



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国陶瓷行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国陶瓷行业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/48478.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

国家上调准备金率、加息、新劳动法的实施、新企业所得税法以及国家对节能减排措施的落实，这些促成了2008年我国陶瓷业出现挑战与机遇并存的拐点。以政府为主导的行业调整、整顿，使得整个行业的产能更加集中，市场也更加集中。淘汰落后产能，使行业资源集中在优势的企业上，对企业来讲是规范和提升。陶瓷企业从产品经营到资本运营的跨越则是斯米克的上市，标志着陶瓷企业在经营管理上的一个转折。2008年机遇与挑战并存，是陶瓷行业大洗牌的阶段，能否把经营战术和最终定位结合到最好，能否结合和运用各种因素，获得最大的效益，决定着企业成败。对于这些问题陶瓷企业要如何应对？

2007年我国建筑陶瓷产业的形势发展基本是上年行业发展的一个延续，保持着持续增长，产销两旺，产品出口总量进一步增加，出现了前所未有的以扩张及再布局为内涵的行业大转移，节能减排对行业提出了新的挑战，技术创新、品牌建设、全面营销、进一步做大做强做精都是我国建筑陶瓷行业的主旋律。行业龙头企业诺贝尔新一轮扩张中，九江胜出的消息即可以视作陶瓷行业一线企业的2007年扩张步伐到此嘎然而止，全部完成了既定动作；也可以视作一线品牌陶瓷企业已在“圈地”上成功抽身，着手为下步品牌经营上的“硬碰硬”较量作起了准备；更可以视作陶瓷产业的布局大势由此敲定，江西成为此番转移中的最大赢家不可逆转。而从更深层次上讲，未来广东、江西作为担纲中国陶瓷发展的东西两翼。

从目前陶瓷企业投资的地方来看，我国新上的陶瓷企业不仅遍布全国，而且我国陶瓷产区企业的分布也存在发生变动，这不仅是各地政府在招商引资方面的竞争，也是各企业新一轮的资源分割大战。一些大企业在新一轮扩张中，在全国的布点不只一个，而是可能多至四五个。过去认为受行业特点限制，不可能出现的销售额上百亿的大集团将有可能在未来5-10年内出现。陶瓷行业面对的竞争对手不仅是国内企业，也包括意大利、西班牙等陶瓷发达国家。在企业全球化过程中，中国陶瓷企业必须从国际化走向全球整合。这其中包括三个阶段。第一个阶段就是国际化阶段，第二个阶段就是跨国企业阶段，第三个阶段是全球整合阶段。所谓国际化阶段，企业在国内，产品在国际上销售，这是企业全球化最低级的阶段；第二个阶段是跨国阶段，即企业在不同的国家有独立的法人和独立的分支机构，产品也在国外卖；第三个阶段是在全球整合阶段，即企业在全世界不同的国家有独立运作的法人机构，同时这些独立的法人机构公司之间配置是优化的，是适宜的，是优化的。

【 目录 】

第一部分 行业发展概况分析

第一章 陶瓷业概述 1

第一节 陶瓷相关概念与分类 1

一、陶瓷的定义 1

二、陶瓷的分类 1

第二节 陶瓷工业概述 3

一、狭义陶瓷工业 3

二、广义陶瓷工业 3

三、陶瓷生产概述 3

第三节 现代陶瓷主要应用领域 9

一、结构陶瓷 9

二、陶瓷基复合材料 10

三、功能陶瓷 11

第二章 世界陶瓷制造业 13

第一节 世界陶瓷行业发展现状 13

一、全球陶瓷市场走势特色 13

二、国际陶瓷市场发展趋势预测分析 13

第二节 美国 14

一、2010年美国陶瓷市场需求预测 14

二、2007年美国陶瓷进口状况 15

三、多功能数字化陶瓷窑炉研发状况 16

第三节 意大利 16

一、意大利陶瓷继续引领世界潮流趋势 16

二、意大利建陶产品生产、贸易和市场分析 17

三、意大利陶瓷和耐火材料状况分析 18

四、意大利smaltochimica瓷砖投资动向分析 19

五、意大利瓷砖抢占中国仿古市场 19

六、意大利瓷砖要素分析 19

第四节 日本	20
一、日本陶瓷企业分布情况	20
二、日本陶瓷企业发展策略	20
三、日本陶瓷行业技术与管理	21
四、日本建筑陶瓷与陶瓷印花技术发展介绍	22
第五节 英国	23
一、英国陶瓷业近况调查	23
二、英国陶瓷市场规模状况	24
三、英国瓷器中的中国元素	24
第六节 其他国家/地区	26
一、2008年乌兹别克斯坦进口情况分析	26
二、法国利摩日瓷器发展状况	26
三、2007年俄罗斯建材和陶瓷市场商机呈现	30
四、中亚市场陶瓷产品需求分析	31
五、乌兹别克斯坦建材工业前景透析	32
第七节 陶瓷技术发展	33
一、CBT研发瓷砖情况分析	33
二、微型干压氧化铝陶瓷部件概况	33
三、铬铁合金生产陶瓷玻璃色料	33
四、新型高压陶瓷注浆模具	34
五、陶瓷信息存储传递的新方式	34
六、欧洲陶瓷釉料新技术	35
第八节 国际陶瓷企业发展动态	38
一、2007年柬埔寨苏利亚陶瓷展销状况	38
二、欧洲陶瓷工作中心概况	39
三、2008年法国陶瓷技术机构发展动向	39
四、2007年英国瓷砖成本概况	40
五、未来几年美国陶瓷市场对华开放	40
六、2007年意大利颜料制造商动向分析	41

第二部分 行业发展现状及进出口分析

第三章 我国陶瓷制造业 43

第一节 中国陶瓷制造行业概述	43
一、2007年中国陶瓷行业发展状况	43
二、2007年中国陶瓷发展态势回顾	45
三、2007年中国陶瓷行业十大热点分析	46
第二节 我国陶瓷行业经济数据分析	47
一、2007年我国陶瓷行业生产数据分析	47
二、2007年全国国有企业陶瓷制造数据分析	49
三、2007年全国集体企业陶瓷制造数据分析	55
四、2007年全国股份制企业陶瓷制造数据分析	60
五、2007年全国股份合作企业陶瓷制造分析	67
六、2007年全国私营企业陶瓷制造数据分析	72
七、2007年全国外商投资企业陶瓷制造数据分析	77
八、2007年行业收入前十家企业数据分析	84
九、2007年我国陶瓷行业主各地区经济运行分析	84
第三节 我国陶瓷制造业存在的问题	124
一、中国陶瓷工业发展的弊病	124
二、陶瓷行业发展的瓶颈	129
三、传统陶瓷业发展策略	132
四、我国陶瓷行业盈利模式状况	133
五、中国陶瓷品牌运作八大弱点	135
第四节 我国陶瓷市场现状分析	139
一、解析中国名牌失而复得引	139
二、总部经济简析	139
三、2007年陶瓷市场分析	139
四、陶瓷企业的奥运商机	141
五、新标准出台	142
六、中国企业拓展海外市场	142
七、陶瓷行业重新布局	142
第五节 我国陶瓷市场发展分析	143
一、国内陶瓷企业上市状况	143
二、诺贝尔股权结构转换	143
三、陶瓷行业格局改变	144

- 四、惠达、箭牌进军瓷砖领域 145
- 五、2007年全国最大单品陶瓷店情况 145
- 六、2007年箭牌与清华大学人体工程学研究状况 145

第四章 我国陶瓷制品进出口分析 147

第一节 我国陶瓷产品进出口总体情况 147

- 一、2007年我国陶瓷进口情况 147
- 二、2007年陶瓷制品出口退税情况 149
- 三、近年来俄对中国陶瓷器皿的进口状况 149
- 四、2008年建陶业出口风险分析 149

第二节 2007-2008年各地陶瓷制品出口情况 150

- 一、2007年无锡卫生陶瓷出口情况 150
- 二、2008年焦作市陶瓷出口前景分析 151
- 三、2008年临沂市陶瓷进出口状况 152
- 五、2007年河南省陶瓷出口状况 153
- 六、2007年景德镇陶瓷出口状况 153
- 七、2007年广东日用陶瓷、美术陶瓷出口状况 154

第三节 各种陶瓷制品进出口统计 156

- 一、2008年1月度耐火陶瓷制品进出口 156
- 二、2008年1月建筑陶瓷进出口 157
- 三、2008年1月特种用途陶瓷器进出口 159
- 四、2008年1月家用卫浴陶瓷进出口 160
- 五、2008年1月其他陶瓷制品进出口 161

第四节 2008年我国陶瓷制造业进出口数据分析 162

- 一、2008年1月我国各省市陶瓷进口情况 162
- 二、2008年1月我国各省市陶瓷出口情况 168

第五节 中国陶瓷主要出口市场分析 174

- 一、德国仿古瓷和咖啡具走俏 174
- 二、法国铅镉高含量日用瓷滞销 174
- 三、西班牙偏爱东方特色花面 174
- 四、英国美术陶瓷需求强劲 175
- 五、意大利钟情紫砂陶壶 175

- 六、澳大利亚流行铁瓷和铁石瓷 175
- 七、新加坡管制严销路窄 176
- 八、日本青睐旧瓷新包装 176
- 九、加拿大要求质优价廉 177
- 十、墨西哥喜欢中国产陈设瓷、花瓶 177
- 十一、美国要求花面淡雅明快 177
- 第六节 我国陶瓷制品进出口的机遇与挑战 177
 - 一、印度对中国陶瓷反倾销状况分析 177
 - 二、菲律宾陶瓷进口关税近况分析 179
 - 三、2007年埃及对中国陶瓷餐具反倾销状况 180
 - 四、2007年我国陶瓷出口格局裂变分析 180

第三部分 行业细分市场及经济要素分析

第五章 我国陶瓷细分市场分析 183

第一节 建筑陶瓷 183

- 一、建筑陶瓷产业的新格局 183
- 二、中国建筑陶瓷行业的大抉择 186
- 三、2007年建陶行业品牌动态 188
- 四、建筑陶瓷企业品牌提升状况分析 188
- 五、我国建筑陶瓷企业发展方向分析 191
- 六、2008年中国建筑陶瓷市场简析 193
- 七、瓷砖销售全面挺进品牌时代 194

第二节 卫浴陶瓷 195

- 一、全球最新的六大卫浴潮流趋势 195
- 二、瓷砖和卫浴市场情况 196
- 三、卫浴陶瓷业经营分析 197
- 四、解析2007年陶瓷卫浴技术状况 198
- 五、国产卫浴陶瓷争夺高端市场 203
- 六、2007年新的陶瓷业国际标准出台 206
- 七、2008卫浴产品主流品牌 207

第三节 日用陶瓷 212

- 一、我国现代日用陶瓷市场浅析 212

二、日用陶瓷行业发展多重压力简析	216
三、我国日用陶瓷企业发展瓶颈评析	218
四、日用陶瓷企业营销问题与解决对策	220
第四节 特种陶瓷	224
一、特种陶瓷分类	224
二、我国特种陶瓷市场需求状况分析	225
三、佛山特种陶瓷近况	227
四、特种陶瓷"探路"汽配业	228
五、特种陶瓷刀具研究动向	228
第五节 艺术陶瓷	232
一、我国现代陶瓷艺术发展中的误区	232
二、艺术陶瓷市场分析	237
三、艺术陶瓷的收藏价值分析	239
四、2008年出口艺术陶瓷最新政策	241
五、艺术陶瓷现状和前景分析	242
第六节 新型先进陶瓷	244
一、先进陶瓷材料发展现状	244
二、先进陶瓷发展方向	244
三、先进陶瓷应用领域与特性介绍	246
第六章 陶瓷制造主要产区分析	248
第一节 广东省	248
一、佛山陶瓷与总部经济发展	248
二、佛山陶瓷企业转移扩张概况分析	249
三、陶瓷产业转移对佛山陶都的影响	252
四、佛山特种陶瓷发展情况	253
五、佛山陶瓷经营方略转变	254
六、佛山陶瓷国际市场扩张	257
七、2008年佛山陶瓷卫浴出口状况	259
第二节 山东省	260
一、淄博陶瓷市场现状描述	260
二、淄博市陶瓷业竞争优势分析	263

三、淄博市陶瓷企业问题与对策	264
四、淄博陶瓷出口对策	265
五、2007年淄博陶瓷开发国际市场动向	267
六、山东省陶瓷产业发展策略	268
第三节 江西省	268
一、2007年江西产业发展状况及前景	268
二、江西陶瓷借机遇转型	270
三、九江发展方向分析	272
四、景德镇陶瓷产业特点分析	273
五、景德镇陶瓷基地建设情况	275
六、2007年景德镇市陶瓷产业经营状况	276
七、2007年景瓷出口情况	276
八、景德镇瓷业将创意注入古老产业	276
第四节 福建省	279
一、福建陶瓷企业概况	279
二、福建陶瓷瓶颈分析	283
三、福建陶瓷产业竞争策略	284
四、福建陶瓷行业现状分析	286
五、福建陶瓷行业发展分析	288
六、福建陶瓷产品发展方向分析	289
第五节 四川夹江	291
一、四川夹江产业发展态势分析	291
二、夹江陶瓷企业发展瓶颈简析	292
三、夹江陶瓷产业的竞争力策略分析	293
四、夹江陶瓷产业市场状况分析	296
五、夹江陶瓷产业群概况	297
第六节 河北唐山	298
一、唐山卫生陶瓷产业概况	298
二、唐山陶瓷企业现状概述	299
三、唐山陶瓷出口情况分析	300
四、唐山陶瓷行业问题与对策	301
五、唐山卫生陶瓷产业发展的思考	302

六、唐山陶瓷科行业规模策略分析	303
七、唐山陶瓷产业升级状况分析	305
第七节 沈阳法库	308
一、沈阳陶瓷市场容量情况分析	308
二、沈阳陶瓷批发集散中心近况	309
三、沈阳法库陶瓷产业集群概况	309
四、法库陶瓷产业经济格局评析	311
第七章 陶瓷制造业原材料及装备分析	313
第一节 陶瓷原料	313
一、我国陶瓷原料概述	313
二、陶瓷原料分类	315
三、镁硅酸盐原料的应用领域	316
四、广东省陶瓷原料的资源分布概况	319
五、广东陶瓷原料企业经营状况分析	322
六、瓷都潮州瓷土开采状况分析	323
七、东南亚陶瓷等原料分布情况	325
第二节 陶瓷颜料	328
一、建筑卫生陶瓷色料简述	328
二、陶瓷墙地砖新原料研发状况分析	330
三、我国新纳米陶瓷涂料原材料研发状况	330
第三节 陶瓷釉料	331
一、我国建陶卫陶釉料技术工艺发展综述	331
二、2007年陶瓷色釉料出口退税情况分析	335
三、台商中国制釉集团2008年动向分析	335
第四节 陶瓷装备	336
一、中国陶瓷装备业的现状和出路分析	336
二、中国现代建筑陶瓷机械装备业概述	337
三、中国陶瓷装备制造业状况分析	339
四、陶瓷业装备发展趋势预测	340

第四部分 行业竞争及企业分析

第八章 陶瓷业竞争状况	341
第一节 陶瓷业竞争现状及趋势分析	341
一、2008年陶瓷业期待全局谋变	341
二、中国陶瓷品牌大战情况分析	342
三、精密陶瓷形成新的市场竞争局面	344
四、2008年陶瓷出口企业处境分析	345
五、陶瓷行业未来竞争市场分析	346
六、我国陶瓷企业发展趋势简析	347
第二节 建卫陶瓷竞争状况	348
一、2007年国内建筑陶瓷行业竞争概况	348
二、陶瓷卫浴竞争范围状况分析	351
三、国内高端市场竞争概况	352
四、海外巨头高端卫浴竞赛概况分析	356
第三节 我国陶瓷业竞争策略分析	359
一、陶瓷企业竞争策略分析	359
二、陶瓷行业实力赢市场	361
三、陶瓷业知名企竞争策略	363
四、确保陶瓷企业竞争优势策略	364
第四节 陶瓷业营销策略分析	366
一、陶瓷品牌整合营销	366
二、从营销立场看陶瓷行业产品开发失误	371
三、陶瓷异地展销应注重市场调查	375
四、“姚明模式”对建陶企业营销启示	377
第九章 优势企业分析	380
第一节 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司	380
一、公司简介	380
二、2007年财务分析	381
三、公司最新动态	385
第二节 唐山陶瓷股份有限公司	386
一、公司简介	386
二、2007年财务分析	386

三、公司重组成功	388
第三节 江苏高淳陶瓷股份有限公司	389
一、公司简介	389
二、2007年财务分析	390
三、公司最新动态	392
第四节 福建冠福现代家用股份有限公司	393
一、公司简介	393
二、冠福家用战略上的转型	397
三、2007年财务分析	399
四、冠福家用推进复制战略	402
第五节 上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司	403
一、企业概况	403
二、斯米克财务现状和未来预测	405
三、公司的主要竞争优势	411
四、2007年募集资金项目	412
第六节 唐山惠达陶瓷(集团)股份有限公司	413
一、公司简介	413
二、惠达陶瓷提速国际化战略	415
三、惠达陶瓷获“中国厨卫百强企业”称号	416
四、2008年惠达陶瓷发展计划	416
第七节 广东东鹏陶瓷股份有限公司	417
一、公司简介	417
二、2007年东鹏陶瓷经营状况	418
三、2008年东鹏陶瓷发展计划	419
第八节 鹰牌控股有限公司	420
一、公司简介	420
二、2007年公司经营状况	421
三、公司最近动态	422
第九节 广东新中源陶瓷有限公司	424
一、公司概况	424
二、新中源陶瓷经营模式	425
三、新中源陶瓷节能减排情况分析	426

第十节 天纬T&W陶瓷有限公司 428

- 一、公司简介 428
- 二、天纬T&W陶瓷质量策略 428
- 三、天纬T&W“云新品概况 429

第十一节 东陶(TOTO)公司 430

- 一、公司简介 430
- 二、2007年TOTO节水洁具新品 431
- 三、2008年TOTO公司动态 433

第十二节 科勒(Kohler)公司 434

- 一、公司简介 434
- 二、公司投资状况分析 435
- 三、公司动态简析 436

第五部分 行业发展趋势及策略分析

第十章 陶瓷行业发展预测 439

第一节 陶瓷行业发展趋势 439

- 一、陶瓷行业发展趋势概况 439
- 二、中国建陶未来发展的八大预测 439
- 三、电子智能洁具趋势分析 444
- 四、2008年时尚陶瓷三大流行趋势 444
- 五、2008年瓷砖发展趋势 446
- 六、当前陶瓷窑炉设计与发展趋势 448
- 七、陶瓷卫浴业未来10年将巨变 451
- 八、五年内陶瓷市场走势分析 452

第二节 2008年陶瓷行业展望 452

- 一、2008年陶瓷行业市场和产能状况 452
- 二、2008年陶瓷行业节能减排情况分析 453
- 三、2008年陶瓷行业技术创新分析 456

第三节 2008年建筑陶瓷行业五大趋势 458

- 一、节能降耗 459
- 二、供大于求 459
- 三、自主创新 460

四、循环经济	460
五、企业并购	460
第四节 陶瓷企业品牌发展策略分析	461
一、我国陶瓷企业的品牌战略浅析	461
二、陶瓷企业品牌由战术走向战略	464
三、制约陶瓷品牌发展三大问题	465
四、我国陶瓷业创造品牌服务评析	467
五、我国陶瓷品牌形象问题研究和对策	468
六、陶瓷品牌建设基础分析	472
七、我国陶瓷企业的品牌战略的对策	474

图表目录

图表：意大利各类建筑陶瓷平均制造成本	18
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	47
图表：2007年1-12月国有企业陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	49
图表：2007年1-12月国有企业大型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	51
图表：2007年1-12月国有企业中型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	52
图表：2007年1-12月国有企业小型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	54
图表：2007年1-12月集体企业陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	55
图表：2007年1-12月集体企业中型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	57
图表：2007年1-12月集体企业小型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	59
图表：2007年1-12月股份制企业陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	60
图表：2007年1-12月股份制企业大型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	62
图表：2007年1-12月股份制企业中大型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	64
图表：2007年1-12月股份制企业小型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	66
图表：2007年1-12月股份合作企业陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	67
图表：2007年1-12月股份合作企业中型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	69
图表：2007年1-12月股份合作企业小型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	70
图表：2007年1-12月私营企业陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	72
图表：2007年1-12月私营企业中型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	74
图表：2007年1-12月私营企业小型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	76
图表：2007年1-12月外商企业陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	77

图表：2007年1-12月外商企业大型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	79
图表：2007年1-12月外商企业中型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	80
图表：2007年1-12月外商企业小型陶瓷制品制造主要经济指标全国合计	82
图表：2007年11月陶瓷行业销售收入前十家主要经济指标	84
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标北京市合计	84
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标天津市合计	86
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标河北省合计	87
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标山西省合计	89
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标内蒙古合计	90
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标辽宁省合计	92
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标吉林省合计	93
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标黑龙江省合计	95
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标上海市合计	96
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标江苏省合计	98
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标浙江省合计	100
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标安徽省合计	101
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标福建省合计	103
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标江西省合计	104
图表：2007年1-12月陶瓷制品制造主要经济指标山东省合计	106
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标河南省合计	107
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标湖北省合计	109
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标湖南省合计	110
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标广东省合计	112
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标广西省合计	113
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标重庆市合计	114
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标四川省合计	116
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标贵州省合计	117
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标云南省合计	118
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标陕西省合计	120
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标甘肃省合计	121
图表：2007年1-12月陶瓷行业主要经济指标宁夏回族自治区合计	123
图表：2007年6月份陶瓷产品供应比例	140

图表：2007年7月份陶瓷产品供应比例	140
图表：2007年6月份陶瓷产品求购比例	141
图表：2007年7月份陶瓷产品求购比例	141
图表：2008年1月硅质化石粉等硅土砖、块、瓦及其他陶瓷制品进口统计	156
图表：2008年1月硅质化石粉等硅土砖、块、瓦及其他陶瓷制品出口统计	156
图表：2008年1月耐火砖、块、瓦及类似陶瓷建材制品进口统计	156
图表：2008年1月耐火砖、块、瓦及类似陶瓷建材制品出口统计	156
图表：2008年1月其他耐火陶瓷制品进口统计	157
图表：2008年1月其他耐火陶瓷制品出口统计	157
图表：2008年1月陶瓷制建筑用砖等进口统计	157
图表：2008年1月陶瓷制建筑用砖等出口统计	157
图表：2008年1月陶瓷制屋顶瓦等进口统计	158
图表：2008年1月陶瓷制屋顶瓦等出口统计	158
图表：2008年1月陶瓷套管、导管、槽管及管子配件进口统计	158
图表：2008年1月陶瓷套管、导管、槽管及管子配件出口统计	158
图表：2008年1月未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖及类似产品进口统计	158
图表：2008年1月未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖及类似产品出口统计	159
图表：2008年1月上釉陶瓷贴面砖、铺面砖及类似产品进口统计	159
图表：2008年1月上釉陶瓷贴面砖、铺面砖及类似产品出口统计	159
图表：2008年1月实验室、化学、农业、运输等用陶瓷器进口统计	159
图表：2008年1月实验室、化学、农业、运输等用陶瓷器出口统计	159
图表：2008年1月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计	160
图表：2008年1月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计	160
图表：2008年1月瓷餐具、厨房器具及其他家用盥洗器具进口统计	160
图表：2008年1月瓷餐具、厨房器具及其他家用盥洗器具出口统计	160
图表：2008年1月陶餐具、厨房器具及其他家用盥洗器具进口统计	161
图表：2008年1月陶餐具、厨房器具及其他家用盥洗器具出口统计	161
图表：2008年1月塑像及其装饰用陶瓷进口统计	161
图表：2008年1月塑像及其装饰用陶瓷出口统计	161
图表：2008年1月其他陶瓷制品进口统计	161
图表：2008年1月其他陶瓷制品出口统计	162
图表：2008年1月陶瓷制品北京市进口统计	162

图表：2008年1月陶瓷制品天津市进口统计	162
图表：2008年1月陶瓷制品河北省进口统计	162
图表：2008年1月陶瓷制品山西省进口统计	163
图表：2008年1月陶瓷制品内蒙古进口统计	163
图表：2008年1月陶瓷制品辽宁省进口统计	163
图表：2008年1月陶瓷制品吉林省进口统计	163
图表：2008年1月陶瓷制品黑龙江省进口统计	163
图表：2008年1月陶瓷制品上海市进口统计	164
图表：2008年1月陶瓷制品江苏省进口统计	164
图表：2008年1月陶瓷制品浙江省进口统计	164
图表：2008年1月陶瓷制品安徽省进口统计	164
图表：2008年1月陶瓷制品福建省进口统计	164
图表：2008年1月陶瓷制品江西省进口统计	165
图表：2008年1月陶瓷制品山东省进口统计	165
图表：2008年1月陶瓷制品河南省进口统计	165
图表：2008年1月陶瓷制品湖北省进口统计	165
图表：2008年1月陶瓷制品湖南省进口统计	165
图表：2008年1月陶瓷制品广东省进口统计	166
图表：2008年1月陶瓷制品广西省进口统计	166
图表：2008年1月陶瓷制品海南省进口统计	166
图表：2008年1月陶瓷制品重庆市进口统计	166
图表：2008年1月陶瓷制品四川省进口统计	166
图表：2008年1月陶瓷制品贵州省进口统计	167
图表：2008年1月陶瓷制品云南省进口统计	167
图表：2008年1月陶瓷制品陕西省进口统计	167
图表：2008年1月陶瓷制品青海省进口统计	167
图表：2008年1月陶瓷制品宁夏进口统计	167
图表：2008年1月陶瓷制品新疆省进口统计	168
图表：2008年1月陶瓷制品北京市出口统计	168
图表：2008年1月陶瓷制品天津市出口统计	168
图表：2008年1月陶瓷制品河北省出口统计	168
图表：2008年1月陶瓷制品山西省出口统计	168

图表：2008年1月陶瓷制品内蒙古出口统计	169
图表：2008年1月陶瓷制品辽宁省出口统计	169
图表：2008年1月陶瓷制品吉林省出口统计	169
图表：2008年1月陶瓷制品黑龙江省出口统计	169
图表：2008年1月陶瓷制品上海市出口统计	169
图表：2008年1月陶瓷制品江苏省出口统计	170
图表：2008年1月陶瓷制品浙江省出口统计	170
图表：2008年1月陶瓷制品安徽省出口统计	170
图表：2008年1月陶瓷制品福建省出口统计	170
图表：2008年1月陶瓷制品江西省出口统计	170
图表：2008年1月陶瓷制品山东省出口统计	171
图表：2008年1月陶瓷制品河南省出口统计	171
图表：2008年1月陶瓷制品湖北省出口统计	171
图表：2008年1月陶瓷制品湖南省出口统计	171
图表：2008年1月陶瓷制品广东省出口统计	171
图表：2008年1月陶瓷制品广西省出口统计	172
图表：2008年1月陶瓷制品海南省出口统计	172
图表：2008年1月陶瓷制品重庆市出口统计	172
图表：2008年1月陶瓷制品四川省出口统计	172
图表：2008年1月陶瓷制品贵州省出口统计	172
图表：2008年1月陶瓷制品云南省出口统计	173
图表：2008年1月陶瓷制品西藏自治区出口统计	173
图表：2008年1月陶瓷制品陕西省出口统计	173
图表：2008年1月陶瓷制品甘肃省出口统计	173
图表：2008年1月陶瓷制品新疆省出口统计	173
图表：中国建筑陶瓷行业主要产区版图	185
图表：中国建筑陶瓷在省际的资本流动	186
图表：先进陶瓷材料主要特性	247
图表：2006-2007年四维瓷业股份有限公司财务指标	381
图表：2004-2007年四维瓷业股份有限公司每股财务指标	381
图表：2004-2007年四维瓷业股份有限公司利润构成和盈利能力	382
图表：2004-2007年四维瓷业股份有限公司经营和发展能力	382

图表：2004-2007年四维瓷业股份有限公司资产和负债	383
图表：2004-2007年四维瓷业股份有限公司现金流量	383
图表：2006-2007年四维瓷业股份有限公司异动财务指标	384
图表：四维瓷业股份有限公司股本历次变更情况	384
图表：2007-2008年四维瓷业股份有限公司股本结构	385
图表：2007年中期四维瓷业股份有限公司主营构成概况	385
图表：2007年中期唐山陶瓷股份有限公司主营构成表	386
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司获利能力表	387
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司经营能力表	387
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司偿债能力表	387
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司资本结构表	387
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司发展能力表	388
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司现金流量分析表	388
图表：2007年1-2季度高淳陶瓷股份有限公司主营构成	390
图表：2007年1-3季度高淳陶瓷股份有限公司每股指标分析	390
图表：2007年1-3季度高淳陶瓷股份有限公司获利能力表	391
图表：2007年1-3季度高淳陶瓷股份有限公司经营能力表	391
图表：2007年1-3季度高淳陶瓷股份有限公司偿债能力表	391
图表：2007年1-3季度高淳陶瓷股份有限公司资本结构表	391
图表：2007年1-3季度高淳陶瓷股份有限公司发展能力表	392
图表：2007年1-3季度高淳陶瓷股份有限公司现金流量分析表	392
图表：福建冠福现代家用股份有限公司的控股子公司及产能分布情况	394
图表：冠福科技园年产4000万件陶瓷产品扩建项目情况	395
图表：福建冠福现代家用股份有限公司的战略实施步骤	397
图表：福建冠福现代家用股份有限公司股本结构	399
图表：2007年第一、二季度福建冠福现代家用股份有限公司主营构成	399
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司每股指标分析	400
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司获利能力表	400
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司经营能力表	400
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司偿债能力表	400
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司资本结构表	401
图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司发展能力表	401

图表：2007年1-3季度唐山陶瓷股份有限公司现金流量分析表	401
图表：上海五天实业的功能	402
图表：斯米克公司发行前后股东结构	403
图表：斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务收入结构	404
图表：斯米克建筑陶瓷股份有限公司玻化砖成本结构	404
图表：斯米克公司董事长在其他企业的兼职情况	405
图表：2005-2010年我国建筑陶瓷市场容量预测	405
图表：2005-2010年我国建筑陶瓷市场产品分类别市场容量预测	406
图表：我国建筑陶瓷中档市场产品分类别市场容量	406
图表：2004-2011年斯米克公司毛利率、三项费用指标分析预测	407
图表：2005-2009年斯米克公司收入和毛利率分析预测	408
图表：2006-2009年斯米克公司价值评估分析预测	408
图表：2006-2009年斯米克公司偿债能力指标分析预测	408
图表：2006-2009年斯米克公司赢利能力分析预测	409
图表：2006-2009年斯米克公司经营效率分析预测	409
图表：2006-2009年斯米克公司赢利增长分析预测	409
图表：2006-2009年斯米克公司利润分析预测	409
图表：2006-2009年斯米克公司资产负债分析预测	410
图表：2006-2009年斯米克公司现金流量分析预测	410
图表：2007年斯米克公司研发的新产品系列一览表	411
图表：2007-2009年斯米克公司募集资金项目分析预测	412
图表：2007年斯米克公司募集项目投产后产能的变化	412
图表：鹰牌陶瓷品牌传播架构	421

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48478.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提供专业投资咨询报告、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。