



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国陶瓷行业研究 年度报告

一、调研说明

《2007-2008年中国陶瓷行业研究年度报告》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/48485.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

2006年9月，财政部、国家发展改革委员会、商务部、海关总署、国家税务总局5部委联合发出通知降低陶瓷产品退税率，从原来的13%下降至8%。此次出口退税下调目的正是在于限制“两高一资”——高污染、高能耗、资源型产品出口，逼迫陶瓷这类企业提高科技含量、增加产品附加值、打造核心竞争力，用品牌战略实现出口的跨越式发展。此外，《建筑卫生陶瓷产品单位能源消耗限额》将在2007年年底颁布实施，环保和节能将成为陶瓷行业发展的重要指标。

近年来，我国陶瓷行业产值、销售收入总体上呈上升趋势，但受能源紧张，出口退税率下调等多重因素的影响，陶瓷业产值、销售收入波动较大；建筑、日用陶瓷是我国陶瓷产品出口的主力产品，由于我国较高质量的特种陶瓷大部分依赖进口，因此，特种陶瓷出口比例很低。

随着国内陶瓷行业竞争的日益激烈，尤其是随着《建筑卫生陶瓷产品单位能源消耗限额》的即将颁布实施，将有20%达不到标准的小企业被淘汰。要想改变这种状况，使企业在环保标准、环保要求不断提高的压力下能够继续生存下去并得到发展，可行之路就是节能降耗，这是从根本上解决问题的办法。

【 目录 】

一、行业简介	7
（一）行业定义及范围界定	7
1、行业界定及分类	7
2、产业链	8
（二）发展历史回顾	9
1、建国前（1949年前）	9
2、恢复期（1949-1957年）	9
3、重大挫折期（1958-1976年）	10
4、新发展时期（1977-1985年）	10

5、快速发展期（1986-90年代末） 10

6、瓶颈期（2001-今） 11

二、宏观环境分析 12

（一）政策法律分析 12

1、中国建筑卫生陶瓷环保行业标准即环境标志发布 12

2、六大类低档建材遭禁 12

3、国家五部委调整出口退税率 陶瓷产品下调为8% 13

4、我国节水型洁具陶瓷生产定点管理细则 13

5、《建筑卫生陶瓷产品单位能源消耗限额》即将出台 14

（二）热点分析 15

（三）经济分析 15

1、经济增长 15

2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 16

3、城镇人员就业状况 17

4、存贷款利率变化 18

5、财政收支状况 19

6、人民币汇率变化 21

（四）技术分析 21

1、我国陶瓷技术发展历程 21

2、陶瓷技术发展趋势 22

（五）社会分析 24

1、人口规模分析 24

2、年龄结构分析 24

3、学历结构分析 25

三、市场分析 27

（一）市场规模 27

1、陶瓷制品产值呈波动上升 27

2、陶瓷制品销售收入曲线上升 28

3、陶瓷制品企业小型、民营企业居多 28

4、陶瓷制品企业亏损个数有所攀升 30

5、陶瓷制品出口额有所下降	30
6、建筑、特种陶瓷进口需求上升，特种陶瓷对外依存度依旧较高	31
7、建筑、卫生、日用陶瓷占据出口约80%的份额	32
(二) 产品结构	35
1、出口产品结构	35
2、进口产品结构	35
(三) 市场结构	36
1、华南地区	37
2、华北地区	37
3、华中地区	37
4、华东地区	37
5、东北地区	38
(四) 品牌市场结构	38
1、建筑陶瓷	38
2、卫生陶瓷	40
3、日用陶瓷	41
(六) 市场特征	41
四、市场竞争分析	43
(一) 集中度分析	43
1、集中度分析	43
2、集中度状态描述及趋势	43
(二) 价值链分析	43
(三) 行业生命周期分析	45
五、主要厂商分析	47
(一) 广东新中源陶瓷有限公司	47
1、公司简介	47
2、主营产品	47
3、投资动向	48
(二) 广东新明珠陶瓷集团有限公司	48
1、公司简介	48

2、投资动向 49
(三) 唐山惠达陶瓷(集团)股份有限公司 49

1、公司简介 49

3、经营分析 49

3、财务分析 51

(四) 广东东鹏陶瓷股份有限公司 55

1、公司简介 55

2、投资动向 56

(五) 广东省佛山市南海汇亚陶瓷有限公司 56

1、公司简介 56

(六) 上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司 57

1、公司简介 57

2、上市公司分析 57

六、行业发展趋势分析 59

(一) 行业发展趋势 59

1、能耗新标准促行业洗牌 59

2、区域品牌加速融合,品牌竞争将更多呈现出区域特征 59

3、陶瓷企业的发展路径越来越明晰,也越来越接近 59

(二) 行业规模预测 60

(三) 行业结构预测 63

七、行业发展策略建议 64

(一) 主要威胁 64

1、国际竞争缺乏 64

2、频繁遭遇反倾销 64

3、拦路虎-技术壁垒 65

4、外企抢占国内市场 65

5、自身优势逐步弱化 65

6、中小企业面临淘汰 66

(二) 市场策略 66

1、产品策略 66

2、渠道策略	66
3、营销策略	68
4、服务策略	69
(三) 行业投资机会建议	70

表目录

表 1 陶瓷制品分类	7
表 2 2006年三季度-2007年三季度我国陶瓷产品进口产品结构	31
表 2 2006年三季度-2007年三季度我国陶瓷产品出口产品结构	32
表 4 2006年陶瓷出口前十名企业	33
表 5 2006年建筑陶瓷出口前十名企业	33
表 6 2006年卫生陶瓷出口前十名企业	33
表 7 2006年日用陶瓷出口前十名企业	34
表 8 2006年艺术陶瓷出口前十名企业	34
表 3 2006年卫生陶瓷销售排名	40
表 3 2006年上半年日用陶瓷销售排名	41
表 9 2005-2007年1-8月陶瓷制品行业CR8变化情况	43
表 10 产业生命周期主要特征列表	45
表 12 权威机构对未来五年内GDP 的预测	62
表 13 2007年-2011年国内生产总值预测值	62
表 14 2007-2011年中国陶瓷制品销售收入预测	63
表 15 2007年-2011年不同区域陶瓷制品销售收入比重预测值 单位：千元	63

图目录

图 1 陶瓷制品产业链	8
图 2 2002-2006年中国国内生产总值及增长情况	16
图 3 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数	16
图 4 2004-2006年中国城镇就业人员数量	17
图 5 1997-2007年中国存款利率变动情况	18
图 6 1997-2007年中国贷款利率变动情况	19
图 7 2001-2006年中国财政收支状况	20
图 8 2001-2006年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重	20

图 9	2001-2005年中国财政收支结构	21
图 10	1986-2006年中国人口数量与增长率情况	24
图 11	2006年末中国人口年龄结构	24
图 12	2005年末中国学历结构	25
图 13	2003-2007年1-8月我国陶瓷制品产值及增长率变化图	27
图 14	2003-2007年1-8月陶瓷制品销售收入及增长率变化图	28
图 15	2003-2006年不同规模陶瓷企业构成	29
图 16	2003-2006年陶瓷企业不同经济类型构成	29
图 17	2003-2006年陶瓷制品企业亏损数	30
图 18	2002年-2007年1-8月我国陶瓷制品出口额	31
图 19	2006年三季度-2007年三季度陶瓷制品出口产品结构	35
图 20	2006年三季度-2007年三季度陶瓷制品进口产品结构	36
图 21	2003-2006年陶瓷制品市场结构（按销售收入）	36
图 22	2006年国内建筑陶瓷高档产品市场份额	38
图 23	2006年国内建筑陶瓷中档产品市场份额	39
图 24	陶瓷产业链	44
图 25	1999年-2006年唐山陶瓷主营营业收入及其增长率变化情况	50
图 26	唐山陶瓷电冰箱主营营业收入	50
图 27	唐山陶瓷主营业务收入区域结构变化情况	51
图 28	2007年上半年与2006年上半年唐山陶瓷获利能力比较	52
图 29	2007年上半年与2006年上半年唐山陶瓷偿债能力比较	52
图 30	2007年上半年与2006年上半年唐山陶瓷营运能力比较	53
图 31	2007年上半年与2006年上半年唐山陶瓷发展能力比较	54
图 32	2007年上半年与2006年上半年唐山陶瓷生产能力比较	54
图 33	2004-2006年斯米克主营业务收入与净利润对比图	57
图 34	陶瓷制品销售收入与居民消费水平的相关图	60
图 35	陶瓷制品销售收入建筑装饰工程总产值的相关图	60
图 36	陶瓷制品销售收入与房屋施工面积的相关图	61

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48485.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。