



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006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

《2006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/48589.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

〔 描述 〕

前 言

本报告意在为商业银行信贷，有意投资陶瓷产业的投资商及陶瓷企业的战略发展提供咨询服务，报告对国际陶瓷行业的发展概况进行了描述和分析，对我国陶瓷行业发展现状，存有的问题，市场发展及需求情况都进行了深度的分析，同时得出我国陶瓷产业新的发展趋势。本报告并没有对陶瓷产业技术方面的一些问题进行探讨。本报告观点仅供参考。

本报告共有74页，5.9万余字，其中有表10个，图3个，本报告共有十一章，共分三部分，其中第一部分为第一章，对国际陶瓷行业的发展概况了分析，尤其对先进陶瓷行业的发展重点，市场需求及发展趋势进行了分析；第二部分为第二至第八章，对我国陶瓷行业的发展现状，主要陶瓷生产基地的发展概况进行了介绍，对市场需求及进出口贸易的情况进行了分析；第三部分为第九至第十一章，对我国陶瓷产业的政策法规进行了介绍，对陶瓷生产领域的重点企业进行了分析，对本产业投资方面的相关问题进行了探讨。

本报告所持有的一些观点：

北美是世界第二大特种陶瓷生产基地，而功能陶瓷市场是北美最大的市场（和日本一样），约占特种陶瓷市场总量的75%。然而结构陶瓷产量的增速最快，每年增加13.5%。虽然美国多年进口20%-30%的陶瓷电容器和磁铁、压电陶瓷，但是其功能陶瓷也正积极地把产品向东南亚渗透；

2005年中国生产了9500万吨瓷器，产品出口40亿美元，均居世界首位。2005年，我国陶瓷生产总量达到163件，占世界产量的2/3，出口量达到117亿件，但单件产品平均换汇只徘徊在0.20至0.25美元；

2006年上半年，建筑陶瓷产量较快增长，主要产区产量增长活跃。上半年，全国陶瓷砖产量16.7亿平方米，比05年同期增长28.8%，累计产销率94.6%，比05年同期增加0.7个百分点。山东、广东、福建和四川省继续保持强劲增长态势，这4个省累计产量达到14.7亿平方米，比05年同期增长30.8%，其中福建省增速超过50%，四川省超过40%；

欧盟成为广东省陶瓷出口的第一大市场，2006年上半年共出口陶瓷 2 亿美元，增长7.4%，占全省陶瓷出口的15.3%；排在第二、第三位的是美国和香港，分别出口1.8亿美元和1.5亿美元，增长25.7%和2.4%；

国内外企业间的差距，过去是设备、资金方面的差距，现在主要是开发创新方面和产品设计方面的差距。中国企业自主创新能力较差，只是为数不多的企业在技术创新、设计方面下功夫。企业只注重规模，注重生产，忽

略了设计，在设计、软件方面投入不够，也说明我们不少企业家知识产权意识不强，产品开发设计仍以模仿为主；

面对我国陶瓷业现存的优势与问题，我们应该采取灵活机动的投资策略。对于不同地区、不同规模、不同所有制、不同产品的企业要采取不同的信贷措施。不能仅仅对公有制企业贷款，实行所有制歧视，同时也要注意注重陶瓷企业流动性危机的扶持。

【 目录 】

前 言

目 录

表目录

图目录

第一章 国际陶瓷行业9

第一节 建筑卫生陶瓷 9

（一）生产状况 9

（二）市场状况 9

第二节 工业陶瓷 10

（一）生产状况 10

（二）市场状况 11

（三）对我国的启示 11

第三节	特种陶瓷	12
(一)	生产状况	12
(二)	市场状况	12
(三)	对我国的启示	12
第四节	先进陶瓷产业发展现状与趋势	13
(一)	发达国家先进陶瓷发展重点	13
(二)	先进陶瓷市场需求不断扩大	16
(三)	先进陶瓷产业的发展趋势	16
第二章	中国陶瓷行业状况	17
第一节	我国陶瓷生产分析	17
(一)	我国陶瓷生产现状	17
第二节	我国陶瓷业产销现状	18
第三节	我国建筑陶瓷发展状态分析	19
(一)	建陶产能增速过快导致供求矛盾激化并逐步加剧	19
(二)	加快环境污染治理与发展循环经济的任务艰巨	20
(三)	出口市场相对集中,反倾销压力加剧	21
(四)	弃模仿抓创新将成为行业发展的主题	22
(五)	加快节约型产业建设步伐是我国建筑陶瓷产业发展的必然选择	23
(六)	国内建陶并购如火如荼,部分产区出现产业结构的重大调整	24
第四节	我国陶瓷生产外资分析	25
(一)	外资生产概览	25
(二)	外资典型案例	25
第五节	我国陶瓷产业发展制约因素分析	27
(一)	主要市场无序竞争严重“一哄而起”问题突出	27
(二)	工艺制作落后雷同多、创新少市场竞争处于劣势	27
(三)	陶瓷文化挖掘不足	28
(四)	陶瓷产业人才匮乏,特别是更缺乏实际应用人才	28
第三章	我国主要陶瓷生产基地概况分析	29
第一节	广东省	29
(一)	广东陶瓷生产情况	29

(二) 广东陶瓷出口情况	29
第二节 山东	30
(一) 山东陶瓷工业概况	30
(二) 山东陶瓷出口情况分析	31
第三节 福建	31
(一) 福建陶瓷企业注重品牌建设	31
(二) 福建陶瓷出口情况分析	33
第四章 陶瓷行业技术水平分析	34
第一节 国内行业技术分类分析	34
(一) 陶瓷原料方面	34
(二) 成型工艺方面	34
(三) 新材料方面	35
第二节 国际行业技术分类分析	35
(一) 陶瓷原料方面	35
(二) 成型工艺方面	36
第三节 国内外行业技术差距	38
(一) 新型陶瓷材料	38
(二) 成型工艺方面	39
(三) 陶瓷的高科技附加值应用	39
第五章 陶瓷消费国内需求分析	41
第一节 世界主要国家陶瓷消费市场需求分析	41
(一) 德国	41
(二) 法国	41
(三) 西班牙	41
(四) 英国	41
(五) 意大利	42
(六) 澳大利亚	42
(七) 新加坡	42
(八) 日本	42
(九) 加拿大	43

(十) 美国	43
第二节 我国陶瓷消费特点	43
(一) 从消费对象来看	43
(二) 从消费区域来看	44
第三节 特种陶瓷消费市场需求巨大	44
第四节 国内陶瓷消费结构分析	45
(一) 产品结构性矛盾	45
(二) 陶瓷需求层次分析	45
第五节 影响国内陶瓷消费的主要因素	45
第六章 我国陶瓷进出口贸易分析	47
第一节 我国陶瓷出口概况	47
第二节 我国主要陶瓷出口地区情况	48
第三节 陶瓷进出口世界主要市场分析	50
(一) 日用陶瓷	51
(二) 建筑陶瓷	52
第四节 出口品种趋势分析	52
第五节 我国陶瓷出口政策分析	53
第七章 行业市场竞争分析	54
第一节 生产企业结构变化	54
第二节 市场竞争区域分析	55
(一) 区域竞争的限制条件	55
(二) 我国区域竞争的现状	55
(三) 区域竞争的趋势——东陶西进	56
第三节 我国陶瓷产业亟待创立国际品牌	57
(一) 外国品牌分割高端市场	57
(二) 中国陶瓷品质高价格低	58
(三) 优秀陶瓷设计人才奇缺	58
第八章 陶瓷业市场营销	59
第一节 品牌营销	59

(一) 品牌作强——陶瓷企业的第一选择	59
(二) 品牌滋生——品牌经营路上的“初级阶段”	59
第二节 个性化营销	59
第三节 装修市场将成陶瓷行业营销主渠道	60

第九章 我国陶瓷产业政策与法规	61
第一节 中国陶瓷产业发展需要配套的产业政策	61
第二节 我国陶瓷砖新国标政策出台	61
第三节 其他的产业政策与规定介绍	62

第十章 陶瓷重点企业分析	64
(一) 华光陶瓷	64
(二) 湖南国光瓷业	65
(三) 四维瓷业	66
(四) 唐山华美陶瓷集团	69

第十一章 陶瓷行业投资分析	72
第一节 陶瓷业投资方向	72
第二节 陶瓷业投资风险分析	73
第三节 陶瓷业扩张投资建议	74

表目录

表1-1 1997 - 2005年日本先进陶瓷工业市场情况	16
表2-1中国陶瓷外商独资和合资企业产量分析表	25
表6-1 2005年全国建筑陶瓷企业出口前二十名出品情况	49
表7-1 陶瓷企业的组成和市场竞争方式变化表	54
表7-2全国陶瓷产量区域分布	56
表10-1 2005年国光瓷业分行业或产品主营业务情况	65
表10-2 2004、2005年公司业绩经营情况	67
表10-3 2006年上半年主营业务分行业情况	68
表10-4 2006年上半年分产品主营业务情况	70
表11-1 陶瓷企业面临的风险	73

图目录

图1-1世界建筑卫生陶瓷出口总额中各国所占的比例 10

图6-1 2005、2006年1 - 8月份陶瓷出口情况 47图6-2 2006年上半年广东陶瓷出口总额增长情况 48

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48589.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。