



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国结构陶瓷市场运营态势与投资价值分析报告（2011-2015年）

# 一、调研说明

《中国结构陶瓷市场运营态势与投资价值分析报告（2011-2015年）》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/190523.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

### 报告目录

#### 第一章 结构陶瓷相关概述 4

##### 第一节 结构陶瓷的界定 4

###### 一、结构陶瓷定义 4

###### 二、陶瓷分类 4

##### 第二节 结构陶瓷的应用 5

##### 第三节 典型结构陶瓷品种概述 6

###### 一、氮化物陶瓷 6

###### 二、碳化物复合陶瓷 6

###### 三、耐高温、高强度陶瓷 6

###### 四、耐腐蚀的透明陶瓷 7

###### 五、红外辐射陶瓷 8

#### 第二章 2010-2011年世界陶瓷制品制造行业发展现状分析 10

##### 第一节 世界陶瓷制品发展概况 10

###### 一、全球陶瓷市场走势特色 10

###### 二、世界精密陶瓷市场竞争激烈 10

##### 第二节 2010-2011年国际陶瓷制品行业市场发展阐述 11

###### 一、国际陶瓷制品呈现新特性 11

###### 二、世界陶瓷的总产量明显上升 11

###### 三、国际陶瓷生产国把生产的重心转移 12

###### 四、国际陶瓷市场疲软 14

##### 第三节 2010-2011年世界陶瓷制品主要国家运行分析 14

###### 一、日本 14

###### 二、英国 15

###### 三、德国 15

###### 四、法国 16

###### 五、新加坡 16

##### 第四节 2011-2015年世界陶瓷制品发展趋势分析 16

###### 一、美国新纳米陶瓷材料可望用于计算机芯片制造 16

## 二、电子陶瓷的发展前景 17

## 第三章 2011年年中国结构陶瓷产业运行环境解析 18

### 第一节 2011年年中国宏观经济环境分析 18

#### 二、工业生产 18

#### 三、社会消费 19

#### 四、固定资产投资 20

#### 五、对外贸易 21

#### 六、居民消费价格指数 22

#### 七、工业品出厂价格指数 24

#### 八、货币供应量 25

### 第二节 2011年年中国结构陶瓷市场政策环境分析 27

#### 一、佛山陶瓷装备业将受益于国家行业调整振兴规划 27

#### 二、国家陶瓷行业标准 27

#### 三、建筑卫生陶瓷企业成本管理规程 29

#### 四、出口陶瓷检验管理规定 42

#### 五、陶瓷出口退税率上调有利行业发展 44

### 第三节 2011年中国结构陶瓷市场技术环境分析 44

#### 一、成型技术 44

#### 二、烧结技术 46

## 第四章 2011年中国结构陶瓷行业市场运行态势剖析 48

### 第一节 2011年中国结构陶瓷行业动态分析 48

#### 一、南玻结构陶瓷喜获两项专利 48

#### 二、哈工大"纳米结构陶瓷涂层"课题通过验收 48

#### 三、宁夏碳化硅高性能结构陶瓷研究水平居国内先进 48

### 第二节 2011年年中国陶瓷产业运行状况分析 49

#### 一、陶瓷行业在全国范围内形成分工细化的产业结构 49

#### 二、陶瓷行业厂商关系四个阶段 51

#### 三、景德镇大陶瓷格局已形成 52

### 第三节 2011年年中国结构陶瓷行业运行分析 54

#### 一、中国结构陶瓷所处发展阶段 54

二、结构陶瓷在陶瓷产业所占比重 55

三、结构陶瓷研究新进展 56

第四节 离子注入结构陶瓷表面改性技术的研究现状 56

第五章 2006-2011年中国结构陶瓷制造行业主要数据监测分析 59

第一节 2006-2011年1-9月份中国结构陶瓷行业规模分析 59

一、企业数量增长分析 59

二、从业人数增长分析 59

三、资产规模增长分析 60

第二节 2010年12月份中国结构陶瓷行业结构分析 60

一、企业数量结构分析 60

1、不同类型分析 60

2、不同所有制分析 61

二、销售收入结构分析 61

1、不同类型分析 61

2、不同所有制分析 62

第三节 2006-2011年1-9月份中国结构陶瓷行业产值分析 62

一、工业销售产值分析 62

二、出口交货值分析 63

第四节 2006-2011年1-9月份中国结构陶瓷行业成本费用分析 63

一、销售成本分析 63

二、费用分析 64

第五节 2006-2010年中国结构陶瓷行业盈利能力分析 65

一、主要盈利指标分析 65

二、主要盈利能力指标分析 65

第六章 2006-2011年中国陶瓷制品产量统计分析 67

第一节 2006-2010年中国卫生陶瓷制品产量统计分析 67

一、2006-2010年全国卫生陶瓷制品产量数据分析 67

二、2011年1-9月份全国卫生陶瓷制品产量数据分析 67

第二节 2006-2010年中国日用陶瓷制品产量统计分析 68

一、2005-2009年全国日用陶瓷制品产量数据分析 68

## 二、2011年1-9月份全国日用陶瓷制品产量数据分析 68

## 第七章 2011年中国结构陶瓷业内热点产品运营态势分析 69

### 第一节2011年中国结构陶瓷市场运行特点分析 69

#### 一、总体产品产量统计分析 69

#### 二、2010-2013年产量预测 69

#### 三、产品产量企业集中度分析 70

### 第二节2011年中国陶瓷市场整体运行分析 71

#### 一、农村市场成为陶瓷行业重点 71

#### 二、新卫生陶瓷标准实施加速卫浴市场洗牌 72

### 第三节2011年中国结构陶瓷市场供需分析 72

#### 一、结构陶瓷市场供给情况分析 72

#### 二、结构陶瓷市场需求情况分析 73

#### 三、影响结构陶瓷市场供需的因素分析 74

### 第四节 2011年中国结构陶瓷的最新应用透析 75

#### 一、赢利能力 75

#### 二、经营发展能力 76

#### 三、偿债能力 76

## 第八章 2011年中国结构陶瓷运行分析 78

### 第一节 氮化硅陶瓷 78

#### 一、简介 78

#### 二、工艺方法 78

#### 三、材料性能 79

#### 四、用途 79

#### 五、研究现状 80

### 第二节 碳化硅陶瓷 80

#### 一、研究背景及碳化硅材料 80

#### 二、国内外SIC陶瓷的研究现状 84

#### 三、碳化硅陶瓷的合成与制备 85

#### 四、SIC陶瓷的发展趋势 87

### 第三节 碳化硼陶瓷 88

- 一、碳化硼陶瓷的制备方法 88
- 二、碳化硼抗弹陶瓷应用前景 89
- 三、碳化硼陶瓷的应用及特性 90

#### 第四节 氧化锆相变增韧陶瓷 91

- 一、名称 91
- 二、种类及特点 91
- 三、氧化锆粉体的制备 92
- 四、氧化锆陶瓷的成型 92
- 五、氧化锆陶瓷的烧结 92
- 六、氧化锆陶瓷的应用 92

#### 第五节 氧化铝陶瓷 93

- 一、氧化铝陶瓷 93
- 二、应用 95
- 三、氧化铝系列产品生产工艺与应用 95

#### 第六节 纳米复相陶瓷 98

- 一、纳米复相陶瓷 98
- 二、ZTA纳米复相陶瓷的微观结构特点 98
- 三、ZTA纳米复相陶瓷的力学性能及其影响因素 99
- 四、ZTA纳米复相陶瓷的制备 99
- 五、增韧机理 100

### 第九章 2011年中国陶瓷进出口贸易数据监测 102

#### 第一节 2010年中国陶瓷进出口贸易分析 102

- 一、闽清陶瓷砖出口增长继续 102
- 二、私营企业成为厦门关区出口陶瓷主力军 102
- 三、广西家用陶瓷出口形势明显好转 102
- 四、山东口岸家用陶瓷出口存在问题 103
- 五、河南省陶瓷出口创历史新高 104
- 六、景德镇陶瓷出口再创新高 104
- 七、泉州陶瓷出口摆脱出口退税影响 105
- 八、北流日用陶瓷出口持续增长 105
- 九、广东陶瓷出口增幅下降 105

## 第二节 2011年1-9月份中国结构陶瓷进出口数据统计情况 106

### 一、进口来源国家及地区 106

### 二、出口国家及地区 106

### 三、进口数据分析 106

### 四、出口数据分析 107

## 第十章 2010-2011年中国结构陶瓷市场竞争格局透析 109

### 第一节 2010-2011年中国陶瓷行业竞争现状 109

#### 一、中国陶瓷业区域竞争激烈 109

#### 二、国内陶瓷行业进入价格生死战 110

### 第二节 2010-2011年中国陶瓷制品产量集中度分析 110

#### 一、市场集中度分析 110

#### 二、生产企业集中度分析 111

### 第三节 2010年中国结构陶瓷市场竞争分析 111

#### 一、结构陶瓷竞争力透析 111

#### 二、结构陶瓷竞争优势分析 112

### 第四节 2011-2015年中国结构陶瓷行业竞争趋势分析 113

## 第十一章 2010年中国结构陶瓷优势生产企业竞争力及关键性数据分析 115

### 第一节 广东东方锆业科技股份有限公司 115

#### 一、企业概况 115

#### 二、企业产销状况分析 116

#### 三、企业财务数据分析 116

#### 四、企业经营指标分析 117

### 第二节 中国南玻集团股份有限公司 118

#### 一、企业概况 118

#### 二、企业产销状况情况 119

#### 三、企业财务数据分析 119

#### 四、企业经营指标分析 120

### 第三节 北京中材人工晶体有限公司 120

#### 一、企业概况 120

#### 二、企业产销状况分析 121



三、企业财务数据分析 121

四、企业经营指标分析 122

第四节 佛山市南海区石肯五金制品厂 122

一、企业概况 122

二、企业产销状况分析 123

三、企业财务数据分析 123

四、企业经营指标分析 124

第十二章 2010-2011年中国陶瓷制造业相关材料分析 125

第一节 陶瓷原料 125

一、中国硅灰石行业实现整体盈利局面 125

二、铬铁合金生产陶瓷玻璃色料研发成功 125

三、吉林硅藻土储量居全国第一 125

四、广西开发全国探明储量最大的高岭土矿 126

五、钦州成我国最大的锆英砂进口口岸 126

第二节 陶瓷颜料 127

一、哈工大精细纳米陶瓷涂料达到世界领先 127

二、我国新纳米陶瓷涂料原材料创新品种 127

第三节 陶瓷釉料 127

一、我国建陶卫陶釉料技术工艺发展综述 127

二、釉料企业应对出口退税 130

三、陶瓷釉料行业中广告的营销方向 131

第四节 陶瓷装备 132

一、中国陶瓷装备业的现状和出路分析 132

二、瓦轴成为亚洲最大陶瓷机械企业 132

三、我国光纤陶瓷插芯检测仪器的现状及国外产品简介 133

第十三章 2011-2015年中国结构陶瓷行业发展趋势与前景展望 134

第一节 2011-2015年中国结构陶瓷行业发展前景分析 134

一、结构陶瓷产业前景分析 134

二、中国结构陶瓷研究的进展及其应用前景分析 134

第二节 2011-2015年中国结构陶瓷发展方向探讨 136

一、纳米陶瓷材料的开发和应用	136
二、高韧性层状/复相陶瓷材料的仿生结构设计	136
三、结构陶瓷磨擦学性能研究	137
四、开发高热导性结构陶瓷材料	137
第三节2011-2015年中国结构陶瓷行业市场预测分析	138
一、中国陶瓷制品产量预测分析	138
二、结构陶瓷市场消费情况预测分析	138
三、中国结构陶瓷价格预测	139
第四节 2011-2015年中国结构陶瓷市场盈利预测分析	139
一、2011-2015年中国结构陶瓷市场盈利能力	139
二、2011-2015年中国结构陶瓷市场偿债能力	140
第十四章 2011-2015年中国结构陶瓷行业投资战略研究报告	142
第一节 结构陶瓷成市场投资机会分析	142
一、2011-2015年影响结构陶瓷成行业运行的有利因素	142
二、2011-2015年影响结构陶瓷成行业运行的稳定因素	142
三、2011-2015年影响结构陶瓷成行业运行的不利因素	143
四、2011-2015年我国结构陶瓷成行业发展面临的挑战	143
五、2011-2015年我国结构陶瓷成行业发展面临的机遇	144
第二节 结构陶瓷成市场投资风险分析	145
一、2011-2015年结构陶瓷成行业市场风险预测	145
二、2011-2015年结构陶瓷成行业政策风险预测	145
三、2011-2015年结构陶瓷成行业经营风险预测	145
四、2011-2015年结构陶瓷成行业技术风险预测	145
五、2011-2015年结构陶瓷成行业竞争风险预测	146
六、2011-2015年结构陶瓷成行业其他风险预测	146
第三节 结构陶瓷成行业投资策略分析	146
一、从产业链的整体考虑项目市场投资风险	146
二、从产业链的三个环节考虑项目市场投资风险	147
三、采用多种形式进行项目市场投资风险评析	147

图表 红外陶瓷分类 8

图表 后金融危机下日本最先进陶瓷的最新研发动向 14

图表 2011年 季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 17

图表 2011年 季度工业增加值月度同比增长率(%) 18

图表 2011年 季度社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 19

图表 2011年 季度固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 19

图表 2011年 季度出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 21

图表 2011年 季度居民消费价格指数(上年同月=100) 22

图表 2011年 季度工业品出厂价格指数(上年同月=100) 24

图表 2011年 季度货币供应量月度同比增长率(%) 25

图表 结构陶瓷行业周期性分析 53

图表 2006-2011年1-9月份中国结构陶瓷行业企业数量增长分析 58

图表 2006-2011年1-9月份中国结构陶瓷行业从业人数调查分析 58

图表 2005-2011年1-3中国结构陶瓷行业投资资产增长性分析 59

图表 2006-2010年1-12月份结构陶瓷行业不同类型企业数量 59

图表 2006-2010年1-12月份结构陶瓷行业不同所有制企业数量分析 60

图表 2006-2010年1-12月份结构陶瓷行业不同规模企业销售收入分析 60

图表 2008-2010年1-12月份结构陶瓷行业不同所有制企业销售税金比较 61

图表 2006-2011年1-9月份中国结构陶瓷工业销售产值分析 61

图表 2006-2011年1-9月份中国结构陶瓷出口交货值分析 62

图表 2007-2010年1-12月份结构陶瓷行业不同规模销售成本分析分析 62

图表 2009-2010年1-12月份结构陶瓷行业不同所有制销售成本分析 62

图表2006-2010年结构陶瓷行业盈利能力分析 64

图表2006-2010年结构陶瓷行业盈利能力图例分析 64

图表 2006-2010年全国卫生陶瓷制品产量分析 65

图表 2011年1-9月份全国卫生陶瓷制品产量分析 65

图表 2005-2009年全国日用陶瓷制品产量分析 66

图表 2011年1-9月份全国日用陶瓷制品产量分析 66

图表 2001-2009年国内结构陶瓷产量变化图 67

图表 2010-2013年国内结构陶瓷产量变化趋势图 68

图表 2005-2009年国内主要结构陶瓷生产企业产能分析 68

图表 2010-2013年国内主要结构陶瓷生产企业产能预测 69

图表 2001-2009年国内结构陶瓷产量变化图 71

图表 2010-2015年国内结构陶瓷产量变化趋势图 71

图表 2011年我国结构陶瓷市场不同因素的价格影响力对比 72

图表 2008-2011年1-9月份结构陶瓷盈利能力分析 73

图表 2008-2011年1-9月份结构陶瓷运营能力分析 74

图表 2008-2011年1-9月份结构陶瓷周转率分析 74

图表 2008-2011年1-9月份结构陶瓷偿债能力分析 74

图表 工业氧化铝含量的质量标准(质量%) 90

图表 氧化铝衬砖的理化性能 92

图表 氧化铝衬砖的常用规格( mm ) 93

图表 2011年1-9月份结构陶瓷进口产销国分析 101

图表 2010年1-9月份结构陶瓷出口产销国分析 102

图表 2011年1-9月份结构陶瓷进口关区分析 102

图表 2011年1-9月份结构陶瓷进口收发地分析 102

图表 2011年1-9月份结构陶瓷出口关区分析 103

图表 2011年1-9月份结构陶瓷出口收发地分析 103

图表 2011年1-9月份我国结构陶瓷分地区产出份额图 105

图表 国内结构陶瓷生产企业地理分布 105

图表 2001-2015年国内结构陶瓷消费份额变化图 106

图表 2001-2010年国内结构陶瓷市场总体产品产量统计分析 107

图表 2011年1-9月份我国结构陶瓷分地区产出份额图 107

图表 2010-2015年我国结构陶瓷供需状况预测图 108

图表 2008-2011年1-6月份东方锆业科技经营效率分析 111

图表 2008-2011年1-6月份东方锆业科技盈利能力分析 111

图表 2008-2011年1-6月份东方锆业科技成长能力分析 111

图表 2008-2011年1-6月份东方锆业科技财务结构分析 111

图表 2008-2011年1-6月份东方锆业科技偿债能力分析 112

图表 2008-2011年1-6月份南玻集团经营效率分析 114

图表 2008-2011年1-6月份南玻集团盈利能力分析 114

图表 2008-2011年1-6月份南玻集团成长能力分析 114

图表 2008-2011年1-6月份南玻集团财务结构分析 114

图表 2008-2011年1-6月份南玻集团偿债能力分析 115

图表 2008-2011年1-6月份中材人工晶体经营效率分析 116

图表 2008-2011年1-6月份中材人工晶体盈利能力分析 116

图表 2008-2011年1-6月份中材人工晶体成长能力分析 116

图表 2008-2011年1-6月份中材人工晶体财务结构分析 116

图表 2008-2011年1-6月份中材人工晶体偿债能力分析 117

图表 2008-2011年1-6月份南海区石肯五金制品厂经营效率分析 117

图表 2008-2011年1-6月份南海区石肯五金制品厂盈利能力分析 118

图表 2008-2011年1-6月份南海区石肯五金制品厂成长能力分析 118

图表 2008-2011年1-6月份南海区石肯五金制品厂财务结构分析 118

图表 2008-2011年1-6月份南海区石肯五金制品厂偿债能力分析 118

图表 2011-2015年中国结构陶瓷产量预测 132

图表 2011-2015年中国结构陶瓷需求量预测 132

图表 2011-2015年结构陶瓷盈利能力分析 133

图表 2011-2015年结构陶瓷盈利能力图例分析 133

图表 2011-2015年结构陶瓷偿债能力分析 134

图表 2011-2015年结构陶瓷偿债能力图例分析 134

图表 2011-2015年影响结构陶瓷成行业运行的有利因素 135

图表 2011-2015年影响结构陶瓷成行业运行的稳定因素 136

图表 2011-2015年影响结构陶瓷成行业运行的不利因素 136

图表 2011-2015年我国结构陶瓷成行业发展面临的挑战 137

图表 2011-2015年我国结构陶瓷成行业发展面临机遇 138

图表 2011-2015年结构陶瓷成行业经营风险及控制策略 139

图表 2011-2015年结构陶瓷成行业同业竞争风险及控制策略 139

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/190523.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。