

2009-2010年中国陶瓷制品 制造行业市场研究及投资趋势展望报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2010年中国陶瓷制品制造行业市场研究及投资趋势展望报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200907/21916.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目录

第一章 2008-2009年中国陶瓷制品制造行业环境分析 1

一、2008-2009年中国经济发展环境分析 1

（一）2009年第一季度中国宏观经济运行情况 1

（二）全球金融危机对中国产业格局影响 6

（三）中国应对金融危机的措施 10

二、2008年中国陶瓷制品政策环境分析 20

（一）新版《陶瓷砖国家标准》正式实施 20

（二）《建筑卫生陶瓷产品质量检验管理办法》 21

（三）《出口陶瓷检验管理规定》 26

三、2008年中国陶瓷制品技术环境分析 28

（一）新型蓄光性发光陶瓷制品技术 28

（二）结晶釉陶瓷制品生产技术 29

（三）活化水抗菌陶瓷制品技术 29

第二章 陶瓷制品的相关概述 31

一、陶瓷简述 31

（一）陶瓷的成分 31

（二）陶瓷的分类及制品特点 32

二、陶瓷的发展史 34

三、陶瓷工艺流程 42

第三章 2008年全球陶瓷制品制造行业发展现状分析 44

一、全球陶瓷制品发展概况 44

二、2008年国际陶瓷制品呈现新特性 45

三、2008年国际陶瓷制品行业市场发展阐述 47

（一）全球陶瓷的总产量明显上升 47

（二）国际陶瓷生产国把生产的重心转移 47

（三）国际陶瓷市场疲软 48

四、2008年全球陶瓷制品主要国家运行分析 49

- (一) 日本 49
 - (二) 英国 49
 - (三) 德国 51
 - (四) 意大利 52
- 五、2009-2012年全球陶瓷制品发展趋势分析 53

第四章 2008年中国陶瓷制品制造行业发展现状综述 54

- 一、中国陶瓷行业发展概况 54
- 二、2008年中国陶瓷制品行业发展动态分析 55
 - (一) 福建德化陶瓷产业升级迫在眉睫 55
 - (二) 陶瓷业收缩战线蓄势“过冬” 57
 - (三) 陶瓷业呼吁建立危机处理机制 59
 - (四) 嘉俊陶瓷四大新品御寒冬 60
- 三、2008年中国陶瓷制品市场现状 62
 - (一) 高档陶瓷制品呈现产销两旺局面 62
 - (二) 2008年中国陶瓷产品出口概况 62
 - (三) 缺乏区域性市场的营销策略 65
 - (四) 国内陶瓷市场的变化分析 66
 - (五) 中国农村陶瓷市场需求大 69
- 四、2008年中国陶瓷制品行业存在的问题 71
 - (一) 能源消耗大 71
 - (二) 产品工艺技术落后 71
 - (三) 设计滞后，品牌意识落后 72
 - (四) 劳动生产率较低、集约化和科技含量较低 73
 - (五) 整体技术开发能力相对发达国家而言差距较大 73
- 五、中国陶瓷产业的发展对策 74
 - (一) 布局全球实施“海外转移” 74
 - (二) 以标准创造价值 75
 - (三) 打响节能减排攻坚战略 78
 - (四) 企业行业和环境共同成长 78

第五章 2007-2009年中国陶瓷制品制造行业数据分析 81

- 一、2007-2009年中国陶瓷制品制造行业总体数据分析 81
 - (一) 2007年中国陶瓷制品制造行业全部企业数据分析 81
 - (二) 2008年中国陶瓷制品制造行业全部企业数据分析 83
 - (三) 2009年中国陶瓷制品制造行业全部企业数据分析 86
- 二、2007-2009年中国陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析 89
 - (一) 2007年中国陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析 89
 - (二) 2008年中国陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析 89
 - (三) 2009年中国陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析 90
- 三、2007-2009年中国陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析 90
 - (一) 2007年中国陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析 90
 - (二) 2008年中国陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析 91
 - (三) 2009年中国陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析 92

第六章 2007-2009年中国陶瓷制品产量数据分析 93

- 一、瓷质砖 93
 - (一) 2007年中国瓷质砖产量统计 93
 - (二) 2008年中国瓷质砖产量统计 94
 - (三) 2009年中国瓷质砖产量统计 95
- 二、卫生陶瓷 97
 - (一) 2007年中国卫生陶瓷产量统计 97
 - (二) 2008年中国卫生陶瓷产量统计 98
 - (三) 2009年中国卫生陶瓷产量统计 99
- 三、日用陶瓷 100
 - (一) 2007年中国日用陶瓷产量统计 100
 - (二) 2008年中国日用陶瓷产量统计 101
 - (三) 2009年中国日用陶瓷产量统计 102
- 四、搪瓷制品 103
 - (一) 2007年中国搪瓷制品产量统计 103
 - (二) 2008年中国搪瓷制品产量统计 104
 - (三) 2009年中国搪瓷制品产量统计 104

第七章 2008年中国陶瓷制品细分产品市场发展形式探究 106

一、建筑陶瓷市场 106

(一) 西班牙陶瓷企业进军中国瓷砖市场 106

(二) 中国瓷砖占据全球低端市场 107

(三) 中国瓷砖业要树立自己的品牌 108

(四) 中国仿古砖已跟上国际水平 108

二、卫浴陶瓷市场 109

(一) 中国卫生陶瓷行业飞速发展 109

(二) 中国卫浴产品步入微利时代 111

(三) 国内卫浴陶瓷产品市场基本特点 113

(四) 卫浴陶瓷的市场概况 115

(五) 卫浴陶瓷市场增长迅速 117

(六) 卫生洁具新品开发的特点 118

三、日用陶瓷市场 120

(一) 日用陶瓷业面临QS认证关卡 120

(二) 茶具、餐具等成为日用陶瓷消费主潮流 120

(三) 中国日用陶瓷对欧盟出口状况分析 121

(四) 国内日用陶瓷企业面临市场多重压力 122

(五) 日用陶瓷品牌发展的建议 123

第八章 2008年中国陶瓷制品业营销分析 126

一、2008年中国陶瓷制品营销现状分析 126

(一) 陶瓷制品营销的概述 126

(二) 国内陶瓷制品的创新与营销概念详析 130

(三) 卫浴陶瓷制品市场进入文化营销领域 133

(四) 陶瓷制品业文化营销隐藏的品牌危机 136

二、2008年陶瓷制品营销策略 139

(一) 中国陶瓷制品营销建议 139

(二) 消费者时代陶瓷制品企业的营销战略 141

(三) 陶瓷制品营销需抓住品牌的定位 143

(四) 陶瓷制品市场尝试色彩营销 144

(五) 对中国陶瓷制品营销战术的反思 145

三、营销案例分析 147

- (一) 欧神诺陶瓷 147
- (二) 德化陶瓷 148
- (三) 博华陶瓷 151
- (四) 金欧雅陶瓷 154

第九章 2008年中国陶瓷制品制造行业竞争格局透析 156

一、2008年中国陶瓷制品行业竞争现状 156

- (一) 中国建陶行业竞争形势严峻 156
- (二) 中国陶瓷业区域竞争激烈 160
- (三) 陶瓷业面临市场的规模竞争 161

二、2008年中国陶瓷制品制造业国际竞争力分析 165

- (一) 出口才能提高中国陶企的国际竞争力 165
- (二) 影响中国建筑卫陶瓷竞争力的主要因素 165
- (三) 中国陶瓷工业缺乏国际竞争力 166

三、2008年中国陶瓷制造业竞争策略 168

- (一) 中国自主品牌需要新的竞争切入点 168
- (二) 提升陶瓷企业竞争力的方法 171
- (三) 节能降耗才能提高陶企竞争力 174
- (四) 陶瓷市场竞争要合理 176
- (五) 陶瓷行业应避免恶习竞争 177

四、2009-2012年中国陶瓷制品业竞争趋势分析 181

第十章 2008年中国重点陶瓷制品重点区域分析 185

一、广东省 185

- (一) 广州建陶市场全面透析 185
- (二) 佛山陶瓷品牌资源利用分析 186
- (三) 佛山建筑陶瓷行业存在问题分析 188

二、福建省 190

- (一) 晋江建筑陶瓷产业发展状况浅析 190
- (二) 晋江建筑陶瓷业在困惑中前行 192
- (三) 闽清建筑陶瓷产业发展建议 194

三、山东 195

- (一) 2008年山东陶瓷交易市场现状 195
- (二) 山东淄博陶瓷高增长成就大产业 200
- (三) 淄博建筑陶瓷业面临“标准荒”问题 202

四、四川省 205

- (一) 四川夹江陶瓷业发展历程分析 205
- (二) 四川夹江陶瓷业现状及动向的多角度透视 206
- (三) 四川夹江县建筑陶瓷产业格局分析 209

五、江西省 212

- (一) 景德镇陶瓷行业整体概况 212
- (二) 江西安高市建筑陶瓷行业发展分析 213
- (三) 高安建筑陶瓷产业重新崛起 218

第十一章 中国陶瓷制品制造行业优势企业分析 220

一、沈阳蓝威建筑陶瓷有限公司 220

- (一) 企业概况 220
- (二) 企业经营状况分析 221

二、光宇集团有限公司 224

- (一) 企业概况 224
- (二) 企业经营状况分析 225

三、佛山市嘉俊陶瓷有限公司 228

- (一) 企业概况 228
- (二) 企业经营状况分析 228

四、福建华泰集团有限公司 231

- (一) 企业概况 231
- (二) 企业经营状况分析 232

五、杭州诺贝尔集团有限公司 235

- (一) 企业概况 235
- (二) 企业经营状况分析 236

六、临沂东泰建筑陶瓷有限公司 239

- (一) 企业概况 239
- (二) 企业经营状况分析 240

第十二章 2008年中国陶瓷品制造业关联产业发展态势探究 244

一、房地产行业 244

(一) 房地产与陶瓷互动发展 244

(二) 房地产对卫浴需求促进 245

(三) 房地产调控波及的建筑陶瓷业 246

(四) “绿色住宅”是中国房地产建筑之路 247

(五) 房地产热带动建筑陶瓷消费潮流 249

二、能源行业 251

(一) 能源与陶瓷业关系密切 251

(二) 全球能源形势及陶瓷工业的发展方向 252

(三) 中国加大陶瓷出口的同时要注重节能 255

(四) 技术创新推动陶瓷业节能 257

(五) 陶瓷工业的能源选择和节约 258

(六) 中国建筑陶瓷能耗标准将出台 260

三、环保产业 261

(一) 陶瓷产业对环境的影响 261

(二) 陶瓷在于环保中的作用 263

(三) 陶瓷材料科学与环境保护 264

(四) 陶瓷业要注重环保 267

第十三章 2009-2012年中国陶瓷制品制造行业发展及投资前景分析 272

一、2009-2012年中国陶瓷制品制造行业发展趋势 272

(一) 创意思维将是陶瓷行业打造品牌的趋势 272

(二) 市场需求高档化、艺术化 274

(三) 市场销售配套化 274

(四) 市场需求多元化、个性化 275

二、2009-2012年中国陶瓷制品市场预测分析 275

(一) 中国陶瓷制品供给预测分析 275

(二) 中国陶瓷制品需求预测分析 276

三、2009-2012年中国陶瓷制品制造行业投资分析 276

(一) 中国陶瓷制品制造行业投资环境分析 276

(二) 艺术化陶瓷产品将普遍受到欢迎 277

(三) 高档陶瓷产品成市场销售热点 279

(四) 中国陶瓷制品制造行业投资风险分析 279

图表目录：

图表 1：2007-2009 年国内生产总值实际增长率（当季） 1

图表 2：三大产业增加值增长率（累计） 2

图表 3：工业增加值增长率（当月） 3

图表 4：城镇投资和房地产开发投资增速反弹 3

图表 5：社会消费品零售总额增长率 4

图表 6：居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图 5

图表 7：进出口总值增长走势图 5

图表 8：货币供应量增长走势图 6

图表 9：2008 年 1-9 月份我国部分行业调整变化（同比增长率%） 8

图表 10：2008 年 1-9 月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%） 9

图表 11：2008 年 1-9 月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%） 9

图表 12：近期公布的刺激经济的政策一览表 11

图表 13：提高出口退税率的商品清单 15

图表 14：陶瓷制品分类 33

图表 15：各类陶瓷制品的特点 33

图表 16：陶瓷制造工艺流程图 43

图表 17：2005-2008 年全球陶瓷产量走势图 47

图表 18：英国陶瓷砖消费状况（百万平方米） 50

图表 19：英国陶瓷砖进口状况（百万平方米） 50

图表 20：2006 年英国陶瓷砖消费结构（百万平方米） 50

图表 21：英国陶瓷砖主要进口国 51

图表 22：2007 年我国陶瓷产品出口金额分类统计 63

图表 23：2008 年 1-11 月全国陶质砖产量分地区统计 63

图表 24：2008 年 1-7 月我国陶瓷产品出口金额分类统计 64

图表 25：2008 年 1-12 月份我国卫浴陶瓷制品出口前 10 位国家 64

图表 26：2007 年 1-11 月中国陶瓷制品制造行业全部企业数据分析 81

图表 27：2008 年 1-11 月中国陶瓷制品制造行业全部企业数据分析 83

图表 28：2009 年 1-2 月中国陶瓷制品制造行业全部企业数据分析 86

图表 29 : 2007年1-11月中国陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析	89
图表 30 : 2008年1-11月中国陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析	89
图表 31 : 2009年1-2月中国陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析	90
图表 32 : 2007年1-11月中国陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析	90
图表 33 : 2008年1-11月中国陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析	91
图表 34 : 2009年1-2月中国陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析	92
图表 35 : 2007年1-11月中国瓷质砖产量统计	93
图表 36 : 2008年1-11月中国瓷质砖产量统计	94
图表 37 : 2009年1-5月中国瓷质砖产量统计	95
图表 38 : 2007年1-11月中国卫生陶瓷产量统计	97
图表 39 : 2008年1-11月中国卫生陶瓷产量统计	98
图表 40 : 2009年1-5月中国卫生陶瓷产量统计	99
图表 41 : 2007年1-11月中国日用陶瓷产量统计	100
图表 42 : 2008年1-11月中国日用陶瓷产量统计	101
图表 43 : 2009年1-5月中国日用陶瓷产量统计	102
图表 44 : 2007年1-11月中国搪瓷制品产量统计	103
图表 45 : 2008年1-11月中国搪瓷制品产量统计	104
图表 46 : 2009年1-5月中国搪瓷制品产量统计	104
图表 47 : 山东省部分建陶品牌网点分布	196
图表 48 : 山东省建筑陶瓷数量/面积分布	198
图表 49 : 山东200平方米以上建筑二、三级城市分布	198
图表 50 : 山东省部分卫生陶瓷品牌网点分布	199
图表 51 : 山东省卫生陶瓷数量/面积分布	199
图表 52 : 山东200平方米以上卫浴二、三级城市分布	200
图表 53 : 沈阳蓝威建筑陶瓷有限公司概况	220
图表 54 : 沈阳蓝威建筑陶瓷有限公司经营状况分析	221
图表 55 : 光宇集团有限公司经营状况分析	225
图表 56 : 佛山市嘉俊陶瓷有限公司经营状况分析	228
图表 57 : 福建华泰集团有限公司经营状况分析	232
图表 58 : 杭州诺贝尔集团有限公司经营状况分析	236
图表 59 : 临沂东泰建筑陶瓷有限公司概况	239
图表 60 : 临沂东泰建筑陶瓷有限公司经营状况分析	240

图表 61：建筑陶瓷制品制造行业销售收入前十位企业排名 250

图表 62：建筑陶瓷制品制造行业利润前十位企业排名 250

图表 63：《陶瓷工业污染物排放标准》技术内容框架图 268

图表 64：2009-2012年中国陶瓷制品产量预测 275

图表 65：2009-2012年中国陶瓷制品需求预测 276

图表 66：我国工艺陶瓷市场区域结构 277

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/21916.html>