

陶瓷基体行业洞察报告及未来 五至十年预测分析报告

目录

前言	3
一、陶瓷基体行业政策背景	3
(一)、政策将会持续利好陶瓷基体行业发展	3
(二)、陶瓷基体行业政策体系日趋完善	4
(三)、陶瓷基体行业一级市场火热,国内专利不断攀升	4
(四)、宏观经济背景下陶瓷基体行业的定位	5
二、陶瓷基体行业政策环境	5
(一)、政策持续利好陶瓷基体行业发展	5
(二)、陶瓷基体行业政策体系日趋完善	6
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升	6
(四)、宏观环境下陶瓷基体行业定位	7
(五)、“十三五”期间陶瓷基体业绩显著	7
三、2023-2028 年陶瓷基体企业市场突破具体策略	8
(一)、密切关注竞争对手的策略,提高陶瓷基体产品在行业内的竞争力	8
(二)、使用陶瓷基体行业市场渗透策略,不断开发新客户	8
(三)、实施陶瓷基体行业市场发展战略,不断开拓各类市场创新源	9
(四)、不断提高产品质量,建立覆盖完善的服务体系	9
(五)、实施线上线下融合,深化陶瓷基体行业国内外市场拓展	9
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略	9
四、陶瓷基体企业战略选择	10
(一)、陶瓷基体行业 SWOT 分析	10
(二)、陶瓷基体企业战略确定	11
(三)、陶瓷基体行业 PEST 分析	11
1、政策因素	11
2、经济因素	12
3、社会因素	13
4、技术因素	13
五、陶瓷基体产业未来发展前景	13
(一)、我国陶瓷基体行业市场规模前景预测	14
(二)、陶瓷基体进入大规模推广应用阶	14
(三)、中国陶瓷基体行业的市场增长点	14
(四)、细分陶瓷基体产品将具有最大优势	15
(五)、陶瓷基体行业与互联网等行业融合发展机遇	15
(六)、陶瓷基体人才培养市场广阔,国际合作前景广阔	16
(七)、陶瓷基体行业发展需要突破创新瓶颈	17
六、陶瓷基体行业存在的问题分析	18
(一)、基础工作薄弱	18
(二)、地方认识不足,激励作用有限	18
(三)、产业结构调整进展缓慢	18
(四)、技术相对落后	19
(五)、隐私安全问题	19
(六)、与用户的互动需不断增强	20

(七)、管理效率低.....	20
(八)、盈利点单一.....	21
(九)、过于依赖政府,缺乏主观能动性.....	21
(十)、法律风险.....	21
(十一)、供给不足,产业化程度较低.....	22
(十二)、人才问题.....	22
(十三)、产品质量问题.....	22
七、关于“十四五”陶瓷基体业发展战略规划的建议.....	23
(一)、陶瓷基体业“十四五”战略规划简介.....	23
1、陶瓷基体业的社会化.....	23
2、大规模的陶瓷基体业.....	24
(二)、“十四五”期间陶瓷基体业的市场应用方向.....	24
(三)、十四五”期间陶瓷基体业的发展重点.....	25
八、陶瓷基体行业多元化趋势.....	25
(一)、宏观机制升级.....	25
(二)、服务模式多元化.....	25
(三)、新的价格战将不可避免.....	26
(四)、社会化特征增强.....	26
(五)、信息化实施力度加大.....	26
(六)、生态化建设进一步开放.....	27
1、内生发展闭环,对外输出价值.....	27
2、开放平台,共建生态.....	27
(七)、呈现集群化分布.....	27
(八)、各信息化厂商推动陶瓷基体发展.....	28
(九)、政府采购政策加码.....	29
(十)、个性化定制受宠.....	29
(十一)、品牌不断强化.....	29
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起“.....	30
(十三)、一体式服务为发展趋势.....	30
(十四)、政策手段的奖惩力度加大.....	30
九、陶瓷基体成功突围策略.....	31
(一)、寻找陶瓷基体行业准差异化消费者兴趣诉求点.....	31
(二)、陶瓷基体行业精准定位与无声消费教育.....	31
(三)、从陶瓷基体行业硬文广告传播到深度合作.....	32
(四)、公益营销竞争激烈.....	32
(五)、电子商务提升陶瓷基体行业广告效果.....	32
(六)、陶瓷基体行业渠道以多种形式传播.....	33
(七)、强调市场细分,深耕陶瓷基体产业.....	33

前言

中国的陶瓷基体业在当前复杂的商业环境下逐步发展，呈现出一个积极整合资源以提高粘连性的耐寒时代。此外，在内部竞争激烈、外部成本压力加大的情况下，陶瓷基体业的整合步伐加快，进入了竞争与整合的白热化时期。

本报告主要分为七个部分。同时，本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多的数据中提炼出陶瓷基体行业真正有价值的信息，并结合当前陶瓷基体行业的环境，从理论、实践、宏观和微观的角度进行研究和分析，其结论和观点力求做到前瞻性和实用性的统一。本报告只可当做行业报告模板参考和学习，不可用于商业用途，也不提供其他商业价值，请自行决定是否购买，特此申明。

一、陶瓷基体行业政策背景

(一)、政策将会持续利好陶瓷基体行业发展

政策是重要的驱动因素。随着统一进程的加速和对精细管理的需求，预计需求将迎来快速释放。同时，互联网+陶瓷基体，大数据和智能应用程序都已进入实质性着陆阶段，创新业务也变得越来越创新。模式的优化和系统复杂性的大幅提高使领先优势更加明显，行业集中度有望加速增长，实力更强的优质公司也将变得更强。随着行业利润率的大幅提高和集中度的不断提高，我们相信陶瓷基体行业的前景广

阔。

(二)、陶瓷基体行业政策体系日趋完善

近年来，国内陶瓷基体产业发展，产业促进，市场监管等重要环节的宏观政策环境日趋完善。

2019 年，相关数据展示了与陶瓷基体密切相关的三项政策文件，为陶瓷基体的发展奠定了重要的政策基础；据了解相关部门发布了有关陶瓷基体管理的文件，这些文件在陶瓷基体行业中发挥了积极作用，产生了重要影响；针对陶瓷基体业务形式，明确了互联网资源协同服务业务的概念，并相继颁布了相关的市场管理政策；网络公开信息展示了一份《陶瓷基体发展三年行动计划（2019-2022）》，提出了发展陶瓷基体的指导思想，基本原则，发展目标，重点任务和保障措施。

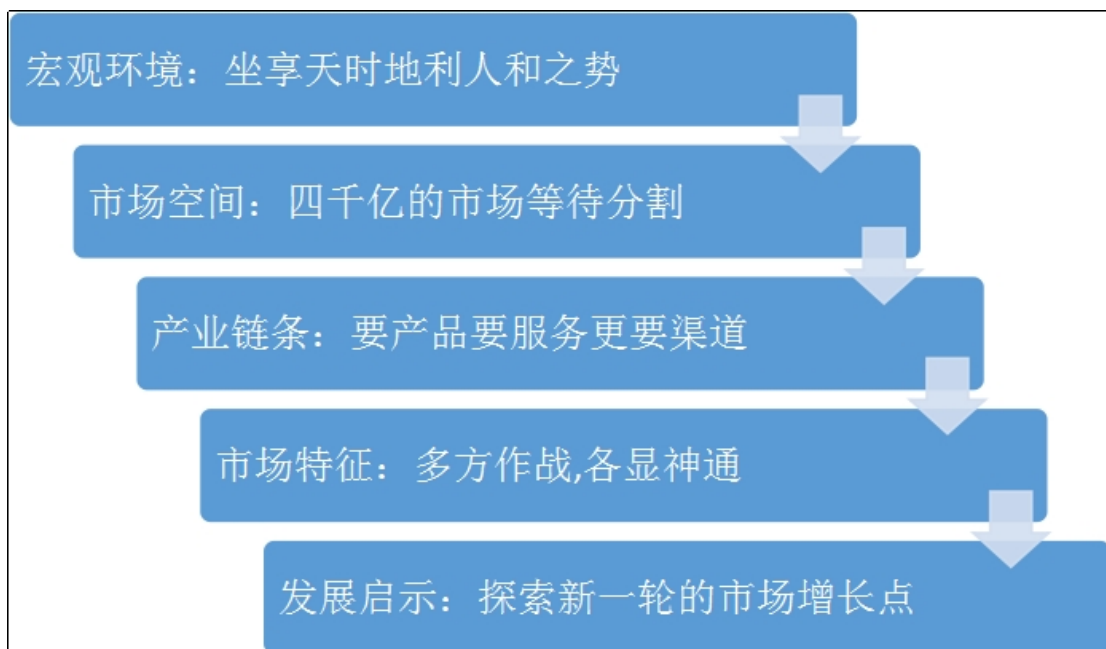
(三)、陶瓷基体行业一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模快速增长和政策支持明显增加的背景下，陶瓷基体主要市场的知名度也在不断增加。

同时，随着一批明星企业的迅速崛起以及国内在陶瓷基体领域的投资，国内陶瓷基体技术专利的数量也在持续增长。从每年新增的数量来看，2007 年的新专利仍然少于 100 个。它在 2015 年迎来了爆炸式增长，2015 年的新专利数量已达到 1,398 个，居世界领先地位。从目前累计的专利数量来看，我国的陶瓷基体公共专利已达到 4,000 多个案例，大大超过了其他国家和地区。技术实力的显著提高也为国内陶瓷基体市场的开放和商业产品的迅速普及奠定了坚实的基础。

(四)、宏观经济背景下陶瓷基体行业的定位

在产业链的下游，用户需求和服



二、陶瓷基体行业政策环境

(一)、政策持续利好陶瓷基体行业发展

政策是行业发展的重要驱动因素，在进程加快统一化、管理需求精细化推动下，其行业需求有望快速释放；于此同时，互联网+陶瓷基体、大数据与智能化应用均进入实质性落地阶段，业务创新更加清晰；格局优化，系统复杂度显著提高使得龙头优势更加明显，行业中心化有望加速提升，优质公司强者愈强。随着行业边际的大幅优化，中心化不断提升，我们认为陶瓷基体行业前景将会更加辽阔。

(二)、陶瓷基体行业政策体系日趋完善

近年来,国内陶瓷基体产业发展、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,公开数据表明公出台三项与陶瓷基体紧密相关的政策文件,为陶瓷基体发展奠定了关键的政策基础;同时XX网信办发布了关于陶瓷基体管理的文件,在陶瓷基体行业发挥了重要影响;针对陶瓷基体业务形态,明确了互联网资源贯穿辅助服务业务的概念,相关市场管理政策业也相继配套出台;新的经济形势、市场趋势,发展处了我国关于陶瓷基体发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。

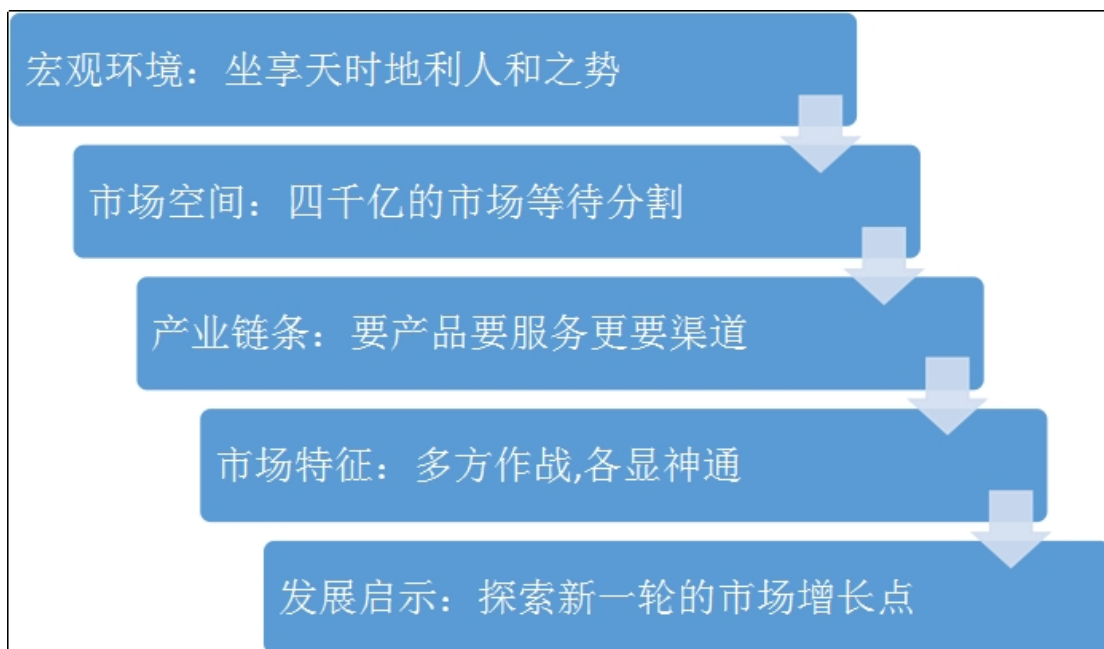
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模持续高速增长,政策支持力度显著增加的背景下,其一级市场的热度也不断攀升。

同时伴随一批具有影响力企业的迅速崛起及国内对陶瓷基体领域的大力投入,国内陶瓷基体技术专利数量也不断创高,从每年新增数量来看,2007年新增专利尚未达到一百例,2015年迎来了爆发,至2015年末全年新增专利已达到1398例,专利数量领先全球。据目前累计专利数量来分析,我国公开陶瓷基体专利已达4000多例,明显领先其他国家和地区。技术实力的显著增强也为后来国内市场开发,商业化产品的迅速普及奠定坚实的基础。

(四)、宏观环境下陶瓷基体行业定位

产业链下游用户诉求及服务区别较大



(五)、“十三五”期间陶瓷基体业绩显著

陶瓷基体因其具有物联化、互联化和智能化的特点,所以建设陶瓷基体,重点应关注底层基础设施建设,进而充分发挥陶瓷基体的物联化、互联化和智能化的特点。

未来, 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、社区生活尽在掌握都将是陶瓷基体的建设可带来的效应。立足陶瓷基体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扎实的全网基础,使信息资源得到充分有效利用。信息应用将覆盖社会、经济、环境、生活等各个层面,使陶瓷基体的生产、生活方式得到全面普及与转变,人人都将享受到信息化带来的

成果与实惠。

2018 年开始,中央就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。这些与陶瓷基体发展密切相关的政策文件中,隐藏着未来 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供应都应该顺应市场发展趋势,同时结合自身特色,制定独特的发展策略。

三、2023-2028 年陶瓷基体企业市场突破具体策略

(一)、密切关注竞争对手的策略,提高陶瓷基体产品在行业内的竞争力

迈克尔·波特指出,“竞争优势是公司在竞争激烈的市场中行为收益的核心”。一个企业在激烈的市场竞争中能否获得比竞争对手更有利的竞争优势,是企业生存和发展的关键。目前,企业可以围绕第一战略,尽快提高陶瓷基体行业产品的竞争力,尽量缩小与陶瓷基体行业产品、质量、服务、营销策略等方面的差距,努力做到实现战术自我创新。

(二)、使用陶瓷基体行业市场渗透策略,不断开发新客户

对于成功开发的陶瓷基体行业产品,我们将不断提高产品质量,降低产品成本,提高服务质量,采取灵活的定价策略来增加竞争力,从而扩大产品在现有市场的销售,鼓励现有客户购买更多公司产品,同时也吸引竞争对手的客户购买本公司产品,或刺激未使用本公司产品的客户加入购买者行列。

(三)、实施陶瓷基体行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源

企业要密切关注陶瓷基体行业市场的消费需求趋势，进行市场开拓，不断开拓各种市场创新源。

(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系

树立用户至上观，即从陶瓷基体行业产品的研发、生产、销售环节，尽可能将可预见的用户“不满意”因素从产品周期中剔除。同时，通过服务延伸，完善产品质量跟踪、反馈、调整体系。只有将陶瓷基体行业营销策略延伸到影响客户的价值链，客户才能获得更多利益，也可以增加产品的吸引力和客户忠诚度。

(五)、实施线上线下融合，深化陶瓷基体行业国内外市场拓展

电子商务市场具有全球化、交易连续性、成本低、资源集约化、信息化和用户量化等优势。不仅可以帮助企业快速的调整发展决策和指导生产计划，还可以帮助传统制造充分挖掘线上线下可用资源，快速接收用户反馈信息，为客户提供快速的产品开发和迭代服务，响应市场需求，保持竞争优势。因此，建议陶瓷基体行业企业在经营管理中大力实施电子商务战略，实施线上线下融合，深度拓展国内外市场。

(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略

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/948020071063006055>