



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006 - 2007年中国建材行业 投资及市场分析 市场分析 及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2006 - 2007年中国建材行业投资及市场分析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/48594.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 】

### 摘要

我们对建材行业周期的判断：对于水泥行业而言，05、06年是水泥产品市场化以来的第二个发展周期的谷底。06年行业利润继续下滑和大幅度回升的可能性都不大。对于玻璃行业而言，06年是97年以来第三个周期的谷底，行业盈利将继续下滑。07年以后，两个行业的盈利都会因为需求的增长而逐步实现回升。

我国水泥行业周期为8 - 9年，从99年开始的水泥行业周期是我国水泥产品实行市场化以来的第二个周期，这个周期在03、04年达到高峰，05、06年将是这个周期的谷底。从微观层面的因素来看，今年水泥产能净增长为1.15亿吨，06年产能增长压力将会减小。因此，06年水泥行业整体利润继续下降的可能性不大。全球范围内，水泥企业的核心竞争力的形成有两种方式：1、在区域市场形成多头垄断或者垄断竞争的竞争格局，从而增强对水泥价格的控制能力。2、通过新的技术，新的工艺，增加对制造成本的控制能力。在我国20年水泥发展的过程中，行业集中度过低以至于大型水泥企业不足以形成区域市场价格的控制能力，因此对成本的控制能力成为取胜的关键。我们认为随着大型企业在区域市场份额的不断扩大，“十一五”期间将有可能在局部区域逐渐形成部分企业对水泥价格具有控制权的现象。在成本控制方面，到目前为止我国的大型水泥企业获得成本控制优势的方式是通过新建大型的新型干法水泥生产线获得相对其它水泥企业的较少的能源消耗。但是随着全行业新型干法水泥生产线的比例逐步提高和水泥生产线规模的日益大型化，大水泥企业的这种成本优势正在逐渐丧失，毛利率水平将逐渐向行业平均水平靠近。因此必须通过新的成本控制方式将可能形成企业新的成本控制优势和新的核心竞争力。目前比较明显的成本控制新措施有两个：纯中低温余热发电和在南方地区实现无烟煤对烟煤的替代。水泥企业竞争优势分析：目前我国大型水泥企业获得竞争优势的方式仅限于通过新建大型的新型干法生产线实现生产成本的降低，而在目前大型新型干法产能日益增加的情况下，这种成本优势在逐渐丧失。同时随着行业集中度的提高，部分大型企业有可能形成在区域市场的水泥价格控制权。因此未来水泥企业的竞争优势将来自于特殊的成本控制能力和区域市场的控制能力两方面。

我国玻璃行业的周期为 3-4 年。改革开放以来比较明显的周期是 97-00 年和 00-03 年。这两个周期玻璃行业的盈利低谷分别在 98 年和 01 年。目前我们正处在玻璃行业的第三个周期的下降通道中。我们预计 06 年将是这个周期的谷底。从微观层面的因素来看，05 年玻璃行业将是解放以来产能释放最大的一年，而且从玻璃协会的统计来看今年的产能释放有价将近 2/3 的产能在今年的 3、4 季度释放。从产能投放的时间来看，这些产能将对明年 1 季度玻璃行业的盈利水平产生很大的影响。在以前的玻璃产能扩张中，两类玻璃公司受到的影响相对较小，一类是处于高端的优质浮法玻璃公司和产业链较为完整的玻璃公司。本次玻璃产能的扩张具有区域较为集中，生产线设备十分先进的特点。因此高端优质浮法玻璃固有的优势将在这一轮的调整中遭受挑战，而产业链相对全面的公司依然能够通过多元化经营分散部分风险。我们认为三种玻璃产品在未来成长性可能较好：深加工玻璃(特别是 LOWE 玻璃)以及用于节能领域的太阳能电池用的超白压花玻璃、特种浮法玻璃（超薄玻璃），并对前两种玻璃的行业特征和竞争状况进行了详细地分析。玻璃企业竞争优势分析：基于玻璃产品存在的差异性特征，我国目前优势玻璃企业的竞争优势存在于两方面：浮法玻璃的高品质和产品结构的完整性。随着这一轮玻璃行业产能的急速扩张，高端浮法玻璃的优势将会被逐渐削弱，而产品结构完整的公司将依然能够保证其相对其它企业的强势地位。在未来，不断开发引进高端产品，寻求产品差异化将依然是玻璃获取优势的主要手段。未来五年内增长潜力较大的玻璃产品是 LOWE 玻璃和太阳能电池用超白压花玻璃。

## 【 目 录 】

第一部分 建材工业分析及预测	1
第一章 2006年建材工业发展环境及影响分析	2
第一节 2005年宏观经济环境及影响分析	2
一、2005年经济高位平稳运行	2
二、2006年宏观经济运行预测	3
第二节 建材工业政策环境分析	5
一、产业整体政策环境	5
（一）市场开放程度分析	5
（二）产业规划情况	7
二、建材产业重点行业政策环境分析	11
（一）水泥行业重要政策	11

(二) 玻璃行业重要政策	15
第三节 建材工业关联行业发展分析及预测	18
一、2005 年房地产市场景气度持续走低，房价指数先扬后抑	18
二、2006 年房地产市场将会保持平稳，房价将维持高位小幅振荡	19
(一) 2006 年行业景气度将窄幅回落	19
(二) 2006 年房价将维持高位小幅盘整	20
(三) 2006 年房地产市场将趋于平稳，部分城市房地产市场将持续走强。	22
三、房地产将进入“后调控时代”	25
(一) 国内房地产企业依然采取“大而全”的经营模式	25
(二) 房地产行业“后调控时代”的主要特征	26
四、房地产市场表现将呈现“区域性差异”	28
(一) 房地产市场走势具有区域性特点	28
(二) 房地产市场表现的区域性差异将会在较长时间内存在	28
(三) 珠三角主要城市及京津地区的房地产市场将会持续走强	30

## 第二章 水泥行业分析及预测 33

### 第一节 水泥行业周期分析 33

- 一、周期长度为 9 年 33
- 二、盈利变化与产量变化同步 34
- 三、盈利波动呈现明显的季节性 35

### 第二节 06 年水泥行业盈利状况相关因素分析 37

- 一、需求分析 37
    - (一) 投资增长可能会好于预期 37
    - (二) 下游产业分析 38
    - (三) 未来三年将水泥需求仍在 7%以上 40
  - 二、供给分析 41
    - (一) 水泥行业固定资产余额快速增加 41
    - (二) 截至 05 年年底水泥产能过剩 2.8 亿吨 42
  - 三、成本分析 43
- ### 第三节 水泥企业核心竞争力形成机制分析 45
- 一、价格控制能力要素分析 45
    - (一) 水泥产能将处于长期过剩状态 46

(二) 产品几乎无差异化	47
(三) 可能形成高集中度	48
(四) 国内市场集中度仍然偏低	50
二、成本控制分析	52
(一) 现象：成本差异化是大型企业的优势明显，但优势在削弱	52
(二) 根源：生产方式和规模	53
(三) 变化：大型新型干法比例大幅增加	55
(四) 出路：降低成本的新措施	56
第四节 区域水泥市场分析	59
一、我国水泥行业区域分布状况	59
二、华东地区水泥市场分析	61
(一) 投资放缓，需求稳定	61
(二) 产能急速扩张，价格下滑明显	62
(三) 新型干法比例较高，大型企业优势不明显	63
(四) 市场集中度过低	64
(五) 市场竞争情况	65
三、中南地区水泥行业分析	66
(一) 有可能成为未来几年内水泥需求增长最快的区域	66
(二) 竞争形势北部略好于南部	67
四、东北地区水泥行业分析	68
(一) 水泥需求增速减缓	68
(二) 水泥价格保持平稳	69
(三) 市场集中度相对较高	70
(四) 亚泰集团是区域内竞争力最强的公司	71
五、西北地区水泥行业分析	72
(一) 水泥需求不足	72
(二) 市场竞争将日趋激烈，青松建化值得关注	73
六、华北地区水泥行业分析	74
(一) 水泥需求增速减缓	74
(二) 冀东水泥是区域内的优势企业	75
七、西南地区市场分析	76
(一) 水泥需求不足	76

(二) 区域内重点企业竞争力不强 77

第三章 玻璃行业行业分析及预测 78

第一节 玻璃行业盈利分析 78

一、盈利与产能扩张相关性很强 78

二、目前行业产品结构仍不完整 80

第二节 区域分布及产能扩张特点分析 81

一、我国玻璃产业区域分布状况 81

二、区域集中，设备先进 82

三、明年1季度将是本轮玻璃行业周期的谷底 84

第三节 前景看好的玻璃领域 86

一、超薄、超白是浮法玻璃发展方向 86

二、深加工玻璃前景广阔 87

(一) 建筑玻璃的发展要求对玻璃进行深加工 87

(二) 玻璃深加工率亟待提高 87

三、太阳能电池是玻璃运用的新领域 89

第四节 建筑节能促进 LOWE 玻璃的使用 90

一、玻璃节能是建筑的主要内容 90

二、主要玻璃节能产品 90

三、不同 LOWE 产品的比较 91

(一) 产品节能特性的比较 92

(二) 产品其他特性的比较 92

四、节能玻璃推广的难度 93

五、我国 LOWE 玻璃的供求关系 95

第五节 太阳能电池玻璃产品分析 96

一、太阳能电池玻璃简介 96

二、超白压花玻璃是太阳能电池玻璃的主要品种 97

三、太阳能玻璃需求预测 97

(一) 全球需求预测 97

(二) 我国需求预测 99

四、太阳能玻璃供给情况 99

五、太阳能玻璃的价格及获利情况 101

第二部分 企业分析及评价	102
第四章 2006年建材工业企业竞争态势分析及预测	103
第一节 2005年建材企业总体结构分析	103
一、地区结构及集中度分析	103
二、所有制结构分析及集中度分布分析	107
第二节 2005年建材企业盈亏状况分析	110
一、企业分所有制盈亏分析	110
二、企业分地区盈亏分析	111
第五章 2005年建材行业企业绩效综合比较分析	113
第一节 企业综合指标评价体系	113
第二节 大中型水泥企业综合比较分析	116
一、大中型水泥企业规模比较分析	116
（一）企业规模指标排名	116
（二）企业规模指标分析	118
二、大中型水泥企业效益指标比较分析	118
（一）企业效益指标排名	118
（二）企业效益指标分析	121
三、大中型水泥企业效率指标比较分析	121
（一）企业效率指标排名	121
（二）企业效率指标分析	124
四、大中型水泥企业偿债指标比较分析	124
（一）企业偿债指标排名	124
（二）企业偿债指标分析	126
五、大中型水泥企业增长指标比较分析	127
（一）企业增长指标排名	127
（二）企业增长指标分析	129
六、大中型水泥企业绩效指标综合排名及分析	129
（一）企业综合指标排名	129
（二）企业综合指标分析	130
第三节 2005年大中型玻璃企业绩效综合比较分析	131



一、大中型玻璃企业规模比较分析	131
(一) 企业规模指标排名	131
(二) 企业规模指标分析	132
二、大中型玻璃企业效益指标比较分析	133
(一) 企业效益指标排名	133
(二) 企业效益指标分析	134
三、大中型玻璃企业效率指标比较分析	135
(一) 企业效率指标排名	135
(二) 企业效率指标分析	136
四、大中型玻璃企业偿债指标比较分析	137
(一) 企业偿债指标排名	137
(二) 企业偿债指标分析	138
五、大中型玻璃企业增长指标比较分析	139
(一) 企业增长指标排名	139
(二) 企业增长指标分析	140
六、大中型玻璃企业绩效指标综合排名及分析	141
(一) 企业综合指标排名	141
(二) 企业综合指标分析	141

## 第六章 2005年典型建材生产企业分析 143

### 第一节 海螺水泥 143

#### 一、公司概况 143

#### 二、产品产量 144

##### 1、主营业务收入持续增长 144

##### 2、销售市场分析 145

#### 三、公司在行业中的地位 145

#### 四、公司财务分析 146

#### 五、发展规划 148

### 第二节 冀东水泥 149

#### 一、公司概况 149

#### 二、产品产量及规划 150

#### 三、公司在行业中的地位 151

四、公司财务分析	151
第三节 华新水泥分析	153
一、公司概况	153
二、产品产量	155
三、公司在行业中的地位	156
四、公司财务分析	156
五、发展预测	158
第四节 耀华玻璃集团公司	160
一、公司概况	160
二、主要产品	161
三、公司财务分析	162
第七章 2006年建材工业风险评价	164
第一节 宏观经济风险分析及评价	164
第二节 政策风险及评价	167
一、“十一五”规划	167
二、节能规划	168
第三节 并购重组风险分析及评价	169
第四节 供给风险及评价	174
一、水泥行业：淘汰落后、并购整合调节产能过剩	174
二、玻璃行业：新增的玻璃产能将在 04-06 年集中释放	175
第五节 需求风险分析及评价	177
一、水泥行业：未来三年将水泥需求仍在 7%以上	177
二、玻璃行业：玻璃行业进入一段景气下滑的调整期	178
第六节 其他风险分析	179
一、经营风险	179
二、市场风险：	179
三、环境风险	179
四、能源风险	180
五、人民币升值风险及评价	180
第七节 2006年建材工业风险评价总结	181

第八章 2006年建材工业投资与信贷建议	183
第一节 “十一五”规划建议与建材行业投资机会分析	183
一、“十一五”规划建议中有关建材行业的论述	183
二、“十一五”规划建议可能带来的投资机会	184
(一) 水泥行业	184
(二) 玻璃行业	185
第二节 政府推广节能建筑与建材行业投资机会分析	187
一、节能型玻璃产品	187
二、节能型玻璃钢门窗	188
第三节 2006年建材工业信贷建议	189
一、水泥行业	189
二、玻璃行业	190

## 附表

表1 主要产品单位能耗指标规划	9
表2 我国水泥产能及利用率	42
表3 全球主要国家水泥产能状况表	47
表4 主要成熟市场水泥行业集中度	49
表5 各种水泥生产方式煤电成本比较	54
表6 新型干法水泥生产线能耗比较	54
表7 新增熟料产能规模	56
表8 吨水泥能耗(新型干法)	57
表9 余热发电方式的比较	58
表10 国内市场区域划分	59
表11 2005年各省市水泥产量完成情况	59
表12 南部地区近年来部分新建产能	68
表13 2005年各省市平板玻璃产量完成情况	81
表14 浮法玻璃产品主要指标对比	86
表15 主要节能玻璃性能对比	91
表16 LOWE 产品节能性能比较	92
表17 LOWE 产品其他性能比较	93
表18 使用不同玻璃品种价格比较	94

表19	我国主要 LOWE 玻璃生产厂家	95
表20	已宣布的各国太阳能计划	97
表21	我国超白压花玻璃需求量	99
表22	超白浮法玻璃供应能力	100
表23	不同地区企业数分布情况	103
表24	不同地区企业资产情况	104
表25	不同地区企业从业人员情况	105
表26	不同经济类型企业结构情况	107
表27	不同经济类型企业资产情况	108
表28	不同经济类型企业从业人员情况	109
表29	不同经济类型企业盈利水平	110
表30	不同地区企业盈利水平	111
表31	企业绩效评价指标体系	114
表32	大中型水泥企业规模指标原始数据	116
表33	大中型水泥企业规模指标标准分排名	117
表34	大中型水泥企业效益指标原始数据	118
表35	大中型水泥企业效益指标标准分排名	120
表36	大中型水泥企业效率指标原始数据	121
表37	大中型水泥企业效率指标标准分排名	123
表38	大中型水泥企业偿债指标原始数据	124
表39	大中型水泥企业偿债指标标准分排名	125
表40	大中型水泥企业增长指标原始数据	127
表41	大中型水泥企业增长指标标准分排名	128
表42	大中型水泥企业综合指标标准分排名	129
表43	大中型玻璃企业规模指标原始数据	131
表44	大中型玻璃企业规模指标标准分排名	132
表45	大中型玻璃企业效益指标原始数据	133
表46	大中型玻璃企业效益指标标准分排名	134
表47	大中型玻璃企业效率指标原始数据	135
表48	大中型玻璃企业效率指标标准分排名	136
表49	大中型玻璃企业偿债指标原始数据	137
表50	大中型玻璃企业偿债指标标准分排名	138

表51	大中型玻璃企业增长指标原始数据	139
表52	大中型玻璃企业增长指标标准分排名	140
表53	大中型玻璃企业综合指标标准分排名	141
表54	2005年南京海螺水泥有限公司财务分析	147
表55	2005年上海海螺水泥有限责任公司财务分析	147
表56	冀东水泥产能分布	150
表57	06年冀东新增熟料产能情况	150
表58	2005年唐山冀东水泥股份有限公司财务分析	152
表59	主要销售地区的销量、销售收入及单位水泥价格情况	155
表60	2005年耀华玻璃集团公司财务分析	162
表61	2006年建材工业主要风险因素及影响	181

## 附图

图1	中国经济运行周期性变化	3
图2	2005年国房景气指数及各分类指数走势	19
图3	2006年国房景气指数及价格指数走势预测	20
图4	全国商品房空置面积变化	21
图5	全国商品房空置率变化	21
图6	2004年以来的固定资产投资情况	22
图7	我国城镇居民人均可支配收入	23
图8	2006年全国商品房平均售价预测	23
图9	我国城镇居民收入与经济的同比增长率	25
图10	房地产企业项目开发流程图	26
图11	国内主要城市的房屋销售价格指数(%)	30
图12	珠三角地区部分城市住宅均价走势	31
图13	珠三角地区主要城市人均GDP与城镇人均收入	31
图14	北京、天津与国内主要城市的房屋销售价格指数比较	32
图15	我国水泥发展周期	33
图16	我国水泥行业利润总额	34
图17	分季度水泥行业利润变化情况	35
图18	我国固定资产投资增幅	37
图19	建筑安装工程投资结构	38

图20	房地产项目新开工面积年度累计增速	39
图21	水泥产量预测	40
图22	水泥行业固定资产余额增长率	42
图23	煤炭价格走势	44
图24	我国水泥消费结构	48
图25	各大洲水泥价格数据	49
图26	我国水泥市场份额	50
图27	我国各区域水泥市场集中度	51
图28	水泥行业毛利率对比图	53
图29	我国水泥产量新型干法比例	55
图30	水泥生产线用电成本	58
图31	华东地区固定资产投资	61
图32	华东地区水泥产量	62
图33	华东地区水泥价格	63
图34	华东地区各省市新型干法比例	64
图35	华东地区市场占有率	64
图36	中南地区固定资产投资	66
图37	中南地区水泥产量	67
图38	东北地区固定资产投资	69
图39	东北地区水泥产量	69
图40	东北地区水泥价格	70
图41	东北地区前三名市场占有率	71
图42	西北地区固定资产投资	72
图43	北地区水泥产量	73
图44	华北地区固定资产投资	75
图45	华北地区水泥产量	75
图46	西南地区固定资产投资	76
图47	西南地区水泥产量	77
图48	平板玻璃产能增长情况	78
图49	平板玻璃行业利润总额	79
图50	玻璃产能扩张情况预计	83
图51	2005年平板玻璃产能增长分布	84

图52	各国中空玻璃使用比例	88
图53	我国中空玻璃生产量	88
图54	全球太阳能电池生产量	89
图55	太阳能电池结构	96
图56	全球太阳能电池及超白玻璃需求	98
图57	公司水泥和熟料销售情况	144
图58	产品销售收入区域占比统计	145
图59	华新水泥产品单价波动	157
图60	华新水泥毛利率变动	158
图61	工业化过程中人均金属消费量的“S”模型	164
图62	2005年区域产量分布情况	170
图63	水泥区域平衡状况	170
图64	固定资产投资增速潜力预期	171
图65	各区域新干法水泥占比分布（2004年）	171
图66	2005年水泥产量前10名分布	172
图67	区域水泥集中度分布	173

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48594.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](http://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。