



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2008年中国建材业发 展趋势决策咨询及行业竞争力调 查研究分析报告

一、调研说明

《2007—2008年中国建材业发展趋势决策咨询及行业竞争力调查研究分析报告》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/48246.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

第一部分 建材工业总体发展分析及预测	8
第一章 2007 年建材工业产业环境分析	9
第一节 2007 年宏观经济运行分析及预测	10
一、2007 年宏观经济运行分析	11
（一）国民经济增速稳定	12
（二）消费增长明显加快	13
（三）固定资产投资增长较快，下半年增幅回落	14
（四）工业生产快速增长，效益提高	15
（五）城乡居民收入快速增长	16
（六）生产资料价格继续高位运行	17
二、2008 年宏观经济形势预测	18
（一）总体预测	19
（二）固定资产投资预测	20
（三）消费水平预测	21
（四）生产资料价格预测	22
第二节 建材工业上游产业运行分析及预测	23
一、石油价格走势分析及预测	24
（一）2007 年石油价格走势分析	25
（二）2008 年石油价格预测	26
二、煤炭产业运行分析及预测	27
（一）2007 年煤炭产业运行情况	28
（二）煤炭价格走势分析	29
（三）2008 年煤炭产业预测	30
三、电力产业运行分析及预测	31
（一）2007 年电力产业运行情况	32
（二）2007 年电力产业运行评价	33
（三）2008—2010 年电力产业预测	34
第三节 建材工业下游产业运行分析及预测	35
一、2007 年房地产行业运行情况分析	36

（一）房地产开发景气指数稳中有升	37
（二）房地产开发投资低速平稳增长	38
（三）房屋施工面积增加	39
（四）土地购置面积继续减少，开发面积上升	40
（五）商品房价格涨幅总体趋稳，部分城市仍上涨较快	41
（六）商品房空置面积增幅放缓	42
二、2008 年房地产行业运行预测	43
第四节 2006-2007年建材工业产业政策环境分析	44
一、八部门发布《印发关于加快水泥工业结构调整的若干意见的通知》	45
二、我国颁布首部《节水型洁具陶瓷生产定点管理细则》	46
三、节能环保，2007年掀起水泥窑纯低温余热发电建设高潮	47
四、发改委《关于严格禁止落后生产能力转移流动的通知》	48
五、水泥产品生产许可证实施	48
六、国家发改委发布《水泥工业产业发展政策》	49
七、国家六部委公布《关于促进平板玻璃工业结构调整的若干意见》	50
第二章 2007 年建材工业整体运行分析及预测	51
第一节 2007年建材工业市场运行评价及预测	52
一、建材工业总产值稳步增长	54
二、原材料价格上涨增加建材产品成本	55
三、房地产业带动建材行业需求增加	56
四、建材行业需求预测	57
五、建材行业供给预测	58
六、“十一五”期间中国建材行业三大态势	59
第二节 2007年建材工业的经济运行分析	60
一、建材行业规模和发展能力分析	61
二、建材行业经济效益分析	62
三、建材行业效率与盈利能力分析	63
四、建材行业运营能力与偿债能力分析	64
五、建材行业成本结构分析	65
第三节 建材行业企业结构与市场集中度分析	66
一、建材行业企业所有制结构分析	67

二、建材行业集中度分析	68
(一) 地区集中度分析	69
(二) 分规模企业集中度分析	70
(三) 分所有制企业集中度分析	71
第二部分 细分子行业分析及预测	72
第三章 水泥行业	73
第一节 2007年水泥行业运行分析	74
一、2007 年水泥行业整体运行良好	75
(一) 水泥行业走出低谷	76
(二) 销售状况良好	77
(三) 利润大幅增加	78
(四) 水泥出口增速下降	79
(五) 结构调控的步伐加快	80
(六) 行业集中度有所提高	81
(七) 资产总额稳步增长	82
(八) 固定资产投资总体下降	83
二、原因分析	84
(一) 需求带动水泥产量增长	85
(二) 结构调整促进水泥行业发展	86
第二节 水泥行业政策环境分析	87
一、严格新上项目审批, 实施总量控制	88
二、完善政策, 严格市场准入	89
三、上大关小, 加大结构调整力度	90
四、扶持大企业, 提高产业集中度	91
五、鼓励水泥企业“走出去”, 参与国际竞争	92
第三节 水泥供给分析及预测	93
一、2007 年水泥供给高速增长	94
二、中部地区供给能力增强	95
三、2008 年水泥供给能力预测	96
(一) 在建生产线产能将得到发挥	97
(二) 固定资产投资减少, 供给能力增速下降	98

第四节 水泥需求分析及预测	99
一、水泥需求旺盛	100
二、市场需求影响因素分析	101
（一）区域化和城镇化是主要动力	102
（二）建筑业的发展带动水泥需求	103
（三）周边国家的需求	104
（四）建设新农村带来的需求	105
（五）其他大型工程的需求	106
三、供需平衡分析	107
第五节 水泥的价格分析及预测	108
一、2007年中国水泥价格变化走势分析	109
二、水泥价格地区差别大	110
三、水泥价格变动的原因分析	111
（一）激烈的竞争使价格处于低位	112
（二）生产成本上升使价格止跌回稳	113
（三）需求持续旺盛推动价格回稳	114
四、2008 年国内水泥价格将进一步回升	115
第六节 分区域水泥市场分析	116
一、不同区域水泥市场出现分化	117
二、分地区水泥市场分析	118
（一）东北地区	119
（二）河北、京津地区	120
（三）山东省	121
（四）中原地区	122
（五）长三角地区	123
（六）两广地区	124
（七）西南地区	125
（八）西北地区	126
第七节 水泥行业的兼并收购分析	127
一、水泥企业的兼并重组不断加快	128
二、新政策带动并购潮	129
三、外资参与并购逐渐增多	130

第八节 2008年水泥行业发展预测	131
一、2008 年水泥行业的整体判断	132
二、产能扩张缓和	133
三、区域并购将成热点	134
四、水泥行业将加速“洗牌”	135
五、节能、环保是发展方向	136
六、继续走循环经济之路	137
第四章 玻璃行业	138
第一节 玻璃产业环境分析	139
一、平板玻璃将严控新项目	140
二、鼓励企业的兼并重组	141
三、平板玻璃工业“十一五”发展目标	142
四、节能、深加工玻璃成为玻璃行业热点	143
第二节 2007年玻璃行业运行情况	144
一、产销量同步增长	145
二、原材料价格上涨，导致玻璃企业亏损	146
三、浮法玻璃产量增速高于普通玻璃，销售不如普通玻璃	147
四、平板玻璃价格持续低迷	148
五、向下游产业延伸成为趋势	149
六、玻璃行业的兼并重组加速	150
第三节 需求与供给分析	151
一、供给分析	152
二、用户的需求趋向	153
三、2008 年玻璃市场需求预测	154
四、影响玻璃需求的因素分析	155
（一）国民经济的快速增长带动玻璃需求	156
（二）相关行业的发展拉动玻璃产品的需求	157
（三）新农村建设增加对玻璃的需求	158
（四）建筑节能等政策的出台，拓展了玻璃的应用范围	159
五、预计未来几年水泥行业实现供求平衡	160
第四节 玻璃行业的发展预测	161

- 一、2008 年玻璃行业景气预测 162
- 二、绿色环保型玻璃产品将是市场需求大势 163
- 三、节能玻璃将成建筑业新宠 164
- 四、多功能透明的钢化建筑玻璃倍受青睐 165
- 五、不同品种玻璃的发展趋势预测 166

第五章 陶瓷行业 167

第一节 2007年陶瓷行业整体发展情况 168

- 一、日用陶瓷产量持续增长 169
- 二、多因素导致陶瓷产品价格上涨 170
- 三、业内企业生产规模提升，区域分布明显 171
- 四、产能增速致供求矛盾激化 172
- 五、建陶业产生行业标准 173

第二节 陶瓷行业需求分析 174

- 一、影响需求的相关因素分析 175
 - (一) 创新能力薄弱，新产品开发滞后 176
 - (二) 陶瓷企业不能在国际市场准确定位 177
 - (三) 缺乏对陶瓷品牌国际化运作的思路 178
- 二、需求总量变化趋势预测 179

第三节 陶瓷行业供给分析 180

第四节 2008年陶瓷行业发展预测 182

- 一、陶瓷需求将随小户型住房的增加而上升 182
- 二、品牌竞争将呈现区域特征 183
- 三、陶瓷产品出口压力将增大 184

第三部分 典型企业分析 185

第六章 企业综合分析 186

第一节 2007年建材企业经营状况分析 187

- 一、盈利能力分析 188
- 二、偿债能力分析 189
- 三、发展能力分析 190
- 四、营运能力分析 191

五、成本费用增长情况	192
第二节 重点企业三年经营数据对比分析	193
一、营口青花耐火材料股份有限公司经营状况分析	194
二、华新水泥股份有限公司经营状况分析	195
三、光宇集团有限公司经营状况分析	196
四、山东沂州水泥集团总公司经营状况分析	197
五、唐山冀东水泥股份有限公司经营状况分析	198
六、华润集团经营状况分析	199
七、博赛矿业（集团）经营状况分析	200
八、济南市青华山花岗集团总公司经营状况分析	201
九、青岛广源发集团经营状况分析	202
十、吉林亚泰水泥有限公司经营状况分析	203
十一、富士能（天津）光学有限公司经营状况分析	204
十二、山东金麒麟集团有限公司经营状况分析	205
十三、安徽枞阳海螺水泥公司经营状况分析	206
十四、安徽铜陵海螺水泥公司经营状况分析	207

第七章 典型企业分析 208

第一节 山东山水水泥集团有限公司 209

一、企业行业地位分析	210
二、公司基本评价	211
三、公司经营状况分析	212
四、公司发展规划及发展前景预测	213
五、2007 年重大发展事项及启示	214
（一）山水集团入选12户国家重点支持水泥企业	215
（二）山水集团荣获中国产品质量信誉AAA等级证书	216
（三）获得IFC贷款，筹备海外上市	217

第二节 耀华玻璃集团公司 218

一、企业行业地位分析	219
二、公司基本评价	220
三、公司经营状况分析	221
四、2006-2007 年重大发展事项及启示	222

（一）耀华玻璃集团海外建厂	223
（二）耀华玻璃集团进军太阳能玻璃	224
（三）耀华集团启动自洁净玻璃生产	225
（四）耀华玻璃巨额亏损	226

第四部分 行业风险提示及信贷投向建议 227

第八章 2007 年建材行业风险评价 228

第一节 宏观经济、政策风险分析及评价 229

一、宏观经济环境风险 230

二、固定资产投资带来的风险 231

三、国家宏观调控风险 232

四、信贷政策风险 233

四、汇率变动风险 233

第二节 建材行业产业政策风险分析及评价 234

一、节能规划 235

二、“十一五”规划思想的延续 236

第三节 建材市场风险分析及评价 237

第四节 建材行业经营风险分析及评价 238

第九章 细分子行业风险分析及评价 240

第一节 水泥行业风险分析及评价 241

一、市场供需风险：产能过剩 242

二、水泥出口持续快速增长的潜在风险 243

三、水泥行业经营风险分析 244

（一）结构不合理，经营风险加大 245

（二）兼并重组的风险 246

（三）控制价格的能力 247

（四）经营效益下降的风险 248

（五）企业融资风险 249

四、原材料供应风险分析 250

（一）电力供应风险分析 251

（二）煤炭供应风险分析 252

五、环保风险分析	253
第二节 玻璃行业风险分析及评价	254
一、结构调整的风险	255
二、经营风险	256
三、玻璃企业产业链延伸的风险	257
第三节 陶瓷行业风险分析及评价	258
一、出口增加带来贸易摩擦风险	259
二、出口退税税率下调的风险	260
三、其它风险分析	261
 第十章 “十一五”期间建材行业投资机会分析	 262
第一节 水泥行业投资机会分析	263
第二节 玻璃行业投资机会分析	264
第三节 陶瓷行业投资机会分析	265
一、投资领域分析	266
二、投资地域分析	267
（一）关注农村市场的开拓	268
（二）关注国际市场的开拓	269
 第十一章 2008年建材行业授信建议	 270
第一节 建材行业整体授信建议	271
一、新型建材及非金属新材料授信需谨慎	272
二、增加对节能和技术创新企业的授信	273
第二节 水泥行业授信建议	274
一、水泥行业总体运行特点	275
二、可增加对水泥行业整体的授信额度	276
三、重点关注区域龙头企业	277
四、重点关注新型干法加散装水泥的组合	278
第三节 玻璃行业授信建议	279
一、玻璃行业总体运行特点	280
二、银行授信应关注并购主题	281
三、增加对下游深加工企业的授信	282

附表

表1 不同所有制企业规模数量对比

表2 2007 年建材企业分地区、分类型统计情况

表3 分地区建材企业经营状况分析

表4 分类型、分所有制建材企业经营状况分析

表5 2007 年前三季度华北、西南地区水泥价格

表6 销售利润率排名前10地区

表7 销售利润率排名后10地区

表8 2007 年水泥行业并购与收购案例

表9 2007 年各省市平板玻璃产量及增长率

表10 2004—2007年各省区日用陶瓷累计产量及增长率

表11 截至2007 年11 月我国日用陶瓷业分地区指标值

表12 2007 年建材行业前20 家企业盈利能力

表13 2007 年建材行业前20 家企业偿债能力

表14 2007 年建材行业前20 家企业发展能力

表15 2007 年建材行业前20 家企业营运能力

表16 2007 年建材行业前20 家企业“三费”增长情况

表17 2004 ~ 2007年营口青花耐火材料股份有限公司经济运行状况

表18 2004 ~ 2007年华新水泥股份有限公司经济运行状况

表19 2004 ~ 2007年光宇集团有限公司经济运行状况

表20 2004 ~ 2007年山东沂州水泥集团总公司经济运行状况

表21 2004 ~ 2007年唐山冀东水泥股份有限公司经济运行状况

表22 2004 ~ 2007年江苏华润集团有限公司经济运行状况

表23 2004 ~ 2007年重庆市博赛矿业(集团)有限公司经济运行状况

表24 2004 ~ 2007年济南市青华山花岗集团总公司经济运行状况

表25 2004 ~ 2007年青岛广源发集团有限公司经济运行状况

表26 2004 ~ 2007年吉林亚泰水泥有限公司经济运行状况

表27 2004 ~ 2007年富士能(天津)光学有限公司经济运行状况

表28 2004 ~ 2007年山东金麒麟集团有限公司经济运行状况

表29 2004 ~ 2007年安徽枞阳海螺水泥股份有限公司经济运行状况

表30 2004 ~ 2007年安徽铜陵海螺水泥有限公司经济运行状况

表31 山东山水水泥集团主要指标占全国的比重

表32 2004 ~ 2007年山东山水水泥集团有限公司经济运行状况

表33 耀华玻璃集团主要指标占全国的比重

表34 2004 ~ 2007年中国耀华玻璃集团公司经济运行状况

表35 2007 年陶瓷出口反倾销事件

附图

图1 1998 年1 季度—2007年4 季度GDP季度累计同比增长率(%)

图2 1999 年8 月—2007年12 月社会消费品零售总额月度同比增长率(%)

图3 2007 年城镇固定资产投资状况

图4 2007 年细分产业固定资产投资比重

图5 2007 年4 季度工业增加值增长速度

图6 国家历次调价方案出台后主要石油产品的价格

图7 各月原煤产量图

图8 煤炭开采和洗选产品价格指数

图9 2007 年 电力、热力的生产和供应产品价格指数

图10 房地产开发与投资景气指数

图11 2007 年房地产实际完成投资额与累计同比增长率

图12 全国房地产销售价格指数变化图

图13 2007 年建材行业的现价总产值及其累计增长率

图14 2005 年11 月—2007 年11 月建材行业资产累计值

图15 2005 年11 月—2007 年11 月建材行业利润总额累计值

图16 2005 年11 月—2007 年11 月产品销售收入累计值

图17 2007 年建材行业的平均从业人数及其增长率

图18 2007 年建材行业的销售利润率、销售增长率及总资产增长率

图19 2007 年建材行业成本费用/利润总额累计值

图20 2007 年建材行业成本费用/销售收入、总资产贡献率累计值

图21 2007 年建材行业人均利润率累计值

图22 资产利润率、固定资产利润率和成本费用利润率累计值

图23 2007 年建材行业总资产周转率及流动资产周转率累计值

图24 2007 年建材行业资产负债率累计值

图25 2007 年建材行业已获利息倍数和应收账款周转率累计值

图26 2007 年建材行业销售成本比重累计值

图27 销售费用比重、管理费用比重、财务费用比重累计值

图28 2007 年建材企业分所有制统计情况

图29 2007 年各月份水泥产量及同比增长率

图30 各年度水泥产量及累计增长率

图31 2007 年各月份水泥价格指数

图32 2007 年各月份平板玻璃产量及同比增长率

图33 各年度平板玻璃产量及累计增长率

图34 2007 年各月份平板玻璃的价格指数

图35 2007 年各月份日用陶瓷产量及同比增长率

图36 2007 年各月份陶瓷产品出厂的价格指数

图37 2007-2010 年日用陶瓷需求预测

图38 2007 年建材行业企业销售毛利率排名前三的企业盈利能力对比

图39 2007 年建材行业企业销售毛利率排名后三的企业盈利能力对比

图40 2007 年建材行业企业销售收入前20 名流动资产比率分布

图41 全社会固定资产投资与水泥销售收入的增长关系

图42 不同规模企业数量所占比重

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48246.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。