展能力分析 154
- (7) 企业产品结构及新产品动向 155
- (8) 企业销售渠道与网络 155

第八章 中国艺术陶瓷行业投资风险及解决策略 246

8.1 中国艺术陶瓷行业投资风险 246

- 8.1.1 艺术陶瓷行业政策风险 246
- 8.1.2 艺术陶瓷行业技术风险 246
- 8.1.3 艺术陶瓷行业供求风险 246
- 8.1.4 艺术陶瓷行业宏观经济波动风险 247
- 8.1.5 艺术陶瓷行业关联产业风险 247
- 8.1.6 艺术陶瓷行业产品结构风险 247
- 8.1.7 艺术陶瓷企业生产规模风险 247

8.2 中国艺术陶瓷行业投资特性分析 247

8.2.1 艺术陶瓷行业壁垒分析 247

- (1) 创新设计 248
- (2) 技术壁垒 248
- (3) 营销网络和品牌号召力 248
- (4) 经营规模 248
- (5) 产业集群 248

8.2.2 艺术陶瓷行业盈利模式分析 248

8.2.3 艺术陶瓷行业盈利因素分析 249

8.3 中国艺术陶瓷行业发展面临的问题及解决策略分析 250

8.3.1 艺术陶瓷行业发展面临的问题 250

- (1) 专业销售渠道缺位 250
- (2) 人才结构单一 250

(3) 工艺创新不足 251

(4) 原料面临瓜分 251

8.3.2 艺术陶瓷行业问题解决策略分析 251

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102774.html>