



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国建筑卫生陶瓷 市场研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国建筑卫生陶瓷市场研究年度报告》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/48592.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

【 目录 】 主要结论	一、2004年全球建筑卫生陶瓷市场发展概述	2
	(一) 发展现状与基本特点	
3	1、行业产量提高较快，生产区域集中	
4	2、消费需求整体表现旺盛	
4	3、建筑卫生陶瓷的生产逐渐向发展中国家转移	
5	(二) 主要国家和地区发展概要	
5	1、美国	
5	2、日本	
6	3、欧洲	
7	4、亚太(除日本)	二、2004年中国建筑卫生陶瓷市场规模与结构
8	(一) 市场规模	
8	1、规模	
13	2、增长速度	
15	3、各季度市场情况	
17	(二) 产品市场结构	
17	1、卫生陶瓷品种分类	
18	2、建筑陶瓷品种分类	
20	(三) 品牌市场结构	
20	1、市场集中度	
22	2、品牌市场结构	
23	3、销售渠道结构	
三、2004年中国建筑卫生陶瓷市场供需分析	25	(一) 需求分析
25	1、“大型化”建筑陶瓷产品需求增势明显	
26	2、卫生陶瓷质量需求迅速提高	
26	(二) 供给分析	
26	1、高档产品供给不足	
27	2、低端产品供给过盛	
29	(三) 市场特征分析	
29	1、市场规模大	

- 30 2、市场集中度低
- 30 3、产品结构不合理
- 30 4、销售渠道呈多样化
- 四、2004年中国建筑卫生陶瓷市场竞争格局分析与主力厂商市场竞争力评价 32
- (一) 竞争格局
- 32 1、市场竞争格局
- 33 2、竞争手段
- 34 (二) 主力厂商市场竞争力评价
- 34 1、竞争力评价指标
- 35 2、主力厂商竞争力评价
- 五、影响2005 - 2009年中国建筑卫生陶瓷市场发展因素 36
- (一) 有利因素
- 36 1、市场需求形势看好
- 37 2、政策出台日趋规范
- 38 3、产品技术重在创新
- 39 4、产业发展面临机遇
- 39 5、消费水平大有潜力
- 40 6、新兴市场表现活跃
- 41 (二) 不利因素
- 41 1、市场需求受宏观调控影响
- 41 2、政策变化突出技术壁垒
- 42 3、产品技术水平不高
- 42 4、产业发展同质化竞争明显
- 43 5、消费水平相对较低
- 43 6、新兴市场趋于平静
- 44 7、原料供应不足
- 六、2005 - 2009年中国建筑卫生陶瓷市场趋势分析
- 45 (一) 产品发展趋势
- 45 1、大力开发新产品，发展新领域
- 45 2、扩大中、高档产品的产量
- 45 3、增加花色品种，力求配套化、系列化
- 46 (二) 价格变化趋势
- 46 (三) 渠道发展趋势
- 46 1、改善销售渠道结构

47	2、	实现对市场信息的有效收集及快速反馈
47	3、	改善终端质量,提高企业产品的销售率
47	(四)	用户需求趋势
47	(五)	服务发展趋势
七、	2005 - 2009年	中国建筑卫生陶瓷市场发展预测
49	(一)	市场规模预测
55	(二)	市场结构预测
55	1、	产品结构
55	2、	价格结构
56	3、	营销渠道结构
八、		建议
57	(一)	产品策略建议
59	(二)	价格策略建议
60	(三)	渠道策略建议
61	(四)	销售策略建议
63	(五)	服务策略建议
63	(六)	品牌策略建议
报告说明	表目录	2
表1	中国建筑卫生陶瓷整体水平与先进国家的差距	
13	表2	建筑卫生陶瓷制造业不同经济类型主要效益指标对比表
21	表3	2003年前三季度全国建筑卫生陶瓷行业销售收入排行
22	表4	2004年上半年全国建筑卫生陶瓷行业销售收入排行
35	表5	主力厂商竞争力评价
49	表6	中国1991 - 2003年建筑卫生陶瓷产量统计
50	表7	中国1991 - 2003年建筑卫生陶瓷销售量统计
56	表8	近年建筑卫生陶瓷出口平均价格
图目录	3	
图1	2003年	各国国内市场建筑陶瓷产销量比较图
6	图2	近年日本建筑陶瓷进出口统计
14	图3	加入WTO后三年建筑卫生陶瓷出口量的增长率变化
15	图4	2003 - 2004年综合陶瓷指数比较
16	图5	2003 - 2004年建筑陶瓷指数比较
16	图6	2003 - 2004年卫生陶瓷指数比较
19	图7	2004年中国卫生陶瓷产品市场结构饼型图
20	图8	2004年中国建筑陶瓷产品市场结构饼型图

- 26 图9 2004年300*300抛光砖价格走势图
- 27 图10 2004年1000*1000抛光砖价格走势图
- 27 图11 2004年95*95外墙通体砖价格走势图
- 28 图12 2004年坐便器价格走势图
- 28 图13 2004年浴缸价格走势图
- 29 图14 2004年95*95外墙通体砖价格走势图
- 40 图15 DPCU统计
- 50 图16 1991 - 2004年中国建筑陶瓷国内市场产销对比
- 51 图17 1991 - 2004年中国卫生陶瓷国内市场产销对比
- 51 图18 建筑陶瓷2005 - 2010年中国市场预测
- 53 图19 卫生陶瓷2005 - 2010年中国市场预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48592.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。