



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国建筑材料行业 展望与市场预测报告

一、调研说明

《2007-2008年中国建筑材料行业展望与市场预测报告》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/48330.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

近年来，随着国家地产相关政策的不断调整，土地资源急剧减少，楼盘开发速度慢、面积少，导致建材装饰市场空间大大缩减，但是我们应该看到，大规模、大面积的二手房市场的改造对建材行业是一片新的市场空间。

随着科学技术和经济的发展，以及人们物质文化生活水平的提高，人们对自然资源的需求也在急剧上升。在建材行业，则导致了原材料价格不断上涨。

2006年整个建材原材料的价格比往年提高了近10%，而2007年乃至将来还会更高，将给建材商家的经营及行业发展带来了巨大压力。

本报告数据主要来源于中国建材工业协会、国家统计局、海关总署、国务院研究中心和其他的一些权威渠道，同时借鉴大量的报纸、杂志的基础信息以及相关研究单位、企业等公布和提供的资料，对我国建材行业的整体运行情况进行了详实的分析，综合运用定量和定性的分析方法对2007年中国建材行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。是建材行业及其他相关机构全面了解行业发展现状，准确把握行业发展趋势，制定有效经营和投资策略的可靠参考资料。

【 目录 】

第一章 2006年建材行业发展概述 1

第一节 建材行业定义和细分 1

一、建材行业定义 1

二、建材行业分类 1

第二节 建材行业的行业特征 1

第三节 行业在国民经济的重要性 2

第二章 2006年国际建材行业发展状况 3

第一节 国际玻璃行业发展状况 3

第二节 国际水泥行业发展状况 8

第三节 国际陶瓷行业发展状况 13

第四节 国际新型建材行业发展状况 18

第三章 2006年建材行业发展政策环境分析 23

第一节 建材行业的市场开放程度分析 23

第二节 建材行业政策 24

第三节 建材行业技术 26

第四节 建材行业重点发展领域和结构调整方向 28

一、 建材行业重点发展领域 28

二、 建材行业结构调整方向 30

第四章 我国建材行业投融资体制分析 34

第一节 我国建材行业外商投资指导政策 34

第二节 我国建材行业所有制状况 36

一、 水泥行业所有制状况 36

二、 玻璃行业所有制状况 41

三、 陶瓷行业所有制状况 45

第三节 我国建材行业外资进入状况 49

一、 水泥行业外资进入状况 49

二、 玻璃行业外资进入状况 54

三、 陶瓷行业外资进入状况 55

第四节 我国建材行业兼并重组分析 56

一、 水泥行业兼并重组 56

二、 玻璃行业兼并重组 60

第五节 我国建材行业资本市场融资分析 62

第六节 我国建材行业民间资本投资状况及机会分析 63

一、 水泥行业民间资本进入状况及机会 63

二、 玻璃行业私营企业状况 64

第五章 我国建材行业供需状况分析 66

第一节 建材行业市场需求分析 66

一、 建材行业市场总量分析	66
二、 建材行业市场结构及变化趋势	67
第二节 建材行业各子行业供给能力分析	69
一、 水泥行业供给状况	69
二、 玻璃行业供给状况	74
三、 陶瓷供给状况	77
第三节 我国建材行业主要问题	81
一、 产销结构问题	81
二、 经济运行中的问题	83
第四节 建材行业产品进出口分析	84
一、 产品进出口结构	84
二、 产品进出口市场分布	87
三、 出口退税制度对建材产品出口的影响因素	89

第六章 建材行业竞争绩效分析	91
第一节 建材行业总体效益水平分析	91
第二节 建材行业集中度及竞争程度	93
一、 水泥行业集中度及竞争程度	93
二、 玻璃行业集中度及竞争程度	102
第三节 建材行业不同规模企业绩效比较	104
一、 水泥行业不同规模企业绩效比较	104
二、 玻璃行业不同规模企业绩效比较	106
三、 陶瓷行业不同规模企业绩效比较	106
第四节 建材行业科技创新和技术进步	107

第七章 建材行业区域分析	113
第一节 我国建材行业区域分布状况	113
一、 我国水泥行业区域分布状况	113
二、 我国玻璃行业区域分布状况	116
三、 我国陶瓷行业区域分布状况	117
第二节 广东省建材行业发展状况	121
第三节 山东建材行业发展状况	125

第四节 江苏省建材行业发展状况 127

第八章 2006年我国建材行业子行业结构变化分析 128

第一节 建材行业各子行业重要指标的比较 128

第二节 水泥行业发展状况 130

一、2006年水泥行业产量变化 130

二、各型号水泥产品价格变化分析 131

第三节 玻璃行业2006年发展状况 133

一、2006年玻璃行业供给状况 133

二、2006年玻璃行业进出口状况 134

第九章 我国建材行业重点企业分析 135

第一节 安徽海螺水泥 135

第二节 华新水泥 140

第三节 福耀玻璃 144

第四节 南玻科控 146

第十章 我国建材行业市场总量预测 150

第一节 主要影响因素分析 150

第二节 未来中国建材行业消费总量预测 151

一、水泥行业需求预测 151

二、玻璃行业需求预测 152

三、新型建材行业需求预测 153

四、陶瓷行业需求预测 154

第三节 建材行业产销平衡预期变化 156

第十一章 建材行业成长能力及稳定性分析 159

第一节 建材行业生命周期分析 159

一、建材行业自身经济周期分析 159

二、建材行业周期性与宏观经济相关性分析 159

第二节 建材行业及其子行业的成熟度分析 160

一、水泥行业成熟度分析 160

二、新型建材行业成熟度分析 168

第十二章 建材行业风险分析 169

第一节 建材行业的市场竞争力分析 169

第二节 建材行业产品的依赖性 169

一、我国建材行业对房地产行业依赖性分析 169

二、我国建材行业对能源行业依赖性分析 170

第三节 建材行业进入退出壁垒分析 171

第十三章 建材行业投资机会与风险防范建议 173

第一节 建材行业的整体投资思路 173

一、产业规模的发展及资金需求量 173

二、总体效益判断 173

三、规模效益和所有制效益判断 174

第二节 行业潜在投资机会 176

一、与产业政策调整相关的投资机会 176

二、应重点关注的地区 177

三、应重点关注的子行业及细分产品 177

第三节 当前投资决策风险防范的主要关注点 179

图表目录

图表 1 世界平板玻璃产能变动情况分析 4

图表 2 建筑玻璃和汽车玻璃的市场需求 5

图表 3 法国圣戈班相关领域排名 7

图表 4 2006年~2010年全世界已签约和已确定的水泥项目 8

图表 5 2006-2010年世界各地新增水泥产能统计 9

图表 6 2003-2006年世界水泥生产量与消费统计 9

图表 7 2005-2010年世界各地人均水泥消费量及产能利用率 10

图表 8 世界瓷砖产品主要生产区域分布 14

图表 9 世界瓷砖产品主要消费区域分布 14

图表 10 建材行业主要细分行业“十五”期间结构变化统计 31

图表 11 2006我国水泥制造业不同所有制企业数量分布图 36

图表 12 2006我国水泥制造业不同所有制企业所占比重分布图	37
图表 13 2003-2007年上半年国有水泥企业数量及同比走势图	37
图表 14 2003-2007年上半年集体水泥企业数量及同比走势图	38
图表 15 2003-2007年上半年股份合作型水泥企业数量及同比走势图	38
图表 16 2003-2007年上半年股份制水泥企业数量及同比走势图	39
图表 17 2003-2007年上半年私营水泥企业数量及同比走势图	39
图表 18 2003-2007年上半年外商和港澳台投资水泥企业数量及同比走势图	40
图表 19 2003-2007年上半年其他所有制水泥企业数量及同比走势图	40
图表 20 2006我国玻璃及玻璃制品制造业不同所有制企业数量分布图	41
图表 21 2006我国玻璃及玻璃制品制造业不同所有制企业所占比重分布图	41
图表 22 2003-2007年上半年国有玻璃及玻璃制品企业数量及同比走势图	42
图表 23 2003-2007年上半年集体玻璃及玻璃制品企业数量及同比走势图	42
图表 24 2003-2007年上半年股份合作型玻璃及玻璃制品企业数量及同比走势图	43
图表 25 2003-2007年上半年股份制玻璃及玻璃制品企业数量及同比走势图	43
图表 26 2003-2007年上半年私营玻璃及玻璃制品企业数量及同比走势图	44
图表 27 2003-2007年上半年外商和港澳台玻璃及玻璃制品企业数量及同比走势图	44
图表 28 2003-2007年上半年其他类型玻璃及玻璃制品企业数量及同比走势图	45
图表 29 2006我国陶瓷制品制造业不同所有制企业数量分布图	45
图表 30 2006我国陶瓷制品制造业不同所有制企业所占比重分布图	46
图表 31 2003-2007年上半年国有陶瓷制品企业数量及同比走势图	46
图表 32 2003-2007年上半年集体陶瓷制品企业数量及同比走势图	47
图表 33 2003-2007年上半年股份合作制陶瓷制品企业数量及同比走势图	47
图表 34 2003-2007年上半年股份制陶瓷制品企业数量及同比走势图	47
图表 35 2003-2007年上半年私营陶瓷制品企业数量及同比走势图	48
图表 36 2003-2007年上半年外商和港澳台陶瓷制品企业数量及同比走势图	48
图表 37 2003-2007年上半年其他类型陶瓷制品企业数量及同比走势图	49
图表 38 2003-2006年外资水泥企业收入、利润和企业数量所占行业比重走势图	50
图表 39 2003-2006年外资玻璃及玻璃制品企业收入、利润和企业数量所占行业比重走势图	54
图表 40 2003-2006年外资陶瓷制品企业收入、利润和企业数量所占行业比重走势图	55
图表 41 2003-2006年水泥私营企业收入、利润及企业数量变化走势图	63
图表 42 2003-2006年国内水泥私营企业收入、利润和企业数量所占行业比重走势图	64
图表 43 2003-2006年玻璃及玻璃制私营企业收入、利润及企业数量变化走势图	65

图表 44 2003-2006年国内玻璃及玻璃制品私营企业收入、利润和企业数量所占行业比重走势图	65
图表 45 2006年国内建材主要细分产品产销量走势	66
图表 46 2001-2006年我国水泥产量统计	69
图表 47 2004年5月-2007年5月水泥工业需求及产销增速对比图	69
图表 48 2006年全国各省市水泥产量数据统计	72
图表 49 2007年1-5月国内水泥产量统计	72
图表 50 2007年1-5月全国水泥产量分地区统计	73
图表 51 2001-2006年新增浮法玻璃生产线情况	74
图表 52 2001-2006年我国平板玻璃产量及增长情况	74
图表 53 2001-2006年平板玻璃产销情况分析	76
图表 54 2007年5月国内各区域玻璃月产量占全国总量比重图	76
图表 55 2005年-2007年4月卫生陶瓷产量	77
图表 56 2005-2007年4月份日用陶瓷产量	77
图表 57 2006年-2007年4月各地区日用陶瓷产量情况	78
图表 58 2007年05月全国分地区卫生陶瓷产量	79
图表 59 2007年1-06月份26户重点建材工业企业工业销售产值现价	81
图表 60 我国水泥细分产品进口结构比例图	84
图表 61 我国水泥细分产品出口结构比例图	85
图表 62 我国玻璃建材细分产品进口结构比例图	85
图表 63 我国玻璃建材细分产品出口结构比例图	86
图表 64 我国陶瓷类建材细分产品进口结构分布统计	86
图表 65 我国陶瓷类建材细分产品出口结构分布统计	87
图表 66 2006-2007年上半年国内主要水泥出口区域	89
图表 67 2006年建材业各项效益指标	91
图表 68 集中市场利润水平分析	95
图表 69 产量大省利润水平分析	96
图表 70 集中度高的省份利润分析	98
图表 71 市场效益好的省份利润分析	99
图表 72 新疆水泥市场利润分析	100
图表 73 浙江水泥市场利润分析	101
图表 74 水泥行业利润分析	105

图表 75 全国水泥市场利润水平分析	105
图表 76 水泥行业不同规模企业绩效比较	106
图表 77 玻璃行业不同规模企业绩效比较	106
图表 78 陶瓷行业不同规模企业绩效比较	106
图表 79 “中材科技杯”首届全国建材行业技术革新奖一等奖	108
图表 80 “中材科技杯”首届全国建材行业技术革新奖二等奖	109
图表 81 “中材科技杯”首届全国建材行业技术革新奖三等奖	111
图表 82 2007年1-5月我国各地区水泥行业固定资产投资额	113
图表 83 平板玻璃主要产区产量及比重	116
图表 84 2006年各地区日用玻璃制品产量	117
图表 85 2006年-2007年4月各地区日用陶瓷产量情况(单位：万件)	118
图表 86 2001-2007上半年广东省主要建材产品产量情况	123
图表 87 2001-2007上半年山东省主要建材产品产量情况	126
图表 88 2001-2007上半年江苏省主要建材产品产量情况	127
图表 89 2006年建才各子行业销售收入与利润对比	129
图表 90 2006-2007年我国水泥双月产量	130
图表 91 2001-2007年主要水泥品种价格走势	131
图表 92 2006年玻璃行业主要产品进出口情况	134
图表 93 安徽海螺水泥主要财务指标统计	138
图表 94 “十一五”末海螺集团主要水泥熟料以及水泥产能规模走势	139
图表 95 华新水泥主要财务指标统计	141
图表 96 2001-2006年华新水泥产销总量统计及后市走势预测	142
图表 97 2004-2006年华新水泥在中南地区经营统计	143
图表 98 2006年福耀玻璃主要财务指标统计	144
图表 99 2007年上半年福耀玻璃主要经济指标编者	146
图表 100 南玻科控主要经济财务指标统计	147
图表 101 2005-2006年南玻科控主要细分产品经营指标统计	149
图表 102 2006年陶瓷制造业销售收入与利润变化一览表	154
图表 103 2006年陶瓷制造业产成品变化一览表(单位：亿元)	155
图表 104 2006年2—12月份陶瓷制造业销售收入及利润总额对比图	155
图表 105 水泥产品的基本特点	160
图表 106 2007年水泥行业上市公司中报盈利指标对比	162

图表 107 2007年水泥行业上市公司中报费用率指标对比	163
图表 108 六地区重点联系企业P.O32.5水泥价格	164
图表 109 六地区重点联系企业P.O42.5水泥价格	165
图表 110 水泥行业近七年新型干法线建设情况及新增熟料产能	165
图表 111 水泥行业利润总额及增长率	167
图表 112 2003-2006年建材各子行业固定资产比较	173
图表 113 2006年建材主要行业实现利润及增长	174
图表 114 2006年建材企业按规模划分效益指标情况	174
图表 115 2006年建材企业按所有制划分效益指标情况	175

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48330.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。