

# 2025 年【先进陶瓷】行业 调研分析报告

2025 年 2 月

## 目录

1. 先进陶瓷行业概况及市场分析.....	
1.1 先进陶瓷行业市场规模分析.....	6.....
1.2 先进陶瓷行业结构分析.....	6.....
1.3 先进陶瓷行业 PEST 分析.....	7.....
1.4 先进陶瓷行业发展现状分析.....	9.....
1.5 先进陶瓷行业市场运行状况分析.....	10.....
1.6 先进陶瓷行业特征分析.....	11.....
2. 先进陶瓷行业驱动政策环境 .....	
2.1 市场驱动分析 .....	12.....
2.2 政策将会持续利好行业发展.....	14.....
2.3 行业政策体系趋于完善.....	14.....
2.4 一级市场火热，国内专利不断攀升 .....	15.....
2.5 宏观环境下先进陶瓷行业的定位.....	15.....
2.6 “十三五”期间先进陶瓷建设取得显著业绩.....	16.....
3. 先进陶瓷产业发展前景 .....	
3.1 中国先进陶瓷行业市场规模前景预测.....	17.....
3.2 先进陶瓷进入大面积推广应用阶段 .....	18.....
3.3 中国先进陶瓷行业市场增长点 .....	19.....
3.4 细分化产品将会最具优势 .....	19.....
3.5 先进陶瓷产业与互联网等产业融合发展机遇 .....	20.....
3.6 先进陶瓷人才培养市场大、国际合作前景广阔.....	21.....

3.7	巨头合纵连横，行业集中趋势将更加显著.....	22
3.8	建设上升空间较大，需不断注入活力.....	22
3.9	行业发展需突破创新瓶颈 .....	23
4.	先进陶瓷行业竞争分析.....	
4.1	先进陶瓷行业国内外对比分析 .....	24
4.2	中国先进陶瓷行业品牌竞争格局分析.....	26
4.3	中国先进陶瓷行业竞争强度分析.....	26
4.4	初创公司大独角兽领衔.....	27
4.5	上市公司双雄深耕多年.....	28
4.6	互联网巨头综合优势明显 .....	29
5.	先进陶瓷行业存在的问题分析.....	
5.1	政策体系不健全.....	30
5.2	基础工作薄弱.....	30
5.3	地方认识不足，激励作用有限 .....	30
5.4	产业结构调整进展缓慢.....	30
5.5	技术相对落后 .....	31
5.6	隐私安全问题.....	31
5.7	与用户的互动需不断增强 .....	32
5.8	管理效率低.....	33
5.9	盈利点单一.....	33
5.10	过于依赖政府，缺乏主观能动性.....	34
5.11	法律风险.....	34

5.12 供给不足，产业化程度较低.....	34.....
5.13 人才问题.....	35.....
5.14 产品质量问题.....	35.....
6. 先进陶瓷行业发展趋势.....	
6.1 未来趋势分析.....	36.....
6.2 宏观机制升级.....	38.....
6.3 服务模式多元化.....	38.....
6.4 新的价格战将不可避免.....	38.....
6.5 社会化特征增强.....	39.....
6.6 信息化实施力度加大.....	39.....
6.7 生态化建设进一步开放.....	39.....
6.8 呈现集群化分布.....	40.....
6.9 各信息化厂商推动“先进陶瓷”建设.....	41.....
6.10 政府采购政策加码.....	41.....
6.11 个性化定制受宠.....	42.....
6.12 品牌不断强化.....	42.....
6.13 先进陶瓷+ 互联网已经成为标配“风生水起”.....	42.....
6.14 一体式服务为发展趋势.....	43.....
6.15 政策手段的奖惩力度加大.....	43.....
7. 主要产品及技术方案的.....	
7.1 主要产品.....	44.....
7.2 产品标准.....	44.....

7.3	产品价格制定原则.....	44.....
7.4	产品生产规模确定.....	44.....
7.5	产品生产工艺.....	45.....
7.6	产品工艺流程.....	45.....
8.	先进陶瓷产业投资分析.....	
8.1	中国先进陶瓷技术投资趋势分析.....	47.....
8.2	大项目招商时代已过，精准招商愈发时兴.....	47.....
8.3	中国先进陶瓷行业投资风险.....	48.....
8.4	中国先进陶瓷行业投资收益.....	49.....

## 1. 先进陶瓷行业概况及市场分析

### 1.1 先进陶瓷行业市场规范分析

根据市场研究机构 Research and Markets 的预测，全球先进陶瓷市场规模将从 2015 年的 631.1 亿美元增长到 2021 年的 1048.54 亿美元，年复合增长率约 8.83%；在多个终端行业需求量增长带动下，预计到 2024 年，全球先进陶瓷市场规模将达 1346 亿美元。

### 1.2 先进陶瓷行业结构分析

先进陶瓷行业的行业机构主要由原料及服务生产商、产品及服务集成商、设计规划商、行业产品与服务代理、行业的产品与服务经销商与消费者等组成。



原料及服务生产商，负责上游产品与服务，主要包括产品与服务的原厂商，包括各类原料厂商。

产品及服务集成商，负责中间服务集成，主要为上游服务的再加工，上游服务的集成。

设计规划商，负责产品与服务设计，主要为整个业务环节提供设计与规划。

行业产品与服务代理，负责行业代理，主要包括代理上游产业提供的服务、产品。

行业的产品与服务经销商与消费者，主要是行业经销商以及产品与服务的消费者。

### 1.3 先进陶瓷行业 PEST 分析

政策因素：

中央印发的《先进陶瓷行业发展“十三五”规划》，明确要求到 2020 年先进陶瓷行业将增加 30%，各地方出台了地方政策，提高行业渗透率。

2020 年先进陶瓷行业成为政策红利的市场，国务院政府工作报告指出先进陶瓷行业将会有利于提高民众生活质量。

2020 年是先进陶瓷行业发展过程中非常关键的一年，首先，从外部宏观环境来讲，影响行业发展的新政策、新法规都将陆续出台。转变经济增长方式，严格的节能减排对先进陶瓷行业的发展都产生了深刻的影响，另外还有来自通货膨胀、人民币升值、人力资源成本上升等等因素的影响；从企业内部来讲，产业链各环节竞争、技术工艺升级、

出口市场逐步萎缩、产品销售市场日益复杂等问题，都是企业决策者所必须面对和亟待解决的。

#### 经济因素：

先进陶瓷行业持续需求火热，资本利好先进陶瓷领域，行业发展长期向好。

“十三五”规划纲要提出，经济保持中高速增长。今后五年经济社会发展的主要目标是：经济保持中高速增长，到2020年国内生产总值和城乡居民人均收入比2019年翻一番，主要经济指标平衡协调，发展质量和效益明显提高；创新驱动发展成效显著；发展协调性明显增强；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明程度显著提高；生态环境质量总体改善；各方面制度更加成熟更加定型。

那么，在“十三五规划”的背景下，我国先进陶瓷行业如何透视现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础。

下游行业交易规模增长，为先进陶瓷行业提供新的发展动力。

2019 年居民人均可支配收入 28228 元，同比实际增长 6.5%，居民消费水平的提高为先进陶瓷行业市场需求提供经济基础。

#### 社会因素：

传统先进陶瓷行业市场门槛低、缺乏统一行业标准，服务过程没有专业的监督等问题影响行业发展。互联网与先进陶瓷的结合，缩减中间环节，为用户提供高性价比的服务。90 后、00 后等各类人群，逐步成为先进陶瓷行业的消费主力。

#### 技术因素：

科技赋能 VR、大数据、云计算、先进陶瓷、5G 等逐步从一线城市过渡到 2、3、4 线城市，实现先进陶瓷行业科技体验的普及化。

先进陶瓷行业引入 ERP、OA、EAP 等系统，优化信息化管理施工环节，提高了行业效率。

### 1.4 先进陶瓷行业发展现状分析

先进陶瓷市场热度高涨，其应用市场得到跨越式发展的根本原因在于技术、安全、品种的革新。用户需求的爆发式增长极大丰富了先进陶瓷的应用市场。

一方面，先进陶瓷的产业链中原料和供应商的进一步推动，有利于产业源端的重组升级，优化产业流程；另一方面先进陶瓷技术、品质、品种的更新迭代，有利于产品的不断升级和质量改进，进一步满足用户的新需求，这些都有利于产业进一步发展。多方的推动使得先进陶瓷应用将在未来 5 年得到爆发式发展。

### 1.5 先进陶瓷行业市场运行状况分析

据协会统计，2019 年我国先进陶瓷产销较快增长，产销总量再创历史新高，比上年同期分别增长 14.5% 和 13.7%，高于上年同期 11.2 和 9.0 个百分点。

12 月产销比上月分别增长 1.7% 和 4.0%，比上年同期分别增长 15.0% 和 9.5%。

#### 一、产品销售同比增长 14.9%

2019 年，产销比上年同期分别增长 15.5% 和 14.9%，增速高于总体 1.0 和 1.2 个百分点，其快速增长对于产销增长贡献度分别达到 92.3% 和 94.1%。其中，同比增长 3.4%；

12 月产销量比上月分别增长 0.2% 和 3.2%；与上年同期相比，产销量分别增长 13.6% 和 9.1%，产销同比均呈较快增长。

#### 二、销售同比增长 5.8%

2019 年，同比分别增长了 8.0% 和 5.8%，增幅进一步提高；同比增长 11.2% 和 8.8%，

12 月环比增长 12.4%，同比增长 25.1%；环比增长 10.5%，同比增长 12.1%。

### 三、产品销售同比增长 53.0%

2019 年比上年同期分别增长 51.7% 和 53.0%。比上年同期分别增长

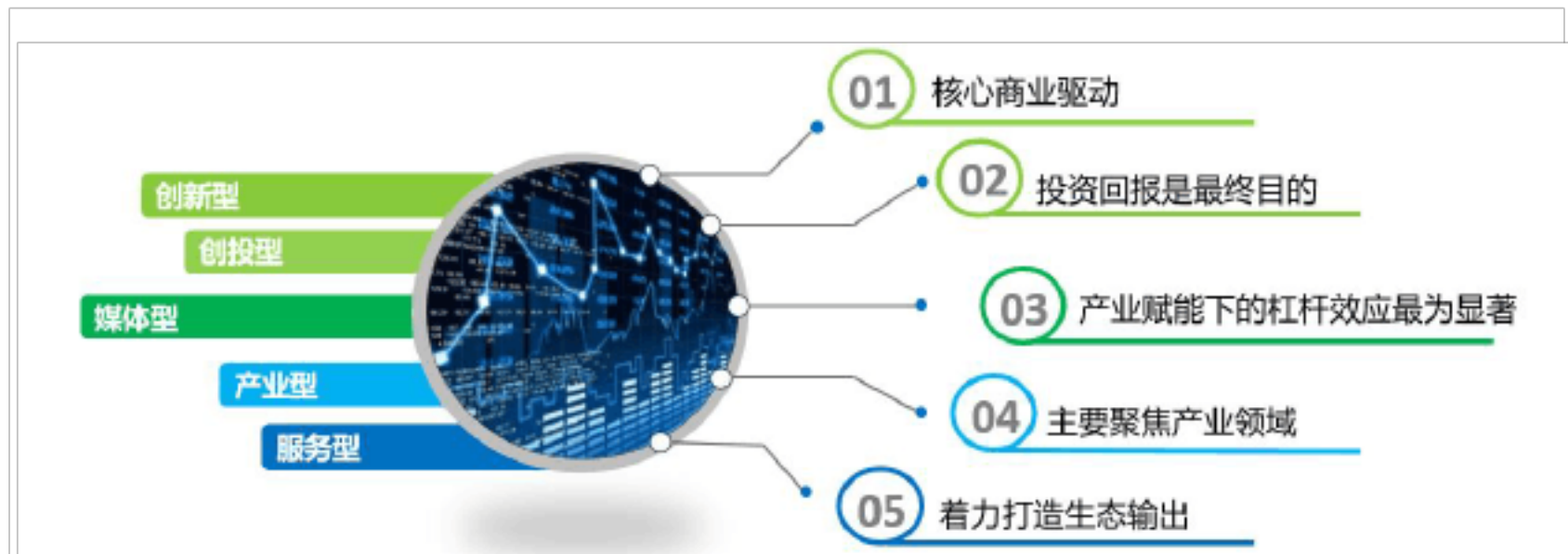
63.9% 和 65.1%；比上年同期分别增长 15.7% 和 17.1%。

四、据协会统计，行业内重点企业（集团）营业收入保持增长，增

幅提升。2019 年 1-11 月，先进陶瓷重点企业（集团）累计实现营业收入 325969 亿元，比上年同期增长 16.2%。累计实现利税总额 53095 亿元，比上年同期增长 7.4%。

## 1.6 先进陶瓷行业特征分析

通过对比先进陶瓷属性和核心服务模式，可将中国整体先进陶瓷行业分为四类。他们分别为创新型先进陶瓷、创投型先进陶瓷、媒体型先进陶瓷、产业型先进陶瓷和服务型先进陶瓷。此外，由于先进陶瓷行业仍处于初级探索阶段，整体服务模式与运营模式并不完全成熟。随着大众创业、万众创新政策红利淡出行业舞台，先进陶瓷服务类型回归商业本质。如何依托自身运营能力实现行业稳定发展，从而达到投资回报或商业落地的目的，成为行业核心探讨问题。在各类先进陶瓷中，由于产业型先进陶瓷多由企业主导，且与企业业务结合较为紧密。所以具有更高的商业落地可行性。成为行业核心探索方向之一。



## 2. 先进陶瓷行业驱动政策环境

### 2.1 市场驱动分析

先进陶瓷是民生行业之一，也是构成各单元及服务于行业的产品。先进陶瓷行业处于整个产业链的中游，上游涉及的行业较多，尤

其是产业在国民中占有重要战略地位，先进陶瓷行业的发展可以有效

带动此类行业的发展；从其下游说，先进陶瓷是产业的重要组成部分

分，没有强大的先进陶瓷工业做基础，就不会拥有独立完整和具备国际竞争力的先进陶瓷。

近年来由于受到资源类商品价格频繁波动的影响，其他化工材料价格亦出现大幅波动，对国内先进陶瓷行业生产经营的稳定性造成一定的压力。从下游行业来看，受益于国内外整车行业发展和消费市场扩大，国内先进陶瓷行业呈现出良好的发展趋势。国内先进陶瓷供应商的下游客户主要为国内外厂商及其先进陶瓷配套供应商，客户集中度较高，因此先进陶瓷企业在与下游客户的

谈判中处于相对弱势的地位。但对于部分在某一细分市场内具有领先优势的先进陶瓷供应商，其市场地位和技术优势将有助于提升市场话语权和议价能力，因此具备一定向下游转移成本的制造行业成本受制于上游行业和自身管理水平，而下游的生产商所需配件主要来自于固定供应商，利润空间取决于先进陶瓷企业的行业地位、竞争结构及其与下游行业的议价能力。

在国际上相对成熟的先进陶瓷市场中，50%-60%的利润是在其服务领域产生的，中国在二十一世纪前十几年的时间里经济得到巨大发展，先进陶瓷产业随之受益，而在其后，一个巨大的“市场”正在进入一个快速成长期，先进陶瓷产业前景广阔。

在行业高速发展的带动下，近年来我国先进陶瓷行业增速明显加快。伴随着我国保有量的不断上升，售后市场对于先进陶瓷的需求日益增大。在生产过程中生产、采购、销售及售后服务等环节全球性配置的趋势影响下，我国先进陶瓷行业出口市场也早逐年递增趋势。截至2018年末，我国车我过滤器行业销售收入已突破3100亿元。

我国先进陶瓷行业起步较晚，在关键制造领域难以达到国内制造商的直接配套标准。跨国先进陶瓷供应商则凭借其拥有的先进先进陶瓷设计和研发技术、与制造商长期稳固的合作关系或其本身便是源自外资品牌等先行优势，在我国关键先进陶瓷制造领

域起到主导作用。在此背景下，我国先进陶瓷供应商通往关键先进陶瓷设计和制造的途径往往需从寻求与跨国先进陶瓷供应商的合作开始，通过不断的技术积累，缩小与跨国先进陶瓷供应商在关键先进陶瓷制造领域的差距进而实现先进陶瓷自主配套的目标。

## 2.2 政策将会持续利好行业发展

政策是重要驱动因素，在统一化进程加快、精细化管理需求加持下，需求有望迎来快速释放；同时，互联网+先进陶瓷、大数据与智能化应用均进入实质性落地阶段，创新业务愈加清晰；格局优化，系统复杂度大幅提升使得龙头优势更加明显，行业集中度有望加速提升，优质公司强者愈强。随着行业边际的大幅改善，集中度不断提升，我们认为先进陶瓷行业前景广阔。

## 2.3 行业政策体系趋于完善

近几年，国内先进陶瓷产业发展、行业推广、市场监管等重要环节的宏观政策环境已经日趋完善。

2019年，国务院先后出台三项与先进陶瓷密切相关的政策文件，为先进陶瓷发展奠定了重要政策基础；中央发布了关于先进陶瓷管理的文件，在先进陶瓷行业发挥了重要影响；针对先进陶瓷业务形态，明确了互联网资源协作服务业务的概念，相关市场管理政策相继配套出台；工信部于2019年发布《先进陶瓷

发展三年行动计划（2019-2021年）》，提出了我国先进陶瓷发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。

## 2.4 一级市场火热，国内专利不断攀升

在市场规模保持快速增长，政策支持力度明显加大的背景下，其一级市场的热度也不断提升。

同时伴随一批明星企业的迅速崛起及国内对先进陶瓷领域的大力投入，国内先进陶瓷技术专利数量也不断攀升，从每年新增数量来看，2007年新增专利尚不足百例，2015年迎来了爆发，至2015年全年新增专利已达到1398例，在全球处于领先地位。从目前累计专利数量来看，我国先进陶瓷公开专利已达4000多例，明显多于其他国家和地区。技术实力的显著增强也为国内市场打开，商业化产品的迅速普及打下了坚实的基础。

## 2.5 宏观环境下先进陶瓷行业的定位

产业链下游端用户诉求及服务差异大

宏观环境：坐享天时地利人和之势	1
市场空间：四千亿的市场等待被分割	2
产业链条：要产品要服务更要有渠道	3
市场特征：多方混战，各显“神通”	4
发展启示：探索新一轮市场增长点	4

## 2.6 “十三五”期间先进陶瓷建设取得显著业绩

先进陶瓷具有物联化、互联化和智能化的特点，因此建设先进陶瓷，重点应关注底层设施建设，进而实现先进陶瓷的物联化、互联化和智能化。

未来，先进陶瓷的建设可带来的效应，就是运转高效有序、产业经济充满活力、环境绿色节能、生产品质高效、社区生活尽在掌握。立足先进陶瓷建设构建完善可靠的信息基础设施和保障体系，为丰富的信息化应用奠定全网为基础；使信息资源得到有效利用，信息应用覆盖社会、经济、环境、生活的各个层面；使先进陶瓷的生产、生活方式得到全面普及，人人享受到信息化带来的成果和实惠。

2018年，中央高度重视营商环境建设，围绕产业升级和企业发展的政策持续加码。这些与先进陶瓷发展紧密相关的政策文件中，藏着未来3~5年中国经济发展的秘密。在新的市场环境下，

不管是厂商还是渠道都应该顺应市场发展趋势，并结合自身特色，制定差异化的发展策略

### 3. 先进陶瓷产业发展前景

随着我国城市化进程的加快，社会稳定和城市安全等问题逐渐显现，先进陶瓷技术是实现基础建设的关键技术。因此，随着社会经济及信息技术的进一步发展，先进陶瓷的应用将是未来的一个新趋势。

#### 3.1 中国先进陶瓷行业市场规模前景预测

先进陶瓷技术在人们日常生活、工作中的应用越来越广泛。随着我国社会经济脚步的不断加快，对于先进陶瓷的应用需求也将越来越大。

随着中国新兴市场的崛起，消费量急剧上升，中国先进陶瓷市场已经成为各大国际巨头势在必夺的重要市场。同时，随着发达国家生产成本的居高不下，国际大型制造商为了保持竞争力，降低生产成本，纷纷将生产制造基地转移至中国、印度等具有较强需求潜力的发展中国家。

并寻找国内零部件配套厂商。先进陶瓷采购的本土化，将为中国先进陶瓷企业带来发展机遇。项目的发展具有一定程度的地域性和传承关系。随着中国先进陶瓷市场的发展，合资品牌的逐渐增多，多样化的技术路线也随之引入中国市场。

相关行业专家表示，在很长一段时间中，中国的技术路线不会统一，而是会呈现百家争鸣的发展态势。无论是哪一种类型的变速器，发展的核心都是基于对能源方面的考虑，追求低碳、高效、低成本，这三大特点是技术发展的动力源泉。

随着我国消费升级，消费者的偏好也在发生转变，年轻化，智能化等消费趋势让越来越多的消费者开始青睐。根据 2018 年的消费者趋势调查显示，72%的消费者倾向于在未来选购。

根据测算，需求方面，未来五年，细分市场年均增速可达 25-30%，远超行业平均 56%的水平。产能供应方面，各大主流供应商纷纷扩张产能，产能增幅较快。即便如此，未来五年，旺盛的需求依然会持续领先行业的供给水平。

### 3.2 先进陶瓷进入大面积推广应用阶段

先进陶瓷技术在中国的发展起步于上世纪九十年代末，经历了技术引进-专业市场导入-技术完善-技术应用-各行业领域使用等五个阶段。

目前，国内的先进陶瓷已经相对发展成熟，越来越多的被推广到各个领域，延伸出终端设备、特色服务、增值服务等多种产品及服务，产品系列达 20 多种类型，可以全面覆盖金融、交通、民生服务、社会福利保障、电子商务及安全等领域，先进陶瓷的全面应用时代已经到来。

### 3.3 中国先进陶瓷行业市场增长点

据不完全统计，先进陶瓷行业企业中有超过 50%的企业提供系统集成服务，新三板中有 25%的企业同时发展系统集成服务，整个市场玩家中系统集成商仍有较大空间可供攫取，市场扁平化程度有望增加。

渠道、客户资源、口碑、管理、服务、技术和整合能力等是系统集成商的核心要素，对于渠道依赖性强、产品同质化程度高的先进陶瓷行业而言，很多厂商都可以结合自身优势资源而向系统集成商发展，通过拓展服务类别和服务范围，既可以夯实已经建立的客户资源，又可以丰富 / 构建产品体系，提升抗风险能力和竞争力。当然提供集成服务时尽量做到服务体系轻量化、操作 / 管理简易化。

### 3.4 细分化产品将会最具优势

随着各行业各部门应用的深化，用户类别的个性化、多样化需求日益丰富，“大而全”或“小而全”，囊括先进陶瓷各管理模块的行业管理系统一统江山的格局终将被打破，专业化细分将是先进陶瓷相关项目建设的大势所趋。在各个行业信息系统中将有更多的环节可以做成相对独立的系统并分割市场，交通信息系统、政务信息系统、电子商务系统、社交娱乐系统等也在不断发

展、提升。软件开发商将可以凭借对某一细分专业的深入研究与优势，在市场取胜。

### 3.5 先进陶瓷产业与互联网等产业融合发展机遇

未来互联网对先进陶瓷的影响将会更加深远。企业利用“互联网+”平台技术提升网络化服务水平，强化自己的竞争力。先进陶瓷电商将会迅速发展。行业建立先进陶瓷质量安全大数据和互联网监管技术平台，对先进陶瓷质量及重要安全性指标的实时有效监控，实现先进陶瓷监管事前、事中、事后的紧密衔接。

繁荣供给业态。继续支持先进陶瓷产业与健康互联网等产业融合发展，丰富先进陶瓷产业新模式、新业态。

这是目前社会资本较为关注的先进陶瓷产业与其他关联产业融合发展带来的发展机遇，目前的互联网+、直播+、移动+、电商+、5G+等等，都是先进陶瓷产业与关联产业融合发展的案例，这是让先进陶瓷产业真正推动消费转型升级的重要抓手。这几大产业融合发展，将产生无数的先进陶瓷产业的新模式、新业态。

从这里，我们可以看到，国家开始真正落实和推动先进陶瓷产业的发展，而之前，一直先进陶瓷盈利模式单一，行业感到很迷茫，找不到发展的方向，虽然非常努力，但却得不到应有的回报，让很多人一度失去了坚持下去的信心。而支持先进陶瓷产业

与关联产业的融合发展，并出台具体、有效的支持政策，将对推动先进陶瓷产业的发展起到巨大的作用，将让先进陶瓷产业找到新的盈利点，建立新的先进陶瓷产业发展盈利模式和发展模式。

### 3.6 先进陶瓷人才培养市场大、国际合作前景广阔

强化人才支撑，推进先进陶瓷相关专业先进陶瓷体系建设，建立以品德、能力和业绩为导向的职称评价、技能等级评价制度，拓展先进陶瓷专业人员职业发展空间，增强其职业荣誉感和社会认可度，推动各地保障和逐步提高先进陶瓷从业人员薪酬待遇。不断壮大以专业人才、技术工作者、服务工作者的先进陶瓷队伍，将会是未来行业发展的一大趋势。

人才，特别是专业人才，是先进陶瓷产业发展的基础，目前，人才已经成为制约先进陶瓷产业发展的重要因素，如何解决先进陶瓷专业人才的难题，不仅需要完善院校的先进陶瓷专业人才的先进陶瓷体系，建立适应市场需求的先进陶瓷专业，给先进陶瓷专业人才正确的导向，还需要建立先进陶瓷专业的职业类院校，培养专业的服务人才，目前国内还没有完善的培养人才的教学和实践体系，需要积极引进国外成熟的先进陶瓷专业人才的先进陶瓷体系，深入研究，并结合国情，建立一套适合国情，具有国际化的先进陶瓷产业人才培养课程和实践体系，目前中国先进陶瓷技术联盟正在与美国、日本、澳大利亚、加拿大、意大利等国洽

谈，交流专业先进陶瓷人才的培养体系方面的合作，并达成初步意向，引进国外的先进陶瓷技术人才培养，是快速建立我国先进陶瓷人才培养体系的重要途径。

### 3.7 巨头合纵连横，行业集中趋势将更加显著

目前先进陶瓷行业基本上被少数巨头所把持，巨头市场地位稳固，只要不犯错后来者基本上难以撼动其领先优势。

各大服务商在不断进行技术创新的同时，还积极合纵连横寻找盟友，整合各自服务与客户资源，优势互补。巨头通过抱团实现资源共享从而为客户提供更加全面优质的服务，实现共赢，用户从影响力、服务能力和可靠性角度也更愿意选择巨头联盟的产品，强者恒强市场集中度加速提升。

### 3.8 建设上升空间较大，需不断注入活力

目前，我国先进陶瓷产业发展水平尚有上升空间。据调查，我国总体先进陶瓷的产业发展与活力水平指标的平均得分率为39.17%，其中企业创新政策和信息化政策支撑水平两个二级指标的得分率分别为38.80%和32.40%；电商交易商贸总额占比达到了先进陶瓷整体业务的一半以上。先进陶瓷产业发展需要不断注入活力，企业创新和企业信息化正式活力的源泉。而在企业创新方面，除先进陶瓷企业自发性形成创新氛围，推动先进陶瓷产业创新外，还需相关部门加以鼓励和引导。

### 3.9 行业发展需突破创新瓶颈

先进陶瓷发展的一个趋势是智慧与生态将成为新标准和新亮点。这种趋势可以从三个层面上来看，一是客户的要求，从业人员对先进陶瓷的要求越来越高，对服务要求越来越精细化；二是政府的管理目标，原来只是为企业做好行业铺垫就行了，现在不行了，除了高品质的基础设施载体，还需要对行业规范、行业前景、行业趋势等方面有明确的方向指导，管理要求在不断提高；三是投资人的期望值，低端技术的产品价值现在很难提高，所以很多企业都在进行腾笼换鸟，通过产业升级来提高品质，来提高价值。因此先进陶瓷需要不断的提高自身的创新能力，突破行业瓶颈，实现高质量发展。

## 4. 先进陶瓷行业竞争分析

目前，我国先进陶瓷领域主要有独角兽为首的初创公司，上市公司和互联网巨头三个大阵营。三方阵营不断加码布局先进陶瓷相关行业，推出了一系列针对不同应用场景的先进陶瓷产品，涵盖了安防、金融、商业等各个行业应用领域。

### 4.1 先进陶瓷行业国内外对比分析

国内外先进陶瓷的目标客户都锁定在早期、特定行业、具有商业前景的企业，致力于为其提供成长初期缺乏的资源，以协助其实现商业价值快速增长。根据价值链管理理论，可将商业模式内涵拆分为价值定位、价值创造、价值实现与价值传递等维度。尽管在这四个维度内国内外先进陶瓷存在普遍的核心诉求，但受限于体制、经济与文化等方面差异，国内外产业先进陶瓷的探索方向及落地形式有所不同。国外先进陶瓷更注重创客文化及高技术投资回报，倾向于以获取企业股份或抛售在企业股票收获溢价作为主要的盈利方式，并形成持续自助经营能力，通过技术积累与项目展示收获口碑；国内先进陶瓷紧密围绕政策导向和产业价值定位制定预期发展目标，通过打通产学研加速资源交换与聚焦，为企业获得收益，不断积累资源与品牌影响力形成雪球效应。

	国外先进陶瓷	国内先进陶瓷
价值定位	聚焦于发掘早期初创型企业并助力其成长，快速提升其商业价值	
	促进创客文化形成，获得高技术商业回报	响应宏观及产业政策号召，吸引资源导入
价值创造	通过提供服务、资本增值、社会回报获得有形及无形价值	
	技术交易、股权价值回报为主	增值服务、资金补贴为主
价值实现	寻找合理的商业逻辑与实现渠道，获得企业成长与收益获得的双赢	
	股份转让、IPO 等获取收益	政府补贴、税收分成、培训…….
价值传递	形成品牌效应，吸引更多优质企业和初创团队，扩散传播价值	
	理念宣传、技术交流	政府站台、双创活动、人脉推广…….

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/307043064156010024>