

2017-2022年中国涂料行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国涂料行业市场运营态势及投资前景预测报告》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.huaon.com/detail/286512.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

长期的观察发现我国的涂料市场产品结构调整问题不仅仅是对产品进行调整，还应该是对企业分布结构、区域分布结构进行调整。未来一段时间内，行业整合、区域分布结构的调整、企业结构的调整都将是行业结构调整的一个重要内容。

据统计，2015年全国新建及新投产的涂料项目共有18个，其新建和已投产总产能达233.8万吨以上，其投资金额至少在63.8亿元人民币，在国内市场需求低迷，企业生产成本不断上升的大背景之下，涂料企业大规模扩张是否能够有效的打开市场，对今后整个涂料行业的发展是否有利。

产业的发展离不开政策导向和扶持，特别是新兴产业，如：新能源、交通、运输、信息等产业的快速发展，急需要一些新的涂料产品为之配套。国外公司对于这一部分市场关注度很高，我国的一些企业虽然也在关注，但跟进不够，且缺乏保护。在涂料高端领域或涂料新领域，国家必须加大技术投入。由于，技术投入不会马上见效，其还间需要对国内的产业进行保护。对国外企业的进入应有一定的限制，如：需要考虑国外公司的进入，是否对国内产业造成损害、对国内企业有影响等等。另外，在政策执行层面，虽然我国在政策方面与国外相比差距相对较小，但是执行层面上有差距。比如说政策出台后，到市场上没有人监管，做的好的没有奖励，包括税收、信贷、国家支撑技术的扶持;做的不好的惩罚力度又不够。同时，好的政策还需要通过配套措施来实施。

从整个涂料行业下游市场需求的发展情况来看，房地产行业和制造业的发展都不是很理想，据国家统计局公布，2015年1-10月份，全国房地产开发投资78801亿元，同比名义增长2.0%，增速比1-9月份回落0.6个百分点。其中，住宅投资53150亿元，增长1.3%，增速回落0.4个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为67.4%。从以上数据来看，目前国家在房地产行业的投资力度在不断的加大，近两个月以来，国家也在不断出台一些新的货币政策，刺激房地产行业和中国实体经济的发展，但是从目前市场的反响情况来看，国内房地产行业的发展依然很疲惫，有业内人士预计，未来的一两年之内国内房地产行业的发展很难得到有效的恢复。

产能过剩问题

涂料行业的产能过剩与其他行业的产能过剩有所不同。一方面，从规模来看，产能是绝对过剩的，甚至是严重过剩的;另一方面，对于某个区域、某些产品来说，产能是相对过剩，甚至可以说是不过剩的。

从产品结构分析

技术含量高的产品，如汽车涂料、船舶涂料、集装箱涂料以及战略性新兴产业所需的涂料，受到资本、网络、技术等因素的制约，主要为国际大公司所垄断或部分垄断。一些具有特殊功能的涂料，在我国是空白，还依赖进口。而国内众多企业大多都在生产中低档、技术含量低、资本需求较低的涂料，这个领域竞争非常激烈。

从企业分布结构分析

市场发展到一定程度后，企业对品牌化发展比较重视。现在市场越来越品牌化，市场向有品牌、有技术实力、有资本的企业集中。企业越好，集中度越高，发展的速度越快。而这些企业往往是大企业。这些企业需要扩产、扩能，还要在全国进行战略布局，通过建新厂或兼并重组来实现。而相当一部分的中小企业，市场在向品牌集中的过程当中，市场份额不增反而下降，生存越来越艰难，这些企业的产能是过剩的。

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。

目录

第一部分 涂料市场发展现状

第一章 全球涂料行业发展分析

第一节 全球涂料行业发展轨迹综述

- 一、全球涂料行业发展历程
- 二、全球涂料行业发展面临的问题
- 三、全球涂料行业技术发展现状及趋势

第二节 全球涂料行业市场情况

第三节 部分国家地区涂料行业发展状况

- 一、2010-2015年美国涂料行业发展分析
- 二、2010-2015年欧洲涂料行业发展分析
- 三、2010-2015年日本涂料行业发展分析
- 四、2010-2015年韩国涂料行业发展分析

第二章 2015年中国涂料产业运行环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第三章2010-2015年中国涂料行业发展形势

第一节 涂料行业发展概况

一、涂料行业发展特点分析

二、涂料行业投资现状分析

三、涂料行业总产值分析

四、涂料行业技术发展分析

第二节2010-2015年涂料行业市场情况分析

一、涂料行业市场发展分析

二、涂料市场存在的问题

三、涂料市场规模分析

第三节 2010-2015年涂料产销状况分析

一、涂料产量分析

二、涂料产能分析

三、涂料市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第四章中国涂料行业区域市场分析

第一节 2015年华北地区涂料行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第二节 2015年东北地区涂料行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第三节 2015年华东地区涂料行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第四节 2015年华南地区涂料行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第五节 2015年华中地区涂料行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第六节 2015年西南地区涂料行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第七节 2015年西北地区涂料行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第五章中国涂料品牌发展需求环境分析

第一节 国内消费者行为分析

一、整体的消费行为特征

二、消费信心与消费模式

三、消费者的品牌认知度

四、消费者的品牌忠诚度

五、消费特征对企业的启示

第二节 中国涂料消费群体分析

一、涂料消费者消费动机

二、涂料消费者群体特征

三、涂料消费者议价能力

第三节 消费者涂料品牌忠诚度

一、涂料品牌忠诚度

二、涂料品牌转移趋势

第二部分 公司对涂料市场竞争格局分析

第六章涂料行业竞争格局分析

第一节 涂料行业集中度分析

一、涂料市场集中度分析

二、涂料企业集中度分析

三、涂料区域集中度分析

第二节 涂料行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 涂料行业竞争格局分析

一、2015年涂料行业竞争分析

二、2015年中外涂料产品竞争分析

三、2010-2015年我国涂料市场竞争分析

四、2017-2022年国内主要涂料企业动向

第三部分 赢利水平与企业分析

第七章 中国涂料行业整体运行指标分析

第一节 2010-2015年中国涂料所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 2010-2015年中国涂料所属行业产值分析

第三节 2010-2015年中国涂料所属行业成本费用分析

一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节 2010-2015年中国涂料所属行业运营效益分析

第八章 涂料重点企业发展分析

第一节 公司A

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

五、生产布局与产能扩张

六、市场营销区域分析

七、主要客户分析

九、成长性分析

十、公司战略规划分析

第二节 公司B

第三节 公司C

第四节 公司D

第九章公司对涂料产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 整体产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第四节 业内专家观点与结论

第十章公司对涂料行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2015年涂料行业投资效益分析

第四节 2015年涂料行业投资策略研究

第十一章2017-2022年涂料行业投资风险预警

第一节 影响涂料行业发展的主要因素

一、2015年影响涂料行业运行的有利因素

二、2015年影响涂料行业运行的稳定因素

三、2015年影响涂料行业运行的不利因素

四、2015年我国涂料行业发展面临的挑战

五、2015年我国涂料行业发展面临的机遇

第二节 涂料行业投资风险预警

- 一、2017-2022年涂料行业市场风险
- 二、2017-2022年涂料行业政策风险
- 三、2017-2022年涂料行业经营风险
- 四、2017-2022年涂料行业技术风险
- 五、2017-2022年涂料行业竞争风险
- 六、2017-2022年涂料行业其他风险

第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议

第十二章2017-2022年涂料行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年中国涂料市场趋势分析

第二节 2017-2022年涂料产品发展趋势分析

- 一、2017-2022年涂料产品技术趋势分析
- 二、2017-2022年涂料产品价格趋势分析

第三节 2017-2022年中国涂料行业供需预测

- 一、2017-2022年中国涂料供给预测
- 二、2017-2022年中国涂料需求预测

第四节 2017-2022年涂料行业盈利能力分析

第十三章涂料企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、涂料价格策略分析
- 二、涂料渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高涂料企业竞争力的策略

- 一、提高中国涂料企业核心竞争力的对策
- 二、涂料企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响涂料企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高涂料企业竞争力的策略

第四节 对我国涂料品牌的战略思考

- 一、涂料实施品牌战略的意义
- 二、涂料企业品牌的现状分析

三、我国涂料企业的品牌战略

四、涂料品牌战略管理的策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286512.html>