

2014-2019年中国建筑陶瓷 行业监测与未来发展前景预测报告

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

《2014-2019年中国建筑陶瓷行业监测与未来发展前景预测报告》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/201405/106006.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

随着社会经济的发展，人们生活水平的日益提高，陶瓷已成为人们生活中很重要的一部分，建筑陶瓷更是如此。近几年来，由于新兴陶瓷生产国的兴起和发展中国家陶瓷制品产量的大幅度增加，使世界陶瓷的总产量明显上升，国际陶瓷市场呈现出市场需求高档化、艺术化、多元化、个性化，市场竞争白热化，市场销售配套化等特点。中国作为世界最大的陶瓷生产国，陶瓷行业的发展更是与众不同，陶瓷市场五彩纷呈。

中国的建筑陶瓷产业，在近10年的时间内得到了快速的发展。在此期间，中国的建筑陶瓷行业凭借内外部的力量，形成一套独特的发展模式，使其在国际市场上处于重要的地位。在辽阔的中国版图上，建筑陶瓷产区覆盖了中国的大部分地区，其中以广东佛山最为有代表性，产量占到中国建筑陶瓷产量的60%以上。

2013年以来，一面是国际市场反倾销的围剿，一面是国家宏观调控、节能减排的重压，两头夹击之下，建筑陶瓷业仍是艰难的一年。突围成为中小陶瓷企业最为关注的话题，而另一方面，以东鹏陶瓷等为代表的品牌陶瓷，则是加快逆势扩张、行业整合的步伐。品牌角力之下，市场格局正在一步步进行转变。

2013年12月2日，国家工信部公布了《建筑卫生陶瓷行业准入标准》，并于2014年4月1日起施行，将从土地供应、环评审批、能源供给、质量和安全监管、信贷、融资以及相关企业在建筑卫生陶瓷项目投资施工建设与生产运营等方面对建陶产业的发展进行多渠道、多环节的指导和规范。

未来几年建筑陶瓷行业的关注点是生产的生态环保、新工艺技术装备的开发、终端产品应用领域的开拓这三点。中国建筑陶瓷产业发展空间巨大，行业前景广阔。

本行业报告分为正文和附录两册，正文主要依据依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国陶瓷工业协会、中国建筑卫生陶瓷工业协会、中国建筑材料工业协会、中国房地产行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及建筑陶瓷行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于陶瓷行业整体发展大势，对中国建筑陶瓷行业的发展情况、主要细分市场、进出口、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来建筑陶瓷行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了建筑陶瓷行业今后的发展与投资策略。

本建筑陶瓷行业报告，为建筑陶瓷企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 建筑陶瓷行业发展分析

第一章 建筑陶瓷的相关介绍 1

第一节 陶瓷的简介 1

一、陶瓷的概述 1

二、陶瓷的成分 1

三、陶瓷的发展 1

四、陶瓷的分类 3

第二节 建筑陶瓷的介绍 6

一、建筑陶瓷的分类 6

二、建筑陶瓷的应用 9

三、建筑陶瓷功能的发展 10

第二章 陶瓷行业发展分析 11

第一节 世界陶瓷业的发展 11

一、全球陶瓷市场特点凸显 11

二、西班牙陶瓷业的成功秘诀 13

三、美国陶瓷市场发展良好 14

四、英国陶瓷市场消费量增长 16

第二节 中国陶瓷行业发展环境 18

一、陶瓷产业受宏观政策的影响 18

二、资源税改革推进陶瓷产业结构调整 19

三、政府行为加速陶瓷企业优胜劣汰 20

四、金融海啸影响陶瓷行业 22

五、房地产业对陶瓷市场的影响 23

第三节 中国陶瓷产业发展状况 24

一、中国陶瓷行业现状分析 24

二、陶瓷行业迎来竞销时代 25

三、陶瓷行业需重振雄威 28

四、陶瓷产业的竞争分析 29

第四节 农村陶瓷市场发展分析 30

一、农村陶瓷市场消费概况 30

二、农村市场成为陶瓷行业开发趋势 32

三、国产高端陶瓷进军农村市场 33

四、陶瓷企业转战农村市场的瓶颈	34
第五节 中国陶瓷市场存在的问题	35
一、中国陶瓷行业产能过剩问题突出	35
二、陶瓷行业的投资缺乏理性	37
三、陶瓷行业终端业态受冲击	39
四、陶瓷企业面临的问题	40
第六节 中国陶瓷行业发展策略	45
一、陶瓷产业未来发展战略	45
二、陶瓷业开发国内市场的策略	47
三、陶瓷企业发展两思路	49
第三章 中国建筑陶瓷产业发展状况	51
第一节 中国建筑陶瓷行业综述	51
一、中国建筑陶瓷行业发展历程	51
二、中国建筑陶瓷产业概述	53
三、中国建筑陶瓷行业特点分析	54
四、2013年中国建陶行业的回顾	54
五、2013年建筑陶瓷行业发展分析	59
第二节 2014年我国建筑陶瓷业面临的基本形势和任务	61
一、我国建筑卫生陶瓷行业面临的基本形势	62
二、我国建筑卫生陶瓷行业面临的主要任务	63
三、2014年陶瓷业发展走势预测	67
四、2014年建筑陶瓷行业发展趋势预测	68
第三节 建筑陶瓷产业发展现状	70
一、建筑陶瓷市场的发展状况	70
二、中国建筑陶瓷行业发展转折点	74
三、中国建筑陶瓷市场特点凸显	75
四、我国建筑陶瓷产量居世界首位	75
五、建筑陶瓷市场“新产品现象”	77
第四节 建筑陶瓷行业的可持续发展	78
一、建筑陶瓷产业可持续发展系统	78
二、建陶产业可持续发展的因果关系	80
三、建筑陶瓷可持续发展的主要问题	81

四、建筑陶瓷可持续发展战略	82
第五节 建筑陶瓷行业存在问题	83
一、建筑陶瓷行业亟待解决的问题	83
二、我国建筑陶瓷企业的发展瓶颈	85
三、中国建筑陶瓷行业四大问题	86
四、建筑陶瓷行业面临的危机	87
五、建陶产业快速发展带来的隐患	88
第六节 建筑陶瓷行业发展对策	89
一、建筑陶瓷产业应依法发展	89
二、建筑陶瓷行业的过冬策略	91
三、建筑陶瓷企业发展的文化战略	94
第四章 中国建筑陶瓷市场分析	99
第一节 建筑陶瓷的品牌分析	99
一、2009年原建筑陶瓷名牌不再保留	99
二、浅析建陶产业品牌的再造	100
三、建陶行业继续参与中国名牌评选	102
四、建筑陶瓷企业增强品牌竞争力的战略	103
第二节 建筑陶瓷行业的环保	105
一、建陶行业的资源浪费	105
二、建筑陶瓷行业兴起环保热	105
三、建筑陶瓷企业环保发展新形势	107
第三节 建筑陶瓷市场的创新	108
一、建筑陶瓷企业创新的动力	108
二、绿色发展促使建陶企业科技创新	110
三、建陶行业的策划者应持续创新	115
四、陶瓷行业创新的方向	116
第四节 建筑陶瓷技术设备发展综述	119
一、建陶行业技术装备现状分析	119
二、现代建筑陶瓷技术的发展历程	119
三、建筑陶瓷用辊道窑技术标准的实施	120
五、中国建陶工业技术进步显著	120
第五章 中国陶瓷及建筑陶瓷产品产量重要数据	122

第一节 2011-2014年全国及主要省份瓷质砖产量分析	122
一、2011年全国及主要省份瓷质砖产量分析	122
二、2012年全国及主要省份瓷质砖产量分析	123
三、2013年全国及主要省份瓷质砖产量分析	124
四、2014年全国及主要省份瓷质砖产量分析	125
第二节 2011-2014年全国及主要省份陶质砖产量分析	131
一、2011年全国及主要省份陶质砖产量分析	131
二、2012年全国及主要省份陶质砖产量分析	132
三、2013年全国及主要省份陶质砖产量分析	133
四、2014年全国及主要省份陶质砖产量分析	134
第三节 2011-2014年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析	139
一、2011年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析	139
二、2012年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析	140
三、2013年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析	141
四、2014年全国及主要省份卫生陶瓷产量分析	142
第六章 2013-2014年中国陶瓷制品制造业经济运行数据分析	144
第一节 2013-2014年全国陶瓷制品制造业主要经济指标	144
一、2013年全国陶瓷制品制造业主要经济指标	144
二、2014年全国陶瓷制品制造业主要经济指标	146
第二节 2013-2014年全国及各省市区陶瓷制品制造业产销数据分析	147
一、2013年全国及各省市区陶瓷制品制造业产销数据分析	147
二、2014年全国及各省市区陶瓷制品制造业产销数据分析	149
第三节 2013-2014年全国及各省市区陶瓷制品制造业资产负债分析	151
一、2013年全国及各省市区陶瓷制品制造业资产负债分析	151
二、2014年全国及各省市区陶瓷制品制造业资产负债分析	154
第四节 2013-2014年全国及中国各省市区陶瓷制品制造业行业规模分析	157
一、2013年全国及各省市区陶瓷制品制造业行业规模分析	157
二、2014年全国及各省市区陶瓷制品制造业行业规模分析	158
第五节 2013-2014年全国及各省市区陶瓷制品制造业盈利能力分析	160
一、2013年全国及各省市区陶瓷制品制造业盈利能力分析	160
二、2014年全国及各省市区陶瓷制品制造业盈利能力分析	164
第二部分 建筑陶瓷细分行业及区域市场分析	

第七章 建筑卫生陶瓷行业发展分析 167

第一节 建筑卫生陶瓷的概述 167

- 一、建筑卫生陶瓷的功能介绍 167
- 二、建筑卫生陶瓷色料的简介 170
- 三、建筑卫生陶瓷用镁硅酸盐原料情况 174

第二节 建筑卫生陶瓷行业发展 177

- 一、中国建筑卫生陶瓷行业综述 177
- 二、金融危机下的中国建筑卫生陶瓷行业 177
- 三、建筑卫生陶瓷产业逆势飞扬 178
- 四、建筑卫生陶瓷行业发展空间大 179

第三节 建筑卫生陶瓷市场状况 181

- 一、我国建筑卫生陶瓷市场稳步发展 181
- 二、中国建筑卫生陶瓷力拓农村市场 181
- 三、中国建筑卫生陶瓷出口转变分析 182
- 四、2012年中国建筑卫生陶瓷市场预测 184

第五节 建筑卫生陶瓷行业问题及建议 185

- 一、建筑卫生陶瓷产业的隐忧 185
- 二、建筑卫生陶瓷企业要谨慎 187
- 三、建筑卫生陶瓷工业努力方向 187
- 四、建筑卫生陶瓷企业发展对策 188

第八章 瓷砖行业市场发展分析 193

第一节 瓷砖的简介 193

- 一、瓷砖定义 193
- 二、瓷砖分类 193
- 三、瓷砖的特性及优势 194
- 四、瓷砖产区分布情况及其特点 195

第二节 瓷砖市场发展分析 198

- 一、中国瓷砖市场现状分析 198
- 二、中国瓷砖市场发展状况 200
- 三、金融危机下瓷砖消费市场分析 201
- 四、瓷砖市场四大特征明显 201
- 五、瓷砖市场竞争分析 202

六、文字瓷砖成为市场新宠 203

第三节 仿古砖市场发展状况 204

一、仿古砖的简介 204

二、仿古砖日渐盛行 204

三、仿古砖市场发展现状分析 205

四、仿古砖从仿古到时尚的变迁 207

第四节 抛光砖市场综述 209

一、抛光砖简介 209

二、抛光砖防污剂的综合介绍 209

三、抛光砖市场的价格竞争加剧 214

第五节 仿古砖与抛光砖市场竞争分析 216

一、仿古砖与抛光砖的优劣对比 216

二、抛光砖市场份额被仿古砖蚕食 217

三、仿古砖走俏瓷砖市场 218

四、仿古砖逐步取代抛光砖市场 218

五、金融危机下抛光砖比仿古砖停产多 219

第九章 广东省建筑陶瓷市场分析 221

第一节 广东省建筑陶瓷行业的地位 221

一、佛山建陶占世界建陶产业半壁江山 221

二、佛山建陶行业处于领军性的地位 221

三、广东佛山努力打造世界级建陶产业基地 223

第二节 佛山陶瓷及建陶市场发展概况 223

一、佛山陶瓷市场优势分析 223

二、佛山大型陶企投资新动向 224

三、广东省建筑陶瓷工业园转移工程 225

四、佛山建筑陶瓷出口将取消法检 226

五、佛山陶瓷产业转移 226

第三节 广东省陶瓷及建陶产业的优化调整 228

一、佛山政策指引陶瓷业方向 228

二、佛山陶瓷产业的战略调整 231

三、佛山陶瓷产业升级成功 233

四、环保发展促进佛山陶瓷产业发展 235

第四节 广东陶瓷及建陶市场中的问题及策略 239

一、佛山建陶行业发展障碍 239

二、佛山陶瓷行业九大潜在危机分析 242

三、佛山建陶企业发展的建议 247

四、佛山建陶营销模式的转变 249

第十章 其他区域陶瓷及建筑陶瓷市场分析 255

第一节 江西省 255

一、江西高安建筑陶瓷工业发展历程 255

二、江西省建筑陶瓷发展优势 257

三、江西省建筑陶瓷产业基地发展特点 258

四、江西建筑陶瓷产业策略 259

五、江西高安是未来建陶业的风向标 260

第二节 福建省 262

一、福建陶瓷迈入“清洁生产”时代 262

二、福建陶瓷出口形势渐好 264

三、福建晋江外墙砖企业现状 265

四、福建建陶市场仿古砖出色 266

第三节 四川省 267

一、四川重建促进建筑陶瓷业发展 267

二、四川夹江陶瓷行业发展态势 268

三、夹江陶瓷企业发展方向 271

第四节 山东省 273

一、山东建筑陶瓷的现状 273

二、山东淄博建陶企业转型升级的思考 276

三、山东陶瓷行业的发展瓶颈 277

四、山东省建陶行业贴牌现象的终结 278

第五节 新疆省 280

一、新疆建筑陶瓷生产状况 280

二、新疆建筑陶瓷市场发展概况 281

三、新疆建筑卫生陶瓷行业发展探讨 283

第三部分 建筑陶瓷行业进出口市场分析

第十一章 中国陶瓷及建筑陶瓷市场进出口状况 285

第一节 建筑陶瓷进出口概况 285

- 一、2013年我国陶瓷出口现状 285
- 二、2014年陶瓷出口市场分析 289
- 三、2014年建筑陶瓷产品出口退税率上调 292
- 四、出口建筑卫生陶瓷检验规程 292

第二节 建筑卫生陶瓷进出口分析 293

- 一、2013年卫生陶瓷出口分析 293
- 二、2014年建筑陶瓷出口形势好转 294
- 三、2014年广东陶瓷出口现逆势增长 295
- 四、建筑卫生陶瓷出口中的问题 295

第三节 建筑卫生陶瓷出口瓶颈 296

第四节 建筑陶瓷进出口中的问题 298

- 一、建陶出口贸易应注意的问题 298
- 二、全球性的贸易保护壁垒 299
- 三、建陶对外贸易摩擦风险加大 300
- 四、陶瓷出口反倾销问题严重 301

第五节 陶瓷行业进出口发展策略 305

- 一、建筑卫生陶瓷出口应优化产品结构 305
- 二、我国陶瓷企业应对反倾销的策略 306

第十二章 中国陶瓷及建筑陶瓷进出口数据分析 308

第一节 中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等进出口数据分析 308

- 一、2013-2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等进出口总体数据 308
- 二、2013-2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要省市进出口数据 310
- 三、2013-2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要国家进出口数据 313

第二节 中国耐火砖、块、瓦及类似耐火陶瓷建材制品进出口数据分析 315

第三节 中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品进出口数据分析 316

- 一、2013-2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品进出口总体数据 316
- 二、2013-2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市进出口数据 318
- 三、2013-2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家进出口数据 321

第四节 中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品进出口数据分析 323

- 一、2013-2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品进出口总体数据 323
- 二、2013-2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市进出口数据 326

三、2013-2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家进出口数据	328
第五节 中国屋顶瓦、烟囱罩、通风帽等建筑用陶瓷制品进出口数据分析	331
第六节 中国陶瓷套管、导管、槽管及管子配件进出口数据分析	331
第七节 中国硅质化石粉等硅土砖、块、瓦及其他陶瓷制品进出口数据分析	332
第四部分 建筑陶瓷行业竞争及营销策略分析	
第十三章 中国建筑陶瓷行业竞争格局	333
第一节 建筑陶瓷市场格局	333
一、建筑陶瓷行业产区与产业链	333
二、国内建陶行业大格局发生巨变	339
三、建陶产业新格局呈现	342
四、建陶市场竞争态势分析	345
五、中国建陶企业竞争战略的探寻	349
六、建陶企业竞争的关键点分析	362
七、区域性品牌强势崛起	363
第二节 建筑陶瓷产业波特五力模型分析	364
一、波特五力模型介绍	364
二、建筑陶瓷行业内的竞争分析	366
三、建筑陶瓷市场买方侃价能力	367
四、建筑陶瓷市场卖方侃价能力	368
五、建筑陶瓷市场的进入威胁	369
六、建筑陶瓷产业的替代威胁	369
第十四章 优势企业分析	371
第一节 重庆四维瓷业（集团）股份有限公司	371
一、企业概况	371
二、2013-2014年公司经营情况分析	371
三、2011-2014年公司财务数据分析	372
四、2014年公司发展动态	377
第二节 唐山陶瓷股份有限公司	379
一、企业概况	379
二、2013-2014年公司经营情况分析	380
三、2011-2014年公司财务数据分析	381
四、2014年公司发展动态	386

第三节 江苏高淳陶瓷股份有限公司 388

一、企业概况 388

二、2013-2014年公司经营情况分析 389

三、2011-2014年公司财务数据分析 390

四、2014年公司发展动态 396

第四节 玉源控股股份有限公司 396

一、企业概况 396

二、2013-2014年公司经营情况分析 397

三、2011-2014年公司财务数据分析 397

四、2014年公司发展动态 403

第五节 福建冠福现代家用股份有限公司 404

一、公司简介 404

二、2013-2014年公司经营情况分析 405

三、2011-2014年公司财务数据分析 407

四、2014年公司发展动态 413

第六节 上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司 416

一、企业概况 416

二、2013-2014年公司经营情况分析 416

三、2011-2014年公司财务数据分析 417

四、2014年公司发展动态 423

第七节 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司 424

一、公司简介 424

二、惠达陶瓷提速国际化战略 425

三、惠达陶瓷获“中国厨卫百强企业”称号 426

第八节 广东东鹏陶瓷股份有限公司 427

一、公司简介 427

二、东鹏陶瓷2013十大关键词 427

三、东鹏陶瓷在逆境中寻找发展机遇和利润空间 434

第九节 鹰牌控股有限公司 434

一、公司简介 434

二、鹰牌控股公司坚持营销模式创新 435

三、公司最近动态 437

第十节 广东新中源陶瓷有限公司 438

一、公司概况 438

二、新中源陶瓷经营模式 439

三、新中源陶瓷节能减排情况分析 440

第十一节 天纬T & W陶瓷有限公司 441

一、公司简介 441

二、天纬T&W陶瓷质量策略 442

三、天纬新品“施华洛”系列上市 443

第十二节 东陶（TOTO）公司 443

一、公司简介 443

二、TOTO瑞尼思系列产品荣获“2014最时尚家居用品奖”殊荣 444

三、2014年TOTO公司动态 445

第十五章 中国建筑陶瓷行业营销分析 446

第一节 陶瓷行业消费者行为分析 446

一、多样化的消费需求 446

二、建陶行业理性和专业的消费者 447

三、团购消费时代的来临 452

第二节 中国陶瓷行业营销概况 454

一、陶瓷市场隐形营销渠道分析 454

二、陶瓷行业大店营销的隐忧 456

三、陶瓷行业文化营销的考验 457

四、我国陶瓷行业营销策划建议 458

第三节 建筑陶瓷产业营销现状 460

一、中国建筑陶瓷行业营销发展历程 460

二、中国建陶行业的低价促销 462

三、深度营销理论在建陶行业的应用 463

四、建陶企业努力开展销售新渠道 465

五、建陶行业特有营销模式 466

第四节 建筑陶瓷行业营销中存在的问题 467

一、建筑陶瓷企业实力不够 467

二、建陶行业新兴渠道发展受限 468

三、扁平化营销投入和产出难成正比 470

第五节 建筑陶瓷产业的营销战略	471
一、建筑陶瓷行业终端营销战略	471
二、建陶行业的联合营销经营之路	472
三、中小建陶企业发展营销战略	473
四、陶瓷企业的“4R”营销对策	475
五、建陶市场的时尚文化营销策略	476
第五部分 建筑陶瓷行业发展前景及投资策略分析	
第十六章 金融危机对建筑陶瓷行业的影响	481
第一节 欧债危机与中国经济	481
一、目前欧债危机对中国的影响	481
二、2014年中国宏观经济走势	483
三、2014年中国宏观经济发展展望	494
第二节 我国建筑陶瓷业面临的基本形势和任务	498
一、我国建筑卫生陶瓷行业面临的基本形势	499
二、我国建筑卫生陶瓷行业面临的主要任务	501
第三节 欧债危机下建筑陶瓷行业的机遇与挑战	505
一、欧债危机对中国建陶行业的影响	505
二、欧债危机下中国建陶行业主要问题	506
三、欧债危机使我国建陶行业增速趋缓	507
四、中国建筑陶瓷行业的发展空间巨大	508
五、国外企业与中国企业具有广泛合作前景	510
第四节 建筑陶瓷企业危机中的生存之道	510
一、建陶企业解决困境之策	510
二、建筑陶瓷企业生存之法	513
三、建陶企业需开辟新的国际市场	514
四、优势陶企低成本扩张以渡危机	515
第十七章 2014-2019年中国建筑陶瓷投资及前景分析	517
第一节 2014-2019年中国建筑陶瓷行业投资分析	517
一、中国陶瓷行业投资状况	517
二、建筑陶瓷产业投资环境	520
三、建陶行业投资利好因素	521
第二节 2014-2019年中国陶瓷行业走势分析	523

一、中国陶瓷产业发展趋势明朗	523
二、中国陶瓷行业未来发展之路	524
三、陶瓷行业发展方向透析	528
四、陶瓷连锁型卖场渐成趋势	530
第三节 2014-2019年中国建筑陶瓷行业前景预测	535
一、中国建陶行业的发展空间广阔	535
二、高档建筑陶瓷砖市场发展潜力	537
三、功能型建筑陶瓷有望成为市场主角	552
四、建筑陶瓷产品进军农村市场的大好时机	553
五、国外企业与中国企业具有广泛合作前景	554
第四节 2014-2019年中国建筑陶瓷产业发展趋势	555
一、筑陶瓷市场发展趋势	555
二、建筑陶瓷行业发展的理想路径	556
三、建筑陶瓷发展方向预测	557
四、节能减排是建陶发展趋向	561
第五节 2014-2019年建筑陶瓷行业细分市场前景展望	562
一、建筑陶瓷市场看好软陶瓷	562
二、建筑陶瓷卫浴行业发展趋势	564
三、仿古砖新产品个性化发展	565
四、中低价瓷砖受热宠	568
五、新功能瓷砖的面世	569

图表目录

图表：1997-2011年中国陶瓷砖产量增长数据	55
图表：2012年建筑陶瓷行业产业转移概况一览	57
图表：建陶砖类产品分类	71
图表：2012年中国建筑陶瓷砖产量按地区分布表：	72
图表：2011年1-12月全国省市瓷质砖产量	122
图表：2012年1-12月全国省市瓷质砖产量	123
图表：2013年1-12月瓷质砖产品产量及增长率全国统计数据	124
图表：2014年瓷质砖产品产量及增长率全国统计数据	125
图表：2011年1-12月全国省市瓷质砖产量	131
图表：2012年12月全国省市瓷质砖产量	132

图表：2013年1-12月瓷质砖产品产量及增长率全国统计数据 133

图表：2014年瓷质砖产品产量及增长率全国统计数据 134

图表：2011年12月全国省市卫生陶瓷产量 139

图表：2012年12月全国省市卫生陶瓷产量 140

图表：2013年1-12月卫生陶瓷产品产量及增长率全国统计数据 141

图表：2014年12月及1-12月卫生陶瓷产品产量及增长率全国统计数据 142

图表：2013年1-12月陶瓷制品制造行业主要经济指标全国统计数据 144

图表：2014年陶瓷制品制造行业主要经济指标全国统计数据 146

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计产成品 147

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计产品销售收入 148

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计产成品 149

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计产品销售收入 150

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计工业总产值（当年价格） 150

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计资产总计 151

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计流动资产平均余额 152

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计负债合计 153

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业资本负债率 154

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计资产总计 155

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计流动资产平均余额 155

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计负债合计 156

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计全部从业人员平均人数 157

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计企业单位数 158

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计全部从业人员平均人数 158

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计企业单位数 159

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计利润总额 160

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业成本费用利润率 161

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计亏损企业单位数 162

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业累计亏损企业亏损总额 162

图表：2013年1-12月全国及各省市陶瓷制品制造行业资本保值增值率 163

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计利润总额 164

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计亏损企业单位数 165

图表：2014年全国及各省市陶瓷制品制造行业累计亏损企业亏损总额 165

图表：仿古砖与抛光砖的优劣对比 217

图表：2014年份我国卫浴陶瓷制品出口前10位国家 287

图表：2014年我国各省市陶瓷进口统计数据 287

图表：2014年我国陶瓷分地区进口统计数据 288

图表：2014年我国各省市陶瓷出口统计数据 288

图表：2014年我国陶瓷分地区出口情况统计数据 289

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等进口数据 308

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等出口数据 309

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等进口数据 309

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等出口数据 310

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要省市进口数据 310

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要省市出口数据 311

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要省市进口数据 312

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要省市出口数据 312

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要国家进口数据 313

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要国家出口数据 314

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要国家进口数据 314

图表：2014年中国陶瓷制建筑用砖、铺地砖、支撑或填充用砖等主要国家出口数据 315

图表：2014年耐火砖、块、瓦及类似陶瓷建材制品进口统计 315

图表：2014年耐火砖、块、瓦及类似陶瓷建材制品出口统计 316

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品进口数据 317

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品出口数据 317

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品进口数据 317

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品出口数据 318

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市进口数据 318

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市出口数据 319

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市进口数据 320

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市出口数据 320

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家进口数据 321

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家出口数据 322

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家进口数据 322

图表：2014年中国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家出口数据 323

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品进口数据 324

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品出口数据 324

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品进口数据 325

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品出口数据 325

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市进口数据 326

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市出口数据 326

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市进口数据 327

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要省市出口数据 327

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家进口数据 328

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家出口数据 329

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家进口数据 330

图表：2014年中国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品主要国家出口数据 330

图表：2014年陶瓷制屋顶瓦等进口统计 331

图表：2014年陶瓷制屋顶瓦等出口统计 331

图表：2014年陶瓷套管、导管、槽管及管子配件进口统计 331

图表：2014年陶瓷套管、导管、槽管及管子配件出口统计 332

图表：2014年硅质化石粉等硅土砖、块、瓦及其他陶瓷制品进口统计 332

图表：2014年硅质化石粉等硅土砖、块、瓦及其他陶瓷制品出口统计 332

图表：建筑陶瓷的产业环境“波特五力”分析模型 365

图表：建筑陶瓷行业发展特点 370

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司主营构成表 372

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司流动资产表 372

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司长期投资表 373

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司固定资产表 373

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司无形及其他资产表 373

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司流动负债表 373

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司长期负债表 374

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司股东权益表 374

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司主营业务收入表 374

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司主营业务利润表 374

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司营业利润表 375

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司利润总额表 375

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司净利润表 375

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司每股指标表 375

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司获利能力表 376

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司经营能力表 376

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司偿债能力表 376

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司资本结构表 376

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司发展能力表 377

图表：2011-2014年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司现金流量分析表 377

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司主营构成 381

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司流动资产表 381

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司长期投资表 382

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司固定资产表 382

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司无形及其他资产表 382

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司流动负债表 382

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司长期负债表 383

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司股东权益表 383

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司主营业务收入表 383

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司主营业务利润表 383

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司营业利润表 384

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司利润总额表 384

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司净利润表 384

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司每股指标表 384

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司获利能力表 385

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司经营能力表 385

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司偿债能力表 385

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司资本结构表 385

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司发展能力表 386

图表：2011-2014年唐山陶瓷股份有限公司现金流量分析表 386

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司主营构成表 390

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司流动资产表 391

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司长期投资表 391

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司固定资产表 391

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司无形及其他资产表 392

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司流动负债表 392

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司长期负债表 392

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司股东权益表 392

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司主营业务收入表 393

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司主营业务利润表 393

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司营业利润表 393

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司利润总额表 393

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司净利润表 394

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司每股指标表 394

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司获利能力表 394

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司经营能力表 394

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司偿债能力表 395

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司资本结构表 395

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司发展能力表 395

图表：2011-2014年江苏高淳陶瓷股份有限公司现金流量分析表 395

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司主营构成表 397

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司流动资产表 398

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司长期投资表 398

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司固定资产表 398

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司无形及其他资产表 398

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司流动负债表 399

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司长期负债表 399

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司股东权益表 399

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司主营业务收入表 400

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司主营业务利润表 400

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司营业利润表 400

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司利润总额表 400

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司净利润表 400

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司每股指标表 401

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司获利能力表 401

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司经营能力表 401

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司偿债能力表 402

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司资本结构表 402

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司发展能力表 402

图表：2011-2014年玉源控股股份有限公司现金流量分析表 402

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司主营构成表 407

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司流动资产表 408

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司长期投资表 409

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司固定资产表 409

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司无形及其他资产表 409

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司流动负债表 409

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司长期负债表 410

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司股东权益表 410

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司主营业务收入表 410

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司主营业务利润表 410

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司营业利润表 410

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司利润总额表 411

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司净利润表 411

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司每股指标表 411

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司获利能力表 411

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司经营能力表 412

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司偿债能力表 412

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司资本结构表 412

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司发展能力表 412

图表：2011-2014年福建冠福现代家用股份有限公司现金流量分析表 413

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营构成表 417

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司流动资产表 418

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司固定资产表 418

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司无形及其他资产表 419

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司流动负债表 419

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司长期负债表 419

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司股东权益表 419

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务收入表 420

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务利润表 420

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司营业利润表 420

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司利润总额表 420

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司净利润表 421

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司每股指标表 421

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司获利能力表 421

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司经营能力表 421

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司偿债能力表 422

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司资本结构表 422

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司发展能力表 422

图表：2011-2014年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司现金流量分析表 422

图表：2011-2014年中国GDP季度走势图 483

图表：2013年-2014年12月工业增加值走势图 484

图表：2014年中国工业增加值增长速度 485

图表：2014年中国各地区工业增加值增长速度 485

图表：2014年中国各行业工业增加值增长速度 486

图表：2014年中国社会消费品零售总额 487

图表：2014年中国城镇固定资产投资情况 488

图表：2014年中国各地区城镇投资情况 489

图表：2011-2014年中国进出口总值 491

图表：2011-2014年中国CPI、PPI涨幅走势图 492

图表：2011-2014年中国银行新增人民币贷款走势图 494

图表：2014年世界经济最新预测 495

图表：2014年中国主要经济指标预测 498

图表：部分高档陶瓷相关品牌及持有公司情况 537

图表：国内建陶高档市场主流品牌市场销售额 538

图表：消费市场的六级分类 539

图表：六级消费市场的实际消费结构 540

图表：各级区域市场消费量分布 540

图表：高档建陶品牌主营产品零售价格调查之抛光砖渗花砖系列 541

图表：高档建陶品牌主营产品零售价格调查之抛光砖全聚晶系列 541

图表：高档建陶市场价格 - 数量关系 542

图表：建陶产品市场细分 543

图表：国内建陶高档市场部分主流品牌零售市场销售额 543

图表：高档建陶品牌知名度、美誉度一览表 545

图表：2012-2014年建筑装饰行业发展情况 551

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/106006.html>