



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国陶瓷市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国陶瓷市场市场分析及发展趋势研究报告》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/48467.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

据国家统计局的数据显示：2007年1-12月，中国陶瓷制品累计总产值（现价）为9799562万元，同比增长35.9%；产销率累计为97.04%。

2007年1-12月，中国日用陶瓷累计完成量为1401627万件，同比增长21.54%。

2007年国家进一步降低陶瓷产品的出口退税税率，提高陶瓷行业开展加工贸易的门槛，同时加大环保、节能措施的执行力度，使国内陶瓷业的生产 and 出口发生了明显变化。据海关统计，2007年，我国共出口陶瓷产品(下称陶瓷)66.4亿美元，与上年相比(下同)增长5.5%，增幅较2006年回落19.4个百分点。

经过多年的发展，我国陶瓷产业具有较强的出口能力和竞争优势。但是陶瓷业的高能耗、高污染、低产出问题依然比较突出。2007年国家采取了连续出台了一系列关于限制“两高一资”产品出口、大幅调低陶瓷产品出口退税率和提高陶瓷行业开展加工贸易门槛等调控措施，促使陶瓷产业升级转型。短期来看，政策调整对陶瓷产品出口和行业利润率等具有一定的冲击，加上人民币持续升值、原材料价格上涨、劳动力成本上升以及国际贸易壁垒等问题，陶瓷业的发展面临着较大的挑战，但是长远来看，政策调整有助于行业的优胜劣汰和技术革新，促使行业产品的结构优化。

本报告数据来源于国家统计局、国务院发展研究中心、海关总署、中国陶瓷工业协会等权威机构，全文以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表重点分析了2007年中国陶瓷市场及其细分市场、通过对陶瓷行业的发展现状及发展趋势的描述和分析，得出我国陶瓷产业新的发展局势。报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精确、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，使其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。是陶瓷企业及计划投资陶瓷行业的投资机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行状况，正确制定企业竞争战略和投资策略的重要参考资料。

【 目录 】

第一章 陶瓷相关概述

第一节 陶瓷定义与分类

一、陶瓷的定义

二、陶瓷的分类

第二节 陶瓷业的发展历程

第三节 现代陶瓷主要应用领域

一、结构陶瓷

二、陶瓷基复合材料

三、功能陶瓷

第二章 中国陶瓷业宏观环境分析

第一节 中国陶瓷业政策环境分析

一、中国建筑卫生陶瓷环保行业标准

二、出口退税

三、《建筑卫生陶瓷产品单位能源消耗限额》

第二节 中国陶瓷业技术环境分析

一、中国陶瓷技术发展分析

二、陶瓷材料加工技术发展分析

第三章 2007-2008年中国陶瓷行业运行分析

第一节 中国陶瓷制造行业现状

一、中国陶瓷行业现状

二、中国陶瓷行业存在的问题分析

第二节 2007-2008年中国陶瓷产量情况

一、2007-2008年日用陶瓷产量

二、2007-2008年全国及各地区卫生陶瓷产量

第三节 2007-2008年中国陶瓷制品制造产值完成情况（现价）

一、2007年中国陶瓷制品制造产值完成情况（现价）

二、2008年中国陶瓷制品制造产值完成情况（现价）

第四节 2007年中国陶瓷进出口分析

一、2007年中国陶瓷进口分析

二、2007年我国陶瓷出口增幅大幅回落

三、2007年中国陶瓷出口价格分析

四、2007年中国陶瓷出口区域变化情况

第四章 2007年中国陶瓷制品制造行业综合运营数据

第一节 2007年中国陶瓷制品制造行业产销情况

一、2007年中国陶瓷制品制造行业产成品

二、2007年陶瓷制品制造工业总产值

三、2007年陶瓷制品制造产品销售收入

第二节 2007年中国陶瓷制品制造行业成本费用情况

一、2007年陶瓷制品制造产品销售成本

二、2007年陶瓷制品制造产品销售费用

三、2007年陶瓷制品制造管理费用

四、2007年陶瓷制品制造财务费用

第三节 2007年中国陶瓷制品制造行业资产负债情况

一、2007年陶瓷制品制造资产总计

二、2007年陶瓷制品制造负债合计

三、2007年陶瓷制品制造资产负债率

第四节 2007年中国陶瓷制品制造行业规模情况

一、2007年陶瓷制品制造企业单位数

二、2007年陶瓷制品制造全部从业人员平均人数

第五节 2007年中国陶瓷制品制造行业效益情况

一、2007年陶瓷制品制造利润总额

二、2007年陶瓷制品制造产值利税率

三、2007年陶瓷制品制造成本费用利润率

四、2007年陶瓷制品制造资金利税率

五、2007年陶瓷制品制造产成品资金占用率

第六节 2007年中国陶瓷制品制造行业亏损情况

一、2007年陶瓷制品制造亏损企业单位数

二、2007年陶瓷制品制造亏损企业亏损总额

第七节 2007年中国陶瓷制品制造业不同规模企业主要经济指标

一、2007年中国陶瓷制品制造业大型企业主要经济指标

二、2007年中国陶瓷制品制造业中型企业主要经济指标

三、2007年中国陶瓷制品制造业小型企业主要经济指标

第八节 2007年中国陶瓷制品制造业不同经济类型企业主要经济指标

一、2007年中国陶瓷制品制造业国有企业主要经济指标

二、2007年中国陶瓷制品制造业集体企业主要经济指标

三、2007年中国陶瓷制品制造业股份合作企业主要经济指标

四、2007年中国陶瓷制品制造业股份制企业主要经济指标

五、2007年中国陶瓷制品制造业私营企业主要经济指标

六、2007年中国陶瓷制品制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标

七、2007年中国陶瓷制品制造业其它经济类型企业主要经济指标

第九节 2006-2007年陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

一、2006年陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

二、2007年陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

第五章 2007年中国建筑陶瓷发展分析

第一节 中国建筑陶瓷行业现状

一、建筑陶瓷业现状分析

二、影响建筑陶瓷业发展的宏观因素

第二节 中国建筑陶瓷产品出口存在的问题分析

第三节 建筑陶瓷的发展趋势

第六章 2006 - 2007年中国卫浴陶瓷发展分析

第一节 2006年中国卫浴陶瓷行业运行情况

一、卫浴市场情况分析

二、产品卖点分析

三、产品价格竞争分析

第二节 2006年中国卫生陶瓷产量统计

一、2006年卫生陶瓷全国产量统计

二、2006年华北地区卫生陶瓷产量统计

三、2006年华东地区卫生陶瓷产量统计

四、2006年华中地区卫生陶瓷产量统计

五、2006年华南地区卫生陶瓷产量统计

六、2006年西南地区卫生陶瓷产量统计

七、2006年西北地区卫生陶瓷产量统计

第三节 2007年中国卫浴陶瓷市场运行情况

一、2007年卫浴市场流行趋势分析

二、2007年卫浴产品价格情况

第四节 卫浴产品营销分析

一、卫浴品牌终端展示设计分析

二、卫浴营销分析

三、中国卫浴渠道策略

第五节 卫浴市场竞争分析

一、卫浴行业竞争现状

二、国内外卫浴品牌优劣势分析

三、高档卫浴品牌的增值战

四、卫浴企业价格战分析

五、品牌竞争格局分析

第六节 中国卫浴市场发展预测

一、卫浴市场发展预测

二、卫浴装修趋势

第七章 其它陶瓷制造业的发展分析

第一节 日用陶瓷发展分析

一、中国现代日用陶瓷工业发展现状

二、存在问题及对策

第二节 特种陶瓷

一、特种陶瓷概述

二、特种陶瓷发展情况

三、纳米陶瓷及其应用前景

第三节 新型陶瓷产品

一、智能陶瓷发展状况

二、陶瓷纤维发展的现状与趋势

三、新型陶瓷刀具材料发展现状与前景

第四节 艺术陶瓷

第八章 中国陶瓷行业区域市场分析

第一节 山东陶瓷产业发展分析

一、山东陶瓷产业发展SWOT分析

二、山东陶瓷市场现状分析

三、淄博陶瓷产业发展分析

第二节 福建陶瓷产业发展分析

一、福建陶瓷产业发展现状

二、德化陶瓷发展分析

三、晋江陶瓷产业发展分析

第三节 广东陶瓷产业分析

一、广东建卫陶瓷行业特点与存在问题分析

二、佛山陶业发展之路的分析和展望

三、广东梅州陶瓷业发展情况

四、广东高要市白土镇陶瓷产业发展情况

五、深圳建材行业发展情况

六、广东陶瓷产业的发展战略

第四节 四川陶瓷产业发展分析

一、四川卫浴营销分析

二、成都卫浴行业发展情况

三、夹江陶瓷产业发展现状

第五节 北京卫生陶瓷产业发展分析

一、奥运推动北京卫浴企业发展

二、本土卫浴企业进军北京市场SWOT分析

三、伊奈旗舰店登陆北京卫浴市场

第六节 唐山卫生陶瓷产业现状及发展分析

一、企业现状概述

二、出口保持快速增长的态势

三、目前存在的主要问题

四、唐山卫生陶瓷产业发展的思考

第七节 景德镇陶瓷行业SWOT分析及对策

一、景德镇陶瓷行业的SWOT分析

二、景德镇陶瓷行业发展的对策分析

第九章 陶瓷制造业原材料及装备分析

第一节 陶瓷原料

- 一、中国陶瓷原料概况
- 二、陶瓷原料分类
- 三、广东省陶瓷原料的资源分布概况

第二节 陶瓷颜料

- 一、陶瓷颜料分类及调色
- 二、陶瓷颜料提价增加陶瓷企业成本

第三节 陶瓷釉料

第四节 陶瓷废料的综合利用现状

- 一、废料的来源与分类
- 二、国内外的综合利用

第五节 陶瓷装备

- 一、中国现代化陶瓷装备的发展现状
- 二、中国建筑陶瓷成套技术装备的现状

第十章 陶瓷业竞争分析

第一节 世界陶瓷市场竞争分析

第二节 中国陶瓷市场竞争分析

- 一、中国陶瓷产业竞争现状
- 二、中国陶瓷品牌竞争分析

第三节 中外陶磁企业差距对比

- 一、国际意识
- 二、开发设计
- 三、技术工艺
- 四、产品质量
- 五、品牌意识
- 六、人才素质
- 七、企业管理
- 八、规模实力
- 九、经营方略

十、发展战略

第四节 中国陶瓷工业在国际竞争中面临的问题分析

- 一、自身优势逐步弱化
- 二、成本压力无法释放
- 三、难以适应市场变化
- 四、管理营销手段落后
- 五、国际竞争风险增加

第十一章 中国陶瓷业部分重点企业分析

第一节 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、2007年经营数据

第二节 唐山陶瓷股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、2007年经营数据

第三节 山东金岭矿业股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、2007年经营数据

第四节 广东东鹏陶瓷股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司发展历程

第五节 鹰牌控股有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、2005-2007年公司发展情况

第十二章 中国陶瓷行业发展战略与投资分析

第一节 中国陶瓷行业发展预测

第二节 陶瓷企业发展策略分析

第三节 中国陶瓷业产业集群升级对策

- 一、集群对中国陶瓷业的重要性
- 二、建立特色陶瓷工业园
- 三、构建创新体系

四、积极发挥政府在陶瓷业产业集群发展中的引导作用

第四节 卫浴品牌优化策略

一、名牌卫浴的四个特点

二、当前卫浴品牌塑造存在的问题

三、当前卫浴品牌塑造优化建议

四、当前卫浴企业导入视觉识别（VI）系统存在的问题

五、品牌传播执行分析

六、当前卫浴品牌塑造优化策略

第五节 中国陶瓷业投资机会分析

一、陶瓷工艺家具的市场开拓潜力非常巨大

二、中国建陶投资海外时机成熟

三、藏铁路线开通给陶瓷业带来新机遇

四、卫浴行业发展新机遇

部分图表目录

图表 2008年1-3月陶瓷制品制造产值完成情况（现价）

图表 2008年1-3月日用陶瓷产量

图表 2008年1-3月全国卫生陶瓷产量统计

图表 2008年1-3月北京卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月河北卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月天津卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月山西卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月上海卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月江苏卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月浙江卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月安徽卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月福建卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月山东卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月河南卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月湖北卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月湖南卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月广东卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月广西卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月四川卫生陶瓷产品产量统计

图表 2008年1-3月重庆卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年中国陶瓷进口额

图表 2007年中国陶瓷出口额

图表 2007年1-12月陶瓷制品制造产值完成情况（现价）

图表 2007年1-12月日用陶瓷产量

图表 2007年1-12月全国卫生陶瓷产量统计

图表 2007年1-12月北京卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月河北卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月天津卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月山西卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月上海卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月江苏卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月浙江卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月安徽卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月福建卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月山东卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月河南卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月湖北卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月湖南卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月广东卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月广西卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月四川卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-12月重庆卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年陶瓷制品制造产成品

图表 2007年陶瓷制品制造工业总产值（当年价格）

图表 2007年陶瓷制品制造产品销售收入

图表 2007年陶瓷制品制造产品销售成本

图表 2007年陶瓷制品制造产品销售费用

图表 2007年陶瓷制品制造管理费用

图表 2007年陶瓷制品制造财务费用

图表 2007年陶瓷制品制造资产总计

图表 2007年陶瓷制品制造负债合计

图表 2007年陶瓷制品制造资产负债率

图表 2007年陶瓷制品制造企业单位数

图表 2007年陶瓷制品制造全部从业人员平均人数

图表 2007年陶瓷制品制造利润总额

图表 2007年陶瓷制品制造产值利税率

图表 2007年陶瓷制品制造成本费用利润率

图表 2007年陶瓷制品制造资金利税率

图表 2007年陶瓷制品制造产成品资金占用率

图表 2007年陶瓷制品制造亏损企业单位数

图表 2007年陶瓷制品制造亏损企业亏损总额

图表 2007年中国陶瓷制品制造业大型企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业中型企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业小型企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业国有企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业集体企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业股份合作企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业股份制企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业私营企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标

图表 2007年中国陶瓷制品制造业其它经济类型企业主要经济指标

图表 2000-2007年四维控股成长性指标

图表 2000-2007年四维控股经营能力指标

图表 2000-2007年四维控股盈利能力

图表 2000-2007年四维控股偿债能力指标

图表 2000-2007年唐山陶瓷成长性指标

图表 2000-2007年唐山陶瓷经营能力指标

图表 2000-2007年唐山陶瓷盈利能力

图表 2000-2007年唐山陶瓷偿债能力指标

图表 2000-2007年金岭矿业成长性指标

图表 2000-2007年金岭矿业经营能力指标

图表 2000-2007年金岭矿业盈利能力

图表 2000-2007年金岭矿业偿债能力指标

图表 2007年2月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年5月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年8月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年11月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年2月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年3月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年4月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年5月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年6月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年7月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年8月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年9月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年10月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年11月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年12月陶瓷制品制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 典型电子陶瓷材料重大发现历程表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48467.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。