



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2010年中国水泥行业及企业战略研究预测报告

一、调研说明

《2007-2010年中国水泥行业及企业战略研究预测报告》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/48710.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

第一部分 水泥行业概况 8

第一章 水泥的基本特征和作用 8

第一节 水泥的分类 8

第二节 水泥的基本特征 8

第三节 水泥在国民经济中的地位和作用 8

第二章 中国水泥发展现状 9

第一节 2007年1-4月中国水泥总体发展情况 9

第二节 2007年1-4月中国水泥行业发展的主要特点 9

第三节 当前中国水泥行业存在的主要问题 9

第三章 全球水泥行业发展状况 10

第一节 全球水泥行业发展情况 10

第二节 全球水泥制造技术分析 11

第三节 水泥主要供需国分析 13

第四节 近年世界水泥行业主要发展特点 17

第五节 全球水泥行业发展趋势分析 18

第二部分 中国水泥行业发展分析 18

第四章 中国水泥行业生产分析 18

第一节 2003-2007年4月中国水泥产量分析 18

一、总产量分析 18

二、主要品种产量分析 19

第二节 2003-2007年4月中国水泥产值分析 20

第三节 中国水泥生产结构分析 21

第四节 中国水泥产能分析 24

第五节 中国水泥生产装备配置分析 26

一、总体配置分析 26

二、新型干法（预分解窑）水泥生产线配备分析 26

| | |
|------------------------------|----|
| 第六节 国家宏观调控对水泥生产的影响 | 29 |
| 第七节 国内在建和拟建项目分析 | 31 |
| 第八节 我国水泥生产存在的主要问题 | 32 |
| 第九节 2007-2010年我国水泥行业生产预测 | 33 |
| | |
| 第五章 中国水泥行业消费与需求分析 | 34 |
| 第一节 2003-2007年4月中国水泥消费量分析 | 34 |
| 第二节 2006-2007年4月中国水泥需求特点分析 | 36 |
| 第三节 近两年中国水泥需求偏好分析 | 36 |
| 第四节 中国水泥知名品牌满意度调查分析 | 37 |
| 第五节 中国主要客户行业水泥需求结构分析 | 37 |
| 第六节 2007-2010年中国水泥需求量预测 | 39 |
| | |
| 第六章 中国水泥行业销售分析 | 43 |
| 第一节 2003-2007年4月中国水泥销售量分析 | 43 |
| 一、总销售量分析 | 43 |
| 二、主要品种销售量分析 | 44 |
| 第二节 2003-2007年4月中国水泥行业销售收入分析 | 45 |
| 第三节 中国水泥行业销售结构分析 | 46 |
| 第四节 中国水泥销售渠道分析 | 47 |
| 第五节 中国水泥主要销售方式分析 | 47 |
| 第六节 中国水泥销售存在的主要问题分析 | 47 |
| 第七节 2007-2010年中国水泥行业销售预测 | 47 |
| | |
| 第七章 中国水泥行业进出口分析 | 48 |
| 第一节 中国水泥进口分析 | 48 |
| 一、各品种进口量分析 | 48 |
| 二、进口来源国分析 | 49 |
| 三、进口额分析 | 50 |
| 四、进口到岸价格分析 | 50 |
| 第二节 中国水泥出口分析 | 50 |
| 一、各品种出口量分析 | 50 |

二、出口目的地国分析 51

三、出口额分析 53

四、出口价格分析 53

第三节 中国水泥进出口比较分析 54

一、进出口量和进出口值比较分析 54

二、进出口产品价格比较分析 54

三、产品质量比较分析 54

第八章 中国水泥价格分析 55

第一节 2003-2006年中国水泥总体价格走势分析 55

第二节 2007年1-4月中国各地区水泥价格分析 56

第三节 主要产品价格走势分析 57

第四节 价格变化的主要原因分析 57

第五节 2007-2008年中国水泥价格变化趋势预测 58

第九章 中国水泥产品结构与制造技术分析 58

第一节 产品结构分析 58

第二节 国内水泥制造技术分析 63

第三节 外国水泥主要制造技术分析 66

第四节 中外技术比较分析 66

第十章 行业成本效益分析 67

第一节 水泥成本构成 67

第二节 电费和煤价的上涨对水泥成本的影响 68

第三节 行业成本利润率分析 68

第四节 中国水泥成本效益分析 69

第三部分 中国水泥行业竞争力和竞争格局分析 70

第十一章 中国水泥竞争力分析 70

第一节 替代品分析 70

一、“凝石”对水泥的替代 70

二、钢结构对水泥的替代 71

| | |
|-------------------------|----|
| 第二节 水泥行业与其他行业之间的竞争力比较分析 | 71 |
| 第三节 中外水泥产业竞争力比较分析 | 72 |
| 第四节 中国不同地区水泥产业竞争力分析 | 73 |
| 第五节 中国发展水泥产业的优势 | 74 |

| | |
|---------------------|----|
| 第十二章 中国水泥行业内部竞争格局分析 | 74 |
| 第一节 不同规模企业之间的竞争格局 | 74 |
| 第二节 不同所有制企业之间的竞争格局 | 76 |
| 第三节 不同地区之间的竞争格局 | 79 |

第四部分 重点地区分析 80

| | |
|-------------------------|----|
| 第十三章 山东省 | 80 |
| 第一节 山东省水泥供需分析 | 80 |
| 第二节 山东省水泥销售区域分析 | 80 |
| 第三节 山东省水泥消费与居民发展水平相关性分析 | 81 |
| 第四节 山东省水泥发展的特点 | 82 |
| 第五节 2007-2010年山东省水泥发展预测 | 83 |

| | |
|-------------------------|----|
| 第十四章 浙江省 | 83 |
| 第一节 浙江省水泥供需分析 | 83 |
| 第二节 浙江省水泥销售区域分析 | 83 |
| 第三节 浙江省水泥消费与居民发展水平相关性分析 | 84 |
| 第四节 浙江省水泥发展的特点 | 85 |
| 第五节 2007-2010年浙江省水泥发展预测 | 86 |

| | |
|-------------------------|----|
| 第十五章 江苏省 | 86 |
| 第一节 江苏省水泥供需分析 | 86 |
| 第二节 江苏省水泥销售区域分析 | 87 |
| 第三节 江苏省水泥消费与居民发展水平相关性分析 | 87 |
| 第四节 江苏省水泥发展的特点 | 88 |
| 第五节 2007-2010年江苏省水泥发展预测 | 88 |

第十六章 广东省 89

第一节 广东省水泥供需分析 89

第二节 广东省水泥销售区域分析 90

第三节 广东省水泥消费与居民发展水平相关性分析 90

第五节 2007-2010年广东省水泥发展预测 92

第十七章 河北省 92

第一节 河北省水泥供需分析 92

第二节 河北省水泥销售区域分析 93

第三节 河北省水泥消费与居民发展水平相关性分析 93

第四节 河北省水泥发展的特点 94

第十八章 河南省 95

第一节 河南省水泥供需分析 95

第二节 河南省水泥销售区域分析 95

第三节 河南省水泥消费与居民发展水平相关性分析 96

第四节 河南省水泥发展的特点 97

第五节 2007-2010年河南省水泥发展预测 97

第五部分 行业并购与资本运做分析 98

第十九章 水泥行业并购分析 98

第一节 水泥行业的区域性理论 98

第二节 行业并购的必要性与并购动因分析 104

第三节 行业并购的模式 105

第四节 中外企业并购的重点和发展战略 105

第五节 2007-2010年中国水泥行业并购趋势分析 107

第二十章 国内外典型案例分析 107

第一节 瑞士Holcim购买定向增发股份控股湖北华新水泥股份有限公司 107

第二节 法国Lafarge公司的母公司并购战略 108

第二十二章 房地产业的发展对水泥行业发展的影响 109

| | |
|--|-----|
| 第一节 中国房地产行业发展分析 | 109 |
| 第二节 2003-2006年中国房地产行业水泥消费量分析 | 111 |
| 第三节 中国房屋开发量与水泥消费量之间的相关关系分析 | 112 |
| 第四节 2007-2010年中国房屋开发量预测 | 113 |
| 第五节 2007-2010年中国房地产对水泥的需求量预测 | 113 |
| 第二十三章 基础设施建设(铁路、公路、机场等)的发展对水泥行业发展的影响 | 114 |
| 第一节 中国基础设施行业发展分析 | 114 |
| 第二节 2003-2006年中国基础设施行业水泥消费量分析 | 114 |
| 第三节 中国基础设施建设工程量与水泥消费量之间的相关关系分析 | 116 |
| 第四节 2007-2010年中国基础设施建设工程量预测 | 117 |
| 第五节 2007-2010年中国基础设施建设对水泥的需求量预测 | 117 |
| 第七部分 国内外主要企业分析 | 118 |
| 第二十四章 外资控股著名企业 | 118 |
| 第一节 法国Lafarge公司 | 118 |
| 一、Lafarge公司概况 | 118 |
| 二、Lafarge公司在华布局情况(含产业布局、产品布局 and 区域布局) | 119 |
| 三、Lafarge公司在华水泥行业经营情况 | 119 |
| 四、Lafarge公司在华经营水泥的优势、劣势和特点 | 120 |
| 五、Lafarge公司在华拓展水泥业务的主要手段和策略 | 120 |
| 六、Lafarge公司在华水泥业务的主要竞争对手 | 122 |
| 七、各个不同阶段Lafarge公司在华经营的发展战略分析 | 122 |
| 第二节 瑞士Holcim公司 | 123 |
| 一、Holcim公司概况 | 123 |
| 二、Holcim公司在华布局情况(含产业布局、产品布局 and 区域布局) | 123 |
| 三、Holcim公司在华水泥行业经营情况 | 124 |
| 四、Holcim公司在华经营水泥的优势、劣势和特点 | 124 |
| 五、Holcim公司在华拓展水泥业务的主要手段和策略 | 125 |
| 六、Holcim公司在华水泥业务的主要竞争对手 | 125 |
| 七、各个不同阶段Holcim公司在华经营的发展战略分析 | 125 |
| 第三节 德国Heidelberg水泥集团公司 | 125 |

| | |
|--|-----|
| 一、Heidelberg公司概况 | 125 |
| 二、Heidelberg公司在华布局情况（含产业布局、产品布局 and 区域布局） | 125 |
| 三、Heidelberg公司在华水泥行业经营情况 | 126 |
| 四、Heidelberg公司在华经营水泥的优势、劣势和特点 | 126 |
| 五、Heidelberg公司在华拓展水泥业务的主要手段和策略 | 127 |
| 六、Heidelberg公司在华水泥业务的主要竞争对手 | 127 |
| 七、各个不同阶段Heidelberg公司在华经营的发展战略分析 | 127 |
| 第四节 墨西哥Cemex公司 | 127 |
| 一、Cemex公司概况 | 127 |
| 二、Cemex公司在华布局情况（含产业布局、产品布局 and 区域布局） | 129 |
| 三、Cemex公司在华水泥行业经营情况 | 129 |
| 四、Cemex公司在华经营水泥的优势、劣势和特点 | 129 |
| 五、Cemex公司在华拓展水泥业务的主要手段和策略 | 129 |
| 六、Cemex公司在华水泥业务的主要竞争对手 | 130 |
| 七、各个不同阶段Cemex公司在华经营的发展战略分析 | 130 |
| 第五节 意大利Italcementi公司 | 130 |
| 一、Italcementi公司概况 | 130 |
| 二、Italcementi公司在华布局情况（含产业布局、产品布局 and 区域布局） | 131 |
| 三、Italcementi公司在华水泥行业经营情况 | 131 |
| 四、Italcementi公司在华经营水泥的优势、劣势和特点 | 132 |
| 五、Italcementi公司在华拓展水泥业务的主要手段和策略 | 132 |
| 六、Italcementi公司在华水泥业务的主要竞争对手 | 132 |
| 七、各个不同阶段Italcementi公司在华经营的发展战略分析 | 132 |
| 第六节 日本Taiheiyo水泥集团 | 133 |
| 一、Taiheiyo公司概况 | 133 |
| 二、Taiheiyo公司在华布局情况（含产业布局、产品布局 and 区域布局） | 133 |
| 三、Taiheiyo公司在华水泥行业经营情况 | 133 |
| 四、Taiheiyo公司在华经营水泥的优势、劣势和特点 | 133 |
| 五、Taiheiyo公司在华拓展水泥业务的主要手段和策略 | 133 |
| 六、Taiheiyo公司在华水泥业务的主要竞争对手 | 134 |
| 七、各个不同阶段Taiheiyo公司在华经营的发展战略分析 | 134 |
| 第七节 意大利Buzzi Uncem公司 | 134 |

| | |
|--|-----|
| 一、Buzzi Uncem公司概况 | 134 |
| 二、Buzzi Uncem公司在华布局情况（含产业布局、产品布局 and 区域布局） | 135 |
| 三、Buzzi Uncem公司在华水泥行业经营情况 | 135 |
| 四、Buzzi Uncem公司在华经营水泥的优势、劣势和特点 | 135 |
| 五、Buzzi Uncem公司在华拓展水泥业务的主要手段和策略 | 135 |
| 六、Buzzi Uncem公司在华水泥业务的主要竞争对手 | 135 |
| 七、各个不同阶段Buzzi Uncem公司在华经营的发展战略分析 | 135 |
| 第八节 葡萄牙Cimpor公司 | 136 |
| 一、Cimpor公司概况 | 136 |
| 二、Cimpor公司在华布局情况（含产业布局、产品布局 and 区域布局） | 136 |
| 三、Cimpor公司在华水泥行业经营情况 | 136 |
| 四、Cimpor公司在华经营水泥的优势、劣势和特点 | 136 |
| 五、Cimpor公司在华拓展水泥业务的主要手段和策略 | 136 |
| 六、Cimpor公司在华水泥业务的主要竞争对手 | 137 |
| 七、各个不同阶段Cimpor公司在华经营的发展战略分析 | 137 |
| 第二十五章 内资控股优势企业 | 137 |
| 第一节 安徽海螺集团 | 137 |
| 一、企业发展简介 | 137 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 137 |
| 三、企业资本运作分析 | 138 |
| 四、企业联姻摩根斯坦利等国际金融资本的主要目的 | 138 |
| 五、企业发展战略分析 | 138 |
| 第二节 济南山水水泥集团有限公司（摩根斯坦利） | 139 |
| 一、企业发展简介 | 139 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 139 |
| 三、企业资本运作分析 | 140 |
| 四、企业联姻摩根斯坦利等国际金融资本的主要目的 | 140 |
| 五、企业发展战略分析 | 140 |
| 第三节 河北冀东水泥集团有限责任公司（海德堡） | 140 |
| 一、企业发展简介 | 140 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 141 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 四、企业联姻德国海德堡等国际水泥巨头的主要目的 | 141 |
| 五、企业发展战略分析 | 142 |
| 第四节 浙江三狮集团有限公司 | 142 |
| 一、企业发展简介 | 142 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 142 |
| 三、企业资本运作分析 | 143 |
| 四、企业国际化或国际合作分析 | 143 |
| 五、企业发展战略分析 | 143 |
| 第五节 吉林亚泰（集团）股份有限公司（爱尔兰CRH公司） | 144 |
| 一、企业发展简介 | 144 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 144 |
| 三、企业资本运作分析 | 146 |
| 四、企业联姻爱尔兰CRH公司等国际水泥巨头的主要目的 | 147 |
| 第六节 中国材料工业科工集团公司 | 147 |
| 一、企业发展简介 | 147 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 148 |
| 三、企业资本运作分析 | 149 |
| 四、企业国际化或国际合作分析 | 149 |
| 五、企业发展战略分析 | 150 |
| 第七节 中国联合水泥有限责任公司 | 150 |
| 一、企业发展简介 | 150 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 150 |
| 三、企业资本运作分析 | 151 |
| 四、企业国际化或国际合作分析 | 152 |
| 五、企业发展战略分析 | 152 |
| 第八节 河北太行水泥股份有限公司 | 152 |
| 一、企业发展简介 | 152 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 152 |
| 三、企业资本运作分析 | 153 |
| 四、企业国际化或国际合作分析 | 153 |
| 五、企业发展战略分析 | 154 |
| 第九节 广东塔牌集团有限公司 | 154 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| 一、企业发展简介 | 154 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 154 |
| 三、企业资本运作分析 | 157 |
| 四、企业国际化或国际合作分析 | 157 |
| 五、企业发展战略分析 | 157 |
| 第十节 红狮控股集团有限公司 | 158 |
| 一、企业发展简介 | 158 |
| 二、企业现状（经济运行情况，在行业中的地位、优势与劣势，经营特点） | 159 |
| 三、企业资本运作分析 | 159 |
| 四、企业国际化或国际合作分析 | 159 |
| 06年红狮水泥第一次走向国门，总量为10万吨的产品用于战后重建的伊拉克。 | 159 |
| 五、企业发展战略分析 | 159 |

第二十六章 中外企业比较分析 161

| | |
|----------------------|-----|
| 第一节 中外企业水泥制造技术比较分析 | 161 |
| 第二节 中外企业水泥制造设备配置比较分析 | 162 |
| 第三节 中外企业经营业绩比较分析 | 163 |
| 第四节 中外企业发展战略比较分析 | 164 |

第二十七章 提升我国水泥制造企业竞争力的策略研究 165

| | |
|--------------------|-----|
| 第一节 中国水泥企业大集团化发展战略 | 165 |
| 第二节 水泥产品品牌化战略 | 168 |
| 第三节 水泥企业经营多元化战略 | 169 |
| 第四节 企业管理信息化战略 | 174 |
| 第五节 企业发展全球化战略 | 177 |

第八部分 行业发展趋势与投资分析 177

第二十八章 中国水泥行业发展趋势预测 177

| | |
|---------------------------|-----|
| 第一节 水泥行业发展趋势预测与分析 | 177 |
| 一、我国水泥工业与国民经济发展相关性分析及发展预测 | 177 |
| 二、2007-2010年我国水泥生产预测 | 179 |
| 三、2007-2010年我国水泥需求预测 | 180 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 3.1 我国近期水泥需求分析预测 | 180 |
| 3.2 我国中、长期水泥需求分析预测 | 181 |
| 四、2007-2010年我国水泥价格发展趋势预测 | 184 |

第二十九章 我国水泥行业投资价值、投资风险及投资建议 184

| | |
|----------------|-----|
| 第一节 水泥行业投资价值分析 | 184 |
| 第二节 水泥行业投资风险分析 | 190 |
| 第三节 重点投资品种分析 | 192 |
| 第四节 重点投资地区分析 | 193 |
| 第五节 投资策略与投资建议 | 198 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48710.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。