



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国建筑陶瓷市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国建筑陶瓷市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/235569.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

中国近几年陶瓷业发生了巨大变化，但与先进国家水平相比差距仍较大，虽然产量连续10年居世界首位，充其量只能是"加工中心"，离"世界制造中心"还有相当大的距离，加入WTO后，中国企业将面临更加残酷、激烈的竞争，在关税降低后，又得面临更多更复杂的非关税壁垒即技术壁垒。

近年来，建陶制造从华东和佛山等中高档建陶集中产区向全国迁移;优质建陶企业通过产业迁移加快产业区域布局，同时，优质建陶企业的迁移也带动新建陶产区由低档建陶生产向中高档建陶生产提升。全国范围内的建筑陶瓷转移、扩张、重新布局也带动全国建陶产业的发展。

从建筑陶瓷整个行业来看，市场空间仍然很大。虽然建筑陶瓷业在欧美已属"夕阳产业"，但在中国还是"朝阳产业"，还会有很大的发展。美国金融海啸对中国建陶行业有影响，但并没有想象的那么大，也没有那么可怕。中国建陶业完全有能力轻松迈过这场经济灾难，随着我国建筑陶瓷行业发展环境进一步改善，行业整体也将进一步提高。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国建筑陶瓷市场深度分析与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国建筑陶瓷行业的概念，接着分析了中国建筑陶瓷行业发展环境，然后对中国建筑陶瓷行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国建筑陶瓷行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国建筑陶瓷行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 建筑陶瓷的相关介绍

第一节 陶瓷的简介

一、陶瓷的概述

二、陶瓷的成分

三、陶瓷的发展

四、陶瓷的分类

第二节 建筑陶瓷的介绍

- 一、建筑陶瓷的分类
- 二、建筑陶瓷的应用
- 三、建筑陶瓷功能的发展

第二章 陶瓷行业发展分析

第一节 世界陶瓷业的发展

- 一、全球陶瓷市场特点凸显
- 二、部分国家陶瓷市场需求特点分析
- 三、西班牙陶瓷业的成功秘诀
- 四、印尼陶瓷产业的发展
- 五、美国陶瓷市场发展良好
- 六、英国陶瓷市场消费量增长

第二节 中国陶瓷行业发展环境

- 一、陶瓷产业受宏观政策的影响
- 二、资源税改革推进陶瓷产业结构调整
- 三、房产新政对陶瓷业的影响

第三节 中国陶瓷产业发展状况

- 一、我国发展陶瓷工业的比较优势
- 二、我国陶瓷行业现状分析
- 三、中国陶瓷业从"大国"迈向"强国"

第四节 2011-2018年中国陶瓷业解析

- 一、2009年我国陶瓷行业总体回顾
- 二、2010年我国陶瓷业发展综合分析
- 三、2011年我国陶瓷业运行状况

第五节 农村陶瓷市场发展分析

- 一、农村陶瓷市场消费概况
- 二、农村市场成为陶瓷行业重点
- 三、国产高端陶瓷进军农村市场
- 四、陶瓷企业转战农村市场的瓶颈
- 五、"陶瓷下乡"利好企业开拓农村市场

第六节 中国陶瓷业发展面临的挑战

- 一、制约中国陶瓷行业发展的五大瓶颈

二、中国陶瓷行业发展中的问题

三、陶瓷行业的投资缺乏理性

第七节 中国陶瓷行业发展策略

一、绿色低碳是中国陶瓷业必然发展之路

二、陶瓷产业未来发展战略

三、陶瓷业开发国内市场的策略

四、陶瓷企业发展的思路

第三章 中国建筑陶瓷产业发展状况

第一节 中国建筑陶瓷行业综述

一、中国建筑陶瓷产业概述

二、中国建筑陶瓷行业特点分析

三、建筑陶瓷市场的发展状况

四、中国建筑陶瓷行业发展转折点

五、中国建筑陶瓷市场特点凸显

六、我国建筑陶瓷产量名列世界前茅

第二节 2008-2011年中国建筑陶瓷行业透析

一、2008年建筑陶瓷行业的发展

二、2009年我国建筑陶瓷生产状况

三、2010年中国建陶行业的变化

四、2011年中国建陶行业发展分析

第三节 建筑陶瓷行业的可持续发展

一、建筑陶瓷产业可持续发展系统

二、建陶产业可持续发展的因果关系

三、建筑陶瓷可持续发展的主要问题

四、建筑陶瓷可持续发展战略

第四节 建筑陶瓷行业存在问题

一、我国建筑陶瓷企业的发展瓶颈

二、中国建筑陶瓷行业四大问题

三、建陶产业快速发展带来的隐患

四、中国建筑陶瓷业转型升级迫在眉睫

第五节 建筑陶瓷行业发展对策

- 一、建筑陶瓷产业应依法发展
- 二、建筑陶瓷行业的过冬策略
- 三、建筑陶瓷企业发展的文化战略

第四章 中国建筑陶瓷制品制造行业财务状况

第一节 中国建筑陶瓷制品制造行业经济规模

- 一、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业销售规模
- 二、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业利润规模
- 三、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业资产规模

第二节 中国建筑陶瓷制品制造行业盈利能力指标分析

- 一、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业亏损面
- 二、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业销售毛利率
- 三、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业成本费用利润率
- 四、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业销售利润率

第三节 中国建筑陶瓷制品制造行业营运能力指标分析

- 一、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业应收账款周转率
- 二、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业流动资产周转率
- 三、2008-2013年建筑陶瓷制品制造业总资产周转率

第四节 中国建筑陶瓷制品制造行业财务状况综合评价

- 一、建筑陶瓷制品制造业财务状况综合评价
- 二、影响建筑陶瓷制品制造业财务状况的经济因素分析

第五章 建筑陶瓷主要产品产量数据分析

第一节 2010年-2012年全国及主要省份瓷质砖产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析
- 三、2012年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析

第二节 2010年-2012年全国及主要省份陶质砖产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析
- 三、2012年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析

第三节 2010年-2012年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份卫生陶瓷产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份卫生陶瓷制品产量分析
- 三、2012年1-12月全国及主要省份卫生陶瓷制品产量分析

第四节 2010年-2012年全国及主要省份炻瓷砖产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 三、2012年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析

第五节 2010年-2012年全国及主要省份细炻砖产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析
- 三、2012年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析

第六节 2010年-2012年全国及主要省份炻质砖产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析
- 三、2012年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析

第六章 中国建筑陶瓷市场分析

第一节 建筑陶瓷的品牌分析

- 一、建筑陶瓷"洋品牌"在中国的发展
- 二、浅析建陶产业品牌的再造
- 三、"品牌思潮"影响中国建陶业的发展
- 四、我国建筑陶瓷产业迈入品牌时代
- 五、建筑陶瓷企业增强品牌竞争力的战略

第二节 建筑陶瓷行业的环保

- 一、建陶行业的资源浪费
- 二、建筑陶瓷行业兴起环保热
- 三、绿色发展促使建陶企业科技创新
- 四、中国建筑陶瓷低碳环保发展之路

第三节 建筑陶瓷市场的创新

- 一、建筑陶瓷企业创新的动力
- 二、建陶行业的策划者应持续创新
- 三、陶瓷行业创新的方向

第四节 建筑陶瓷技术设备发展综述

- 一、建陶行业技术装备分析
- 二、现代建筑陶瓷技术的发展历程
- 三、建陶技术发展的特性
- 四、建筑陶瓷用辊道窑技术标准的实施
- 五、中国建陶工业技术进步显著

第七章 建筑卫生陶瓷行业发展分析

第五节 建筑卫生陶瓷的概述

- 一、建筑卫生陶瓷的功能介绍
- 二、建筑卫生陶瓷色料的简介
- 三、清洁性建筑卫生陶瓷新制法
- 四、建筑卫生陶瓷用镁硅酸盐原料情况

第六节 中国建筑卫生陶瓷行业发展分析

- 一、中国建筑卫生陶瓷行业发展变化回顾
- 二、我国建筑卫生陶瓷产业运行概况
- 三、我国建筑卫生陶瓷企业大事盘点
- 四、我国建筑卫生陶瓷产业格局发生变化
- 五、国内建筑卫生陶瓷行业新标将实施

第七节 建筑卫生陶瓷行业典型区域发展分析

- 一、潮州
- 二、长葛
- 三、唐山

第八节 建筑卫生陶瓷行业问题及建议

- 一、我国建筑卫生陶瓷产业发展的隐忧
- 二、我国建筑卫生陶瓷工业未来的努力方向
- 三、我国建筑卫生陶瓷企业的发展对策
- 四、我国建筑卫生陶瓷业出口须注意的几大方面

第九节 建筑卫生陶瓷业"十二五"分析

- 一、面临的主要形势
- 二、发展趋势
- 三、发展重点

第八章 瓷砖行业发展分析

第一节 瓷砖的简介

- 一、瓷砖定义
- 二、瓷砖分类
- 三、瓷砖的特性及优势

第二节 国际瓷砖行业发展概况

- 一、全球瓷砖市场生产状况
- 二、全球瓷砖市场消费状况
- 三、全球瓷砖市场进口状况
- 四、全球瓷砖市场出口状况
- 五、部分国家瓷砖市场运行概况

第三节 中国瓷砖行业发展分析

- 一、我国瓷砖行业发展情况综述
- 二、我国瓷砖行业整体布局状况
- 三、我国抛光砖行业发展概述
- 四、我国仿古砖行业发展历程回顾
- 五、我国瓷砖行业新标准出台
- 六、我国瓷砖出口状况分析

第四节 中国瓷砖市场运行状况

- 一、我国瓷砖市场消费特征及销售渠道
- 二、我国高端瓷砖市场竞争激烈
- 三、我国仿古砖市场区域竞争格局分析
- 四、中国瓷砖在美国市场消费简况
- 五、我国瓷砖农村市场运行概述

第五节 瓷砖区域市场运行分析

- 一、广州瓷砖市场消费状况分析
- 二、东莞进口瓷砖市场渐受消费者青睐
- 三、成都瓷砖市场运行特点调查分析
- 四、遂宁瓷砖市场运行现状分析

第九章 广东佛山市建筑陶瓷行业发展分析

第一节 佛山建筑陶瓷行业发展概况

- 一、佛山建陶产业集群产能占全球25%
- 二、佛山建陶行业处于领军性的地位
- 三、佛山努力打造世界级建陶产业基地
- 四、佛山建陶业发展的亮点
- 五、佛山建陶行业新标准出台
- 六、南庄镇建陶行业发展状况回顾

第二节 佛山建筑陶瓷企业生产线外移状况解析

- 一、佛山建陶企业加快外移步伐
- 二、佛企斥巨资在湘承建建陶基地
- 三、佛山建陶行业龙头地位仍不会改

第三节 佛山建筑陶瓷发展存在的问题及策略

- 一、佛山建陶行业发展的障碍
- 二、佛山陶瓷行业八问题待解决
- 三、佛山建陶企业发展的建议
- 四、佛山建陶营销模式的转变

第十章 其他地区建筑陶瓷行业发展分析

第一节 江西高安

- 一、高安建筑陶瓷工业发展历程回顾
- 二、高安建筑陶瓷行业发展势头迅猛
- 三、高安建陶企业集体调价应对生产成本上升
- 四、高安发展建筑陶瓷的主要策略
- 五、高安发展建陶业将注重四方面的提升

第二节 四川夹江

- 一、夹江陶瓷行业发展概况
- 二、夹江建陶行业低碳化发展态势明显
- 三、夹江建筑陶瓷行业发展获农行信贷支持
- 四、亚洲"三最"建筑陶瓷生产线于夹江投产
- 五、夹江陶瓷企业发展的瓶颈及出路

第三节 山东淄博

- 一、淄博建筑陶瓷行业发展状况
- 二、淄博建陶行业发展面临的困难
- 三、淄博建筑陶瓷行业发展的政策措施
- 四、淄博本土建筑陶瓷企业发展的出路
- 五、淄博建筑陶瓷行业发展目标及重点

第四节 新疆

- 一、新疆建筑陶瓷生产状况
- 二、新疆建筑陶瓷市场发展概况
- 三、新疆建陶市场发展呈现好气象
- 四、新疆建筑卫生陶瓷行业发展探讨

第十一章 中国陶瓷及建筑陶瓷市场进出口状况

第一节 建筑陶瓷进出口概况

- 一、我国建筑陶瓷进出口呈现的主要特点
- 二、陶瓷出口退税率上调收效甚微
- 三、出口退税率下调对陶企的影响
- 四、中国建筑陶瓷出口简析
- 五、2010年建筑陶瓷行业出口退税率上调

第二节 建筑卫生陶瓷进出口分析

- 一、建筑卫生陶瓷行业出口特点
- 二、2009年我国建筑卫生陶瓷出口概况
- 三、2010年中国建筑卫生陶瓷进出口统计
- 四、建筑卫生陶瓷出口中的问题
- 五、出口建筑卫生陶瓷检验规程

第三节 建筑陶瓷进出口存在的问题及对策

- 一、我国陶瓷出口反倾销问题严重
- 二、建陶出口贸易应注意的问题
- 三、建陶业面临全球性的贸易保护壁垒
- 四、建陶对外贸易摩擦风险加大
- 五、建筑卫生陶瓷出口应优化产品结构
- 六、我国陶瓷企业应对反倾销的策略

第十二章 中国建筑陶瓷行业营销分析

第一节 陶瓷行业消费者行为分析

- 一、多样化的消费需求
- 二、建陶行业理性和专业的消费者
- 三、团购消费时代的来临
- 四、瓷砖市场消费潮流

第二节 中国陶瓷行业营销概况

- 一、陶瓷市场隐形营销渠道分析
- 二、陶瓷行业大店营销的隐忧
- 三、陶瓷行业文化营销的考验
- 四、我国陶瓷行业营销策划建议

第三节 建筑陶瓷产业营销状况

- 一、中国建筑陶瓷行业营销发展历程
- 二、2012年中国建筑陶瓷行业品牌营销大事盘点
- 三、深度营销理论在建陶行业的应用
- 四、建陶企业努力开展销售新渠道
- 五、建陶行业特有营销模式

第四节 建筑陶瓷行业营销中存在的问题

- 一、建筑陶瓷企业实力不够
- 二、建陶行业新兴渠道发展受限
- 三、扁平化营销投入和产出难成正比

第五节 建筑陶瓷产业的营销战略

- 一、建筑陶瓷行业终端营销战略
- 二、建陶行业的联合营销经营之路
- 三、中小建陶企业的营销战略
- 四、陶瓷企业的"4R"营销对策
- 五、建陶市场的时尚文化营销策略
- 六、建筑陶瓷业应走简单化营销路线

第十三章 中国建筑陶瓷行业的竞争

第一节 建筑陶瓷市场格局

- 一、建筑陶瓷行业产区与产业链

二、国内建陶行业大格局发生巨变

三、建陶产业新格局呈现

第二节 建筑陶瓷市场的竞争状况

一、中国建筑陶瓷行业的竞争模式

二、建陶市场竞争态势分析

三、中国建陶企业竞争战略的探寻

四、建陶企业竞争的关键点分析

第三节 建筑陶瓷产业波特五力模型分析

一、波特五力模型介绍

二、行业内的竞争分析

三、买方议价能力

四、卖方议价能力

五、潜在进入者

六、替代品威胁

第十四章 中国建筑陶瓷重点企业竞争力分析

第一节 杭州诺贝尔集团有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月杭州诺贝尔集团有限公司经营状况

三、2010年1-12月杭州诺贝尔集团有限公司经营状况

第二节 广东欧文莱陶瓷有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月广东欧文莱陶瓷有限公司经营状况

三、2010年1-12月广东欧文莱陶瓷有限公司经营状况

第三节 广东博德精工建材有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月广东博德精工建材有限公司经营状况

三、2010年1-12月广东博德精工建材有限公司经营状况

第四节 佛山市三水新明珠建陶工业有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月佛山市三水新明珠建陶工业有限公司经营状况

三、2010年1-12月佛山市三水新明珠建陶工业有限公司经营状况

第五节 佛山市三水惠万家陶瓷有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月佛山市三水惠万家陶瓷有限公司经营状况

三、2010年1-12月佛山市三水惠万家陶瓷有限公司经营状况

第六节 佛山新中源陶瓷有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月佛山新中源陶瓷有限公司经营状况

三、2010年1-12月佛山新中源陶瓷有限公司经营状况

第七节 佛山市利华陶瓷有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月佛山市利华陶瓷有限公司经营状况

三、2010年1-12月佛山市利华陶瓷有限公司经营状况

第八节 广东博华陶瓷有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月广东博华陶瓷有限公司经营状况

三、2010年1-12月广东博华陶瓷有限公司经营状况

第九节 佛山金意陶陶瓷有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月佛山金意陶陶瓷有限公司经营状况

三、2010年1-12月佛山金意陶陶瓷有限公司经营状况

第十节 广东新润成陶瓷有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月广东新润成陶瓷有限公司经营状况

三、2010年1-12月广东新润成陶瓷有限公司经营状况

第十五章 中国建筑陶瓷投资及前景分析

第一节 中国建筑陶瓷行业投资分析

一、中国陶瓷行业投资状况

二、建筑陶瓷产业投资环境

三、建陶行业投资利好因素

第二节 中国陶瓷行业走势分析

一、未来中国陶瓷产业格局探析

- 二、中国陶瓷行业未来发展之路
- 三、陶瓷行业发展方向透析
- 四、低碳经济下"绿色陶瓷"成行业发展趋势
- 五、陶瓷工业基地式卖场势在必行

第三节 中国建筑陶瓷行业前景预测

- 一、中国建陶行业的发展空间广阔
- 二、功能型建筑陶瓷有望成为市场主角
- 三、国外企业与中国企业具有广泛合作前景
- 四、2012-2016年中国建筑陶瓷行业预测分析

第四节 中国建筑陶瓷产业发展趋势

- 一、中国建筑陶瓷行业的三大趋势
- 二、中国建筑陶瓷行业未来发展的理想路径
- 三、节能减排是建陶发展趋向
- 四、中国建筑陶瓷产品工艺设计和开发趋势

附录

附录一：建筑卫生陶瓷能耗等级定额

附录二：建筑卫生陶瓷产品质量检验管理办法

附录三：建筑卫生陶瓷产品质量对比监督检验管理办法

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/235569.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。