

2015-2020年中国陶瓷墨水 市场监测与未来投资策略咨询报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国陶瓷墨水市场监测与未来投资策略咨询报告》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.bosidata.com/qtzzh1506/383827QVSO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2026-04-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

前言：

所谓陶瓷墨水就是含有某种特殊陶瓷粉体的悬浊液或乳浊液，通常包括陶瓷粉体、溶剂、分散剂、结合剂、表面活性剂及其它辅料。利用PÜHLER 纳米研磨机可将无机颜料喷墨技术功能性的陶瓷墨水打印在陶瓷砖上，实现建筑陶瓷的个性化和功能性。

陶瓷墨水通常由无机非金属颜料（色料、釉料）、溶剂、分散剂、结合剂、表面活性剂及其它辅料构成。

陶瓷墨水的成分及其作用

资料来源：博思数据中心整理

喷墨打印技术是建筑陶瓷行业近年来出现的革命性技术,是目前最先进、应用前景最广阔的瓷砖印刷技术。该技术采用全自动电脑数控模式，使用了非接触喷墨打印新工艺,使建筑陶瓷产品具有图案鲜艳亮丽、色彩保真性强等特点。喷墨打印技术在欧洲市场有较为广泛的应用,已成为建筑陶瓷制品主要的印刷方式。

近年来，我国建筑陶瓷市场喷墨打印技术方兴未艾。由于我国陶瓷墨水还主要依赖进口，此在一定程度上阻碍了喷墨打印技术在我国推广。主要原因为：第一，进口陶瓷墨水价格相对昂贵；第二，陶瓷喷墨打印是行业新技术，国内陶瓷厂商普遍缺乏相关知识和人才储备，而国外生产商由于成本、地域跨度、文化差异等因素，无法及时有效地提供相关技术服务支持。

随着成功实现陶瓷墨水生产的国产化，将大大降低陶瓷墨水国内市场价格，并完善国内陶瓷喷墨打印技术服务体系，推动国内市场喷墨打印技术的应用，提高我国建筑陶瓷产品质量。

近几年我国陶瓷墨水行业市场需求呈现逐年上升的趋势，2015年国内陶瓷墨水市场消费量达到3万吨。我国陶瓷墨水市场潜力巨大，随着国内陶瓷墨水技术的加强、市场需求力度加大、上下游产业格局整合，这些发展态势都将会拉动国内陶瓷墨水的市场需求，预计到2020年国内陶瓷墨水需求量将达到8.9万吨。

2015-2020年我国陶瓷墨水行业需求预测分析

资料来源：博思数据中心整理

2010-2015年中国陶瓷墨水制造行业盈利能力分析 年份 资产收益率(%) 销售利润率(%)
) 2010年1-11月 8.48% 7.23% 2011年 11.35% 8.21% 2012年 9.32% 7.23% 2013年
9.35% 7.33% 2015年 9.89% 7.99%

数据来源：博思数据中心整理

从我国陶瓷墨水市场发展来看，我们认为陶瓷墨水今后陶瓷墨水的发展将依照以下三个方向开展。完善陶瓷墨水在亮度强度、彩色范围、印刷质量、均匀性和稳定性等方面的工艺诉求和在降低成本、稳定生产方面的技术探索；推进建筑陶瓷在实现保温、抗菌、光伏、抗静电、抗辐射方面的升级转化，满足市场对建筑陶瓷功能化的需求；通过诸如“热”、“压”、“气”、“湿”、“光”、“辐射”六方面敏感功能墨水对建筑陶瓷的智能妆点，实现智能时代智能陶瓷的价值。

本陶瓷墨水行业研究报告共十三章是博思数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。陶瓷墨水行业研究报告是2015-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，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、博思数据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。

报告揭示了陶瓷墨水灯行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国陶瓷墨水行业做了重点企业经营状况分析，并分析了陶瓷墨水灯行业趋势预测分析。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：

| | |
|----------------|---|
| 第一部分 行业现状 | 1 |
| 第一章 陶瓷墨水综合概述 | 1 |
| 第一节 陶瓷墨水概述 | 1 |
| 一、陶瓷墨水概念 | 1 |
| 二、陶瓷墨水组成要素 | 1 |
| 三、陶瓷墨水分类 | 2 |
| 第二节 陶瓷墨水行业结构分析 | 3 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 一、产业链结构分析 | 3 |
| 二、陶瓷墨水产业链上游分析 | 3 |
| 三、陶瓷墨水产业下游分析 | 4 |
| 第三节 陶瓷墨水行业市场特征分析 | 4 |
| 一、市场规模 | 4 |
| 二、产业关联度 | 5 |
| 三、影响需求的关键因素 | 6 |
| 四、国内和国际市场 | 6 |
| 五、主要竞争因素 | 7 |
| 六、生命周期 | 7 |
| 第二章 2013-2015年中国陶瓷墨水行业市场发展环境分析 | 9 |
| 第一节 2013-2015年中国经济环境分析 | 9 |
| 一、中国GDP增长情况分析 | 9 |
| 二、工业经济发展形势分析 | 12 |
| 三、全社会固定资产投资分析 | 22 |
| 四、城乡居民收入与消费分析 | 30 |
| 五、社会消费品零售总额分析 | 31 |
| 六、对外贸易的发展形势分析 | 34 |
| 六、对外贸易的发展形势分析 | 34 |
| 第二节 2013年中国陶瓷墨水行业社会环境分析 | 50 |
| 一、人口环境分析 | 50 |
| 二、教育环境分析 | 52 |
| 三、文化环境分析 | 53 |
| 四、生态环境分析 | 55 |
| 五、中国城镇化率 | 57 |
| 六、居民的各种消费观念和习惯 | 58 |
| 第三节 2013-2015年中国陶瓷墨水行业政策环境分析 | 64 |
| 一、与陶瓷墨水相关的监管机构 | 64 |
| 二、与陶瓷墨水相关的政策法规 | 65 |
| 三、其陶瓷墨水相关的法律法规 | 67 |
| 四、“十二五”规划对陶瓷墨水行业的影响分析 | 68 |
| 五、“城镇化”对陶瓷墨水行业影响分析 | 69 |

| | |
|------------------------------|----|
| 六、国家对陶瓷墨水行业的规划分析 | 70 |
| 第四节 2013年中国陶瓷墨水行业技术环境分析 | 70 |
| 第三章 全球陶瓷墨水行业发展分析 | 74 |
| 第一节 2011-2015年全球陶瓷墨水行业市场发展分析 | 74 |
| 一、2011-2015年陶瓷墨水市场现状分析 | 74 |
| 二、2011-2015年陶瓷墨水市场结构解析 | 75 |
| 三、2011-2015年陶瓷墨水模式分析 | 76 |
| 四、2011-2015年行业企业分析 | 76 |
| 第二节 2011-2015年主要国家市场分析 | 77 |
| 一、2011-2015年美国陶瓷墨水市场分析 | 77 |
| 二、2011-2015年德国陶瓷墨水市场分析 | 78 |
| 三、2011-2015年英国陶瓷墨水市场分析 | 78 |
| 第四章 2011-2015年中国陶瓷墨水发展现状分析 | 79 |
| 第一节 2011-2015年陶瓷墨水行业发展概况 | 79 |
| 一、2011-2015年中国陶瓷墨水行业的现状 | 79 |
| 二、2011-2015年中国陶瓷墨水行业发展的阶段 | 79 |
| 三、2011-2015年中国陶瓷墨水行业存在的问题 | 80 |
| 第二节 2015年中国陶瓷墨水行业发展状况 | 83 |
| 一、2015年中国陶瓷墨水行业发展机遇 | 83 |
| 二、2015年陶瓷墨水行业发展特点分析 | 84 |
| 三、2015年中国陶瓷墨水行业市场分析 | 86 |
| 四、2015年行业发展趋势 | 87 |
| 第三节 2011-2015年中国陶瓷墨水行业市场供需状况 | 90 |
| 一、2011-2015年行业供给能力 | 90 |
| 二、2011-2015年市场供给分析 | 92 |
| 三、2011-2015年市场需求分析 | 92 |
| 四、2011-2015年产品价格分析 | 94 |
| 第四节 2011-2015年陶瓷墨水行业销售分析 | 95 |
| 一、工业销售产值 | 95 |
| 二、销售收入 | 95 |
| 三、利润率 | 96 |
| 第五章 2010-2013年陶瓷墨水行业经济运行分析 | 97 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 第一节 2010-2013年营运能力分析 | 97 |
| 第二节 2010-2013年偿债能力分析 | 97 |
| 第三节 2010-2013年盈利能力分析 | 97 |
| 第四节 2010-2013年发展能力分析 | 98 |
| 一、2010-2013年资产年均增长率 | 98 |
| 二、2010-2013年利润增长率 | 98 |
| 第六章 2012-2013我国陶瓷墨水行业进出口分析 | 99 |
| 第一节 2012-2013年我国陶瓷墨水进口分析 | 99 |
| 一、2012-2013年进口总量分析 | 99 |
| 二、2012-2013年进口结构分析 | 99 |
| 三、2012-2013年进口区域分析 | 100 |
| 第二节 2012-2013年我国陶瓷墨水出口分析 | 100 |
| 一、2012-2013年出口总量分析 | 100 |
| 二、2012-2013年出口结构分析 | 101 |
| 三、2012-2013年出口区域分析 | 101 |
| 第三节 2015-2020年我国陶瓷墨水进出口预测 | 102 |
| 一、2015-2020年进口预测 | 102 |
| 二、2015-2020年出口预测 | 102 |
| 第二部分 市场竞争格局 | 104 |
| 第七章 2012-2013年陶瓷墨水行业竞争格局分析 | 104 |
| 第一节 2012-2013年行业竞争结构分析 | 104 |
| 一、现有企业间竞争 | 104 |
| 二、潜在进入者分析 | 104 |
| 三、替代品威胁分析 | 105 |
| 四、供应商议价能力 | 105 |
| 五、客户议价能力 | 105 |
| 第二节 2012-2013年行业国际竞争力比较 | 105 |
| 一、生产要素 | 105 |
| 二、需求条件 | 107 |
| 三、支援与相关产业 | 107 |
| 四、政府的作用 | 108 |
| 第三节 2012-2013年主要企业竞争力分析 | 109 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 一、重点企业资产总计分析 | 109 |
| 二、重点企业全年营业收入分析 | 109 |
| 三、重点企业综合竞争力对比分析 | 109 |
| 四、2015-2020年国内外主要企业动向 | 110 |
| 第八章 2015-2020年陶瓷墨水行业企业竞争策略分析 | 111 |
| 第一节 市场竞争策略分析 | 111 |
| 一、2015年市场增长潜力分析 | 111 |
| 二、2015年主要潜力品种分析 | 112 |
| 三、现有企业产品竞争策略分析 | 115 |
| 四、拟进入者竞争策略选择 | 122 |
| 第二节 2015-2020年企业竞争策略分析 | 132 |
| 一、全球经济下行业竞争格局的变化 | 132 |
| 二、2015-2020年行业竞争策略分析 | 132 |
| 三、2015-2020年企业竞争策略分析 | 132 |
| 第九章 2012-2013年中国陶瓷墨水市场竞争格局 | 134 |
| 第一节 2012-2013年中国陶瓷墨水行业市场综述 | 134 |
| 一、2012-2013年陶瓷墨水行业市场规模分析 | 134 |
| 二、2012-2013年市场产品结构分析 | 134 |
| 三、2012-2013年市场渠道分析 | 135 |
| 四、2012-2013年市场竞争格局 | 135 |
| 第二节 2012-2013年行业集中度分析 | 137 |
| 一、2012-2013年市场集中度分析 | 137 |
| 二、2012-2013年企业集中度分析 | 137 |
| 三、2012-2013年区域集中度分析 | 137 |
| 第三节 2015-2020年中国陶瓷墨水行业竞争预测 | 138 |
| 一、2015-2020年市场竞争趋势展望 | 138 |
| 二、2015-2020年集中度分析及预测 | 138 |
| 三、2015-2020年SWOT分析及预测 | 139 |
| 第十章 陶瓷墨水行业国内外重点品牌分析 | 140 |
| 第一节 广东道氏技术股份有限公司(300409) | 140 |
| 一、企业概况 | 140 |
| 二、企业经营情况分析 | 141 |

| | |
|------------------|-----|
| 三、生产基地分析 | 144 |
| 四、企业战略分析 | 144 |
| 第二节 明朝科技开发有限公司 | 145 |
| 一、企业概况 | 145 |
| 二、企业经营情况分析 | 145 |
| 三、企业主要指标分析 | 146 |
| 四、企业战略分析 | 147 |
| 第三节 康立泰釉料公司 | 148 |
| 一、企业概况 | 148 |
| 二、企业经营情况分析 | 149 |
| 三、企业优势分析 | 150 |
| 四、企业战略分析 | 151 |
| 第四节 中国制釉集团（台湾） | 151 |
| 一、企业概况 | 151 |
| 二、企业经营情况分析 | 152 |
| 三、企业现金流量分析 | 152 |
| 四、资产负债分析 | 153 |
| 五、企业损益分析 | 154 |
| 六、企业战略分析 | 156 |
| 第五节 广东三水大鸿制釉有限公司 | 157 |
| 一、企业概况 | 157 |
| 二、企业经营情况分析 | 158 |
| 三、企业专业水平分析 | 159 |
| 四、企业战略分析 | 160 |
| 第六节 佛山市远泰制釉有限公司 | 161 |
| 一、企业概况 | 161 |
| 二、企业经营情况分析 | 161 |
| 三、企业科研实力分析 | 163 |
| 四、企业战略分析 | 163 |
| 第七节 美国FERRO公司 | 163 |
| 一、企业概况 | 163 |
| 二、企业经营情况分析 | 163 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 三、企业兼并重组分析 | 168 |
| 四、企业战略分析 | 169 |
| 第八节 西班牙TORRECID | 169 |
| 一、企业概况 | 169 |
| 二、企业经营情况分析 | 170 |
| 三、分公司分析 | 170 |
| 四、企业战略分析 | 171 |
| 第九节 艾斯马格拉斯-意达加 | 171 |
| 一、企业概况 | 171 |
| 二、企业经营情况分析 | 172 |
| 三、企业发展分析 | 172 |
| 四、企业战略分析 | 172 |
| 第十节 意大利的COLOROB-BIA | 173 |
| 一、企业概况 | 173 |
| 二、企业经营情况分析 | 173 |
| 三、企业发展分析 | 174 |
| 四、企业战略分析 | 175 |
| 第十一章 2015-2020年陶瓷墨水行业发展预测 | 176 |
| 第一节 2015-2020年陶瓷墨水行业发展趋势 | 176 |
| 一、2015-2020年行业发展趋势分析 | 176 |
| 二、2015-2020年行业政策趋向 | 176 |
| 三、2015-2020年行业技术趋向 | 177 |
| 第二节 2015-2020年陶瓷墨水行业市场前景分析 | 177 |
| 一、2012-2013陶瓷墨水行业市场回顾 | 177 |
| 二、2015-2020年陶瓷墨水行业发展潜力 | 180 |
| 三、2015-2020年陶瓷墨水行业趋势预测 | 181 |
| 第三节 2015-2020年陶瓷墨水行业供需预测 | 181 |
| 一、2015-2020年陶瓷墨水行业供给预测 | 181 |
| 二、2015-2020年陶瓷墨水行业需求预测 | 182 |
| 三、2015-2020年陶瓷墨水价格预测 | 182 |
| 第四节 2015-2020年陶瓷墨水贸易预测 | 183 |
| 一、2015-2020年陶瓷墨水行业进口预测 | 183 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 二、2015-2020年陶瓷墨水行业出口预测 | 183 |
| 第四部分 投资规划建议研究 | 184 |
| 第十二章 2015-2020年陶瓷墨水行业投资机会与风险 | 184 |
| 第一节 2012-2013陶瓷墨水行业投资分析 | 184 |
| 一、2012-2013年总体投资及结构 | 184 |
| 二、2012-2013年投资规模情况 | 184 |
| 三、2012-2013年投资增速情况 | 185 |
| 四、2012-2013年分地区投资分析 | 185 |
| 五、2012-2013年外商投资情况 | 186 |
| 第二节 2015-2020年陶瓷墨水行业投资效益分析 | 186 |
| 一、2012-2013陶瓷墨水行业投资状况分析 | 186 |
| 二、2015-2020年陶瓷墨水行业投资效益分析 | 187 |
| 三、2015-2020年陶瓷墨水行业的投资方向 | 187 |
| 第三节 影响陶瓷墨水行业发展的主要因素 | 188 |
| 一、2015-2020年影响陶瓷墨水行业运行的有利因素分析 | 188 |
| 二、2015-2020年影响陶瓷墨水行业运行的稳定因素分析 | 188 |
| 三、2015-2020年影响陶瓷墨水行业运行的不利因素分析 | 189 |
| 四、2015-2020年我国陶瓷墨水行业发展面临的挑战分析 | 189 |
| 五、2015-2020年我国陶瓷墨水行业发展面临的机遇分析 | 189 |
| 第四节 陶瓷墨水行业投资前景及控制策略分析 | 190 |
| 一、2015-2020年陶瓷墨水行业市场风险及控制策略 | 190 |
| 二、2015-2020年陶瓷墨水行业政策风险及控制策略 | 190 |
| 三、2015-2020年陶瓷墨水行业经营风险及控制策略 | 191 |
| 四、2015-2020年陶瓷墨水同业竞争风险及控制策略 | 191 |
| 五、2015-2020年陶瓷墨水行业其他风险及控制策略 | 192 |
| 第十三章 2015-2020年陶瓷墨水行业投资规划建议研究 | 193 |
| 第一节 2015-2020年陶瓷墨水行业发展战略研究 | 193 |
| 一、2015-2020年战略综合规划 | 193 |
| 二、2015-2020年业务组合战略 | 193 |
| 三、2015-2020年区域战略规划 | 194 |
| 四、2015-2020年产业战略规划 | 194 |
| 五、2015-2020年营销品牌战略 | 194 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 六、2015-2020年竞争战略规划 | 196 |
| 第二节 2015-2020年对陶瓷墨水品牌的战略思考 | 199 |
| 一、企业品牌的重要性 | 199 |
| 二、陶瓷墨水实施品牌战略的意义 | 202 |
| 三、陶瓷墨水企业品牌的现状分析 | 202 |
| 四、陶瓷墨水企业的品牌战略 | 203 |
| 五、陶瓷墨水品牌战略管理的策略 | 204 |
| 第三节 2015-2020年陶瓷墨水行业投资规划建议研究 | 205 |
| 一、2015年陶瓷墨水行业投资规划建议 | 205 |
| 二、2015-2020年陶瓷墨水行业投资规划建议 | 205 |
| 三、2015-2020年细分行业投资规划建议 | 206 |
| 第四节 研究结论与建议 | 206 |
| 一、研究结论 | 206 |
| 二、建议 | 20 |

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1506/383827QVSO.html>