

# 2007年中国陶瓷行业研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007年中国陶瓷行业研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2971629716.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容简介从2007年7月1日起我国调整了部分商品出口退税率，陶瓷出口退税率由8%降至5%。不到一年的时间，退税率已经不及原来的39%，有专家甚至预测，人民币汇率几年内将变为1比5，三年内国家出口退税将归零，人民币持续升值和出口退税降低已经严重影响企业的利润，不过决策层认为目前的改革力度仍嫌不足，严峻的形势逼迫企业加快转型的步伐。从2007年9月1日以后，瓷砖、地砖等建筑陶瓷产品就不允许再出现“中国名牌产品”字样，原建筑陶瓷中国名牌产品称号不再保留。这一举措显然暗示了政府的政策趋向，以及当前陶瓷市场的纷乱局面。尽管中国陶瓷业年产量占世界半壁江山，日用陶瓷、建筑陶瓷、卫生陶瓷等产量均居世界第一，陶瓷产品的出口也连年攀升。但是中国很少有在世界上叫得响的高档陶瓷产品品牌，中国陶瓷产业仍在低层次徘徊。虽然在国际市场上没有突破，但国内陶瓷市场依然风云变幻。南方陶瓷由于主产区基于当地资源以及环境压力的加大，发展空间愈加受到制约。近两年，南方陶瓷企业向北方进行产业转移和产业分流，已成为一种大趋势。其中既有生产基地的转移，也包括销售基地的迁移。沈阳法库的快速崛起就是最好的诠释，2007年底，法库陶瓷产量可以冲进全国前五名。宏观经济的高速发展，新农村建设和城镇化建设进程的推进，拉动了我国陶瓷市场旺盛的需求。这就为国内陶瓷企业做大做强提供了良好的市场环境，但是，我国陶瓷产业有相当一部分企业还处于粗放式的发展阶段，设计、品牌、管理等环节还很薄弱。企业不仅要“炼好内功”应对竞争者，还要增强抗压能力应对外部环境压力，除了能源、资源的压力以外，陶瓷企业更应关注国家对陶瓷行业的调控方向，陶瓷行业属“高能耗、高污染、资源性”的“两高一资”行业，是国家重点的调控对象。退税问题、环保问题、能耗问题等都是国家的调控方向，目的就是让陶瓷行业向资源节约型、环境友好型来发展，对于这些问题陶瓷企业要如何应对？本研究咨询报告依据国家统计局、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、中国建筑材料工业协会、中国房地产业协会、中国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国陶瓷行业的供给与需求状况、发展趋势、投资前景等进行了分析，对各细分市场以及各主要产区陶瓷行业的发展作了深入探讨，并透彻剖析了陶瓷行业优势企业的发展思路与经营状况，是陶瓷制造企业及相关单位、计划投资于陶瓷行业的机构等准确了解目前中国陶瓷行业市场发展动态，把握陶瓷行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

目 录CONTENTS第一部分 行业发展概况分析第一章 陶瓷业概述 1第一节 陶瓷相关概念与分类 1一、陶瓷的定义 1二、陶瓷的分类 1第二节 陶瓷工业概述 3一、狭义陶瓷工业 3二、广义陶瓷工业 3三、陶瓷生产概述 3第三节 陶瓷主要产品介绍 9一、建筑陶瓷 9二、特种陶瓷 10三、新型陶瓷 10第二章 世界陶瓷制造业 12第一节 世界陶瓷行业发展现状 12一、全球陶瓷市场走势特色 12二、世界精密陶瓷市场竞争激烈 12第二节 美国 13一、2010年美国先进的陶瓷市场需求预测 13二、俄勒冈大学绝热陶瓷材料研究取得突破

14三、中国陶瓷向美国市场抛绣球	14第三节	意大利
16一、2006年意大利瓷砖行业总体情况及预测		
16二、意大利建陶产品生产、贸易和市场分析		
16三、意大利建筑陶瓷产品生产贸易市场分析	17四、意大利smaltochimica瓷砖投资阿联酋	
18五、意大利瓷砖抢占中国仿古市场	18第四节	日本
18一、日本最先进陶瓷的最新研发动向	18二、可变形陶瓷	日本诞生
20三、日本陶瓷巨头深圳设研发基地	21四、日本建筑陶瓷与陶瓷印花技术发展介绍	
22第五节	其他国家/地区	
23二、法国利摩日瓷器发展状况	23一、2006年英国陶瓷市场需求情况	
27四、中亚市场陶瓷产品需求旺盛	23三、俄罗斯洁具陶瓷市场需求预测	
29六、2006年印尼陶瓷业发展状况	28五、泰国陶瓷业外销前景	
30七、南非瓷砖工业发展遭受汽油价格制约	30第六节	
陶瓷技术发展	31一、CBT研发瓷砖可降低20%成本技术	
31二、微型干压氧化铝陶瓷部件问世	31三、Yageo公司推出世界上最小的陶瓷天线	
32四、陶瓷信息存储传递的新方式	32第七节	国际陶瓷企业发展动态
32一、CoorsTek韩国首尔建陶瓷工厂	32二、英国增资印尼陶瓷业	
33三、德国汉斯格雅在华首建旗舰店	34四、德国推出陶瓷茶具压力注浆成型新设备	
35五、Wienerberger黏土公司收购Baggeridge		
35六、法国Imerys英格瓷公司第一季度销售额	35七、2006年萨克米集团销售情况	
35八、德国SGL集团将于ESK合作开发碳化硅质换热器		
36九、陶瓷业界大鳄Rak在印度开设新厂	36十、韩国陶瓷器登陆青岛	36第二部分
行业发展现状分析第三章	我国陶瓷制造业	37第一节
37一、2006年中国陶瓷行业发展状况	37二、2006年中国四大陶瓷产区发展态势回顾	中国陶瓷制造行业概述
38三、中国建陶贸易额全球第三	40四、陶瓷南北分流正形成	
40五、中国传统陶瓷产业新布局或分流的思考	41第二节	我国陶瓷行业经济数据分析
42一、2007年我国陶瓷行业产销数据分析	42二、2007年我国陶瓷行业规模数据分析	
45三、2007年我国陶瓷行业资产负债分析	48四、2007年我国陶瓷行业盈利能力分析	
51五、2007年我国陶瓷行业营运能力分析	55六、2007年行业收入前十家企业数据分析	
59七、2007年我国陶瓷行业主要地区经济运行分析	60第三节	我国陶瓷制造业存在的问题
94一、中国陶瓷工业发展的弊病	94二、设计落后成为陶瓷行业发展瓶颈	
99三、中国陶瓷业亟待转型	102四、陶瓷企业营销渠道的创新势在必行	
102五、中国陶瓷品牌运作八大弱点	103第四节	我国陶瓷市场现状分析
106一、“中国名牌”剔除建陶行业	106二、2007年7月份陶瓷市场分析	
110三、涨价是产业迈向高端的必然趋势	112四、陶瓷大国“大品牌”缺位	
115五、广东编制陶瓷技术路线图	117第五节	我国陶瓷市场发展分析
119一、陶企面临抉择提价或转移市场	119二、节	能减排政策下陶瓷行业格局悄然改变

- 120三、广东陶瓷业面临资源紧缺
- 121四、建材超市冲击建陶零售市场
- 123第四章 我国陶瓷制品进出口分析
- 124第一节 我国陶瓷产品进出口总体情况
- 124一、2006年我国陶瓷进口情况
- 124二、我国建筑卫生陶瓷出口进入结构调整期
- 124三、近年来俄对中国陶瓷器皿的进口在增长
- 125四、国内建陶业出口增长背后存隐忧
- 125第二节 2007年各地陶瓷制品出口情况
- 126一、闽清陶瓷砖出口增长继续
- 126二、私营企业成为厦门关区出口陶瓷主力军
- 127三、广西家用陶瓷出口形势明显好转
- 127四、山东口岸家用陶瓷出口存在问题
- 128五、河南省陶瓷出口创历史新高
- 130六、景德镇陶瓷出口再创新高
- 130七、泉州陶瓷出口摆脱出口退税影响
- 131八、北流日用陶瓷出口持续增长
- 132九、广东陶瓷出口增幅下降
- 132第三节 各种陶瓷制品进出口统计
- 133一、2007年上半年耐火陶瓷制品进出口
- 133二、2007年上半年建筑陶瓷进出口
- 134三、2007年上半年特种用途陶瓷器进出口
- 136四、2007年上半年家用卫浴陶瓷进出口
- 137五、2007年上半年其他陶瓷制品进出口
- 138第四节 2007年我国陶瓷制造业进出口数据分析
- 139一、2007年1-6月我国各省市陶瓷进口情况
- 139二、2007年1-6月我国陶瓷进口来源情况
- 140三、2007年1-6月我国各省市陶瓷出口情况
- 142四、2007年1-6月我国陶瓷出口分布情况
- 143第五节 我国陶瓷制品进出口的机遇与挑战
- 149一、印度对中国陶瓷日落复审出口形势严峻
- 149二、土耳其终止对中国的瓷砖产品特保调查
- 151三、中国墙砖因其质量和价格优势走进巴西
- 151四、国内陶瓷企业积极应对出口压力
- 152五、出口退税的调整倒逼我国陶瓷产业升级
- 154第三部分 行业细分市场分析第五章 我国陶瓷细分市场分析
- 157第一节 建筑陶瓷
- 157一、建筑陶瓷的市场版图
- 157二、中国陶瓷墙地砖面临的机遇与挑战
- 162三、建陶行业8家上榜“中国品牌500强”
- 165四、陶瓷墙地砖优势企业
- 166五、2007年建陶市场瓷片发展分析
- 169六、瓷片市场异常火爆
- 171七、瓷砖销售全面挺进品牌时代
- 172八、2007年下半年瓷砖行业最新潮流趋势剖析
- 173第二节 卫浴陶瓷
- 175一、全球最新的六大卫浴潮流趋势
- 175二、2006-2007年卫生陶瓷生产情况
- 175三、卫生洁具免检企业名单
- 179四、小户型畅销小卫浴市场走俏
- 180五、国内卫浴业走向世界的发展途径
- 180六、酒店卫浴市场综述及发展趋势
- 183七、中国企业与美国卫浴业的差距
- 184八、坐便器市场中外品牌平分秋色
- 185九、中小卫浴企业寻求破解发展瓶颈之道路
- 185第三节 日用陶瓷
- 187一、2006-2007年日用陶瓷生产情况
- 187二、日用陶瓷免检企业名单
- 188三、日用陶瓷行业市场发展面临着多重压力
- 188第四节 特种陶瓷
- 191一、特种陶瓷按化学组成分类
- 191二、我国特种陶瓷市场需求巨大
- 192三、中国高技术陶瓷将形成一个巨大的产业
- 194四、国内外陶瓷球轴承的应用以及市场分析

- 194五、粉体材料与特种陶瓷的实验室在京挂牌  
196第五节 艺术陶瓷  
197二、境内境外中国高古瓷器价格悬殊 200三、当代艺术陶瓷投资分析 201第六节  
新型先进陶瓷 204一、先进陶瓷产业发展现状与趋势 204二、先进陶瓷应用领域与特性介绍  
206三、先进陶瓷材料技术发展方向 207第六章 陶瓷制造主要产区分析 211第一节 广东省  
211一、佛山陶瓷市场占有率降一成  
211二、佛山陶瓷市场的无序建设源自城市规划缺失策略  
211三、佛山陶瓷行业的“拿来主义”分析 212四、佛山陶瓷企业外迁成定势  
216五、佛山陶瓷业加速布局泛珠地区 217六、佛山陶瓷检验检疫得到国际认可  
220七、陶瓷业已成为潮州经济发展的“旗舰” 221第二节 山东省  
223一、山东陶瓷产业的发展路径分析 223二、淄博陶瓷生产环保安全三不误  
231三、淄博确定兴起陶瓷文化产业的经济方针  
232四、山东陶瓷行业十三个名牌产品称号出炉 233第三节 江西省  
233一、江西能否独享主流陶企战略布局的红利 233二、景德镇陶瓷产业面临产业转型  
235三、江西陶瓷科研成果产业化 241四、2006景德镇市陶瓷产业发展分析  
242五、景德镇出台优惠政策鼓励陶瓷产业发展  
243六、2007年景德镇陶瓷产业要争当“主角” 243七、丰城陶瓷在赣中崛起  
245八、江西省新型陶瓷产业发展“十一五”专题规划 247第四节 福建省  
263一、德化成为国家火炬计划陶瓷产业基地 263二、瓷都德化陶瓷实现规模化  
263三、晋江陶瓷发展概况 266四、闽清县制陶业迅速崛起三大启示  
267五、福建晋江筹建废弃陶瓷回收场 269第五节 四川夹江 271一、产业发展态势  
271二、夹江陶瓷企业存在的瓶颈 272三、夹江陶企出路 273四、夹江陶瓷崛起势在必得  
276五、夹江投入百亿建设陶瓷产业群 278第六节 河北唐山 279一、唐山陶瓷发展趋势  
279二、唐山陶瓷实现质量效益型增长 281第七节 沈阳法库  
283一、法库承接产业转移打造“东北瓷都” 283二、法库陶瓷产业群促经济腾飞 285第八节  
其他地区 287一、江苏宜兴陶瓷走俏海外市场 287二、焦作出口陶瓷还需走品牌化之路  
288三、陕西陶瓷品牌战三步曲 290四、贵州成为国内复杂陶瓷型芯制造基地  
292五、新疆建筑卫生陶瓷工业现状与发展优势 292第七章 陶瓷制造业原材料及装备分析  
295第一节 陶瓷原料 295一、中国硅灰石行业实现整体盈利局面  
295二、铬铁合金生产陶瓷玻璃色料研发成功 296三、吉林硅藻土储量居全国第一  
296四、广西开发全国探明储量最大的高岭土矿 297五、钦州成我国最大的锆英砂进口口岸  
298六、新会成全国陶瓷原料主要产地 298七、陶瓷业再度遭原料升价危机  
300八、东南亚陶瓷等非金属矿产原料分布情况 300第二节 陶瓷颜料  
303一、哈工大精细纳米陶瓷涂料达到世界领先  
303二、我国新纳米陶瓷涂料原材料又创新品种 304第三节 陶瓷釉料

305一、我国建陶卫陶釉料技术工艺发展综述	305二、釉料企业应对出口退税
308三、陶瓷釉料行业中广告的营销方向	310第四节 陶瓷装备
311一、中国陶瓷装备业的现状和出路分析	311二、瓦轴成为亚洲最大陶瓷机械企业供应商
312三、我国光纤陶瓷插芯检测仪器的现状及国外产品简介	313第四部分
行业竞争情况分析第八章 陶瓷业竞争状况	317第一节 陶瓷业竞争现状
317一、无序竞争困扰陶瓷产业发展	317二、我国陶瓷工业在国际竞争中面临的问题
318三、北京陶瓷市场竞争激烈	320四、国际巨头R.A.K进军中国高端市场
322五、陶瓷行业酝酿大洗牌	323六、德化陶瓷大城市设营销点抢占国内市场
324七、“自主创新”提高佛山陶瓷企业竞争力	325八、西部携“瓷石”进京触发品牌争夺大战
328第二节 建卫陶瓷竞争状况	330一、建陶卫浴行业洗牌速度取决于执法力度
330二、瓷片市场竞争更加激烈	332三、国产卫浴与国外卫浴竞争分析
334四、卫浴市场竞争加剧导致竞争范围扩大	
335五、卫浴五金行业已进入全面的竞争新时期	
336六、2007中国优秀家居卫浴品牌现状探析	337第三节 我国陶瓷业竞争策略分析
339一、2007年陶瓷企业竞争策略	339二、认清陶瓷品牌发展三大问题
340三、中国陶瓷品牌的必由之路	341第四节 陶瓷业营销策略分析
345一、陶瓷营销法“三板斧”让小区推广动销	345二、陶瓷营销 厚说 虎 嶮 鞞
347三、陶瓷业尝试色彩营销	348四、陶瓷企业如何决择营销策略
350第九章 优势企业分析	
356第一节 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司	356一、公司简介
356二、2007年财务分析	
356三、品牌发展	360第二节 唐山陶瓷股份有限公司
361一、公司简介	
361二、2007年财务分析	361三、公司重组成功
364第三节 江苏高淳陶瓷股份有限公司	
365一、公司简介	365二、2007年财务分析
366三、公司未来发展展望	369第四节
福建冠福现代家用股份有限公司	369一、公司简介
369二、公司经营发展分析	
372三、2007年财务分析	387四、发展战略进展情况
390第五节	
上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司	392一、企业概况
392二、公司发展实力	
393三、主营业务分析	398四、募集资金项目
405第六节	
唐山惠达陶瓷(集团)股份有限公司	406一、公司简介
406二、市场动态	
408三、强化全球卫浴竞争力	409第七节 广东东鹏陶瓷股份有限公司
410一、公司简介	
410二、2007年市场销售分析	411三、市场发展策略
411第八节 鹰牌控股有限公司	
414一、公司简介	414二、发展动态
415三、2007年品牌策略	416第九节
广东新中源陶瓷有限公司	422一、公司概况
422二、关注顾客和市场	423三、投资项目
426第十节 天纬T&W陶瓷	427一、公司简介
427二、发展优势	427三、新品上市
428第十一节 东陶(TOTO)公司	429一、公司简介
429二、卫浴新品上市	430三、节水坐便器获好评
431第十二节 科勒(Kohler)公司	432一、公司简介
432二、投资淄博陶瓷科技园	433第五部分 行业投资与发展趋势第十章 陶瓷行业投资分析

435第一节	投资机会	435一、建陶业的发展机遇分析
435二、俄罗斯建材和陶瓷市场商机呈现	436三、湖北宜都振兴陶瓷工业规划	437第二节
相关政策趋势	443一、专家解读出口退税新政策原因影响	
443二、能耗标准将出台中小陶企面临被淘汰	446三、卫陶新国标已实施市场管理仍存空白	
449第十一章	陶瓷行业发展预测	451第一节
451一、陶瓷产业北移已经成为一种趋势	451二、三大系列地砖横扫主流市场	陶瓷行业发展趋势
451二、三大系列地砖横扫主流市场	453三、节能成为2007年卫浴洁具市场的卖点	454四、电子智能洁具时代来临
456五、陶瓷卫浴业未来10年将巨变	456六、最新瓷砖流行趋势	
457七、当前陶瓷窑炉设计与发展趋势	460八、五年内陶瓷市场走势分析	462第二节
陶瓷制造的方法及其产品发明专利态势	463第三节	陶瓷行业终端市场变革与走向
471第四节	陶瓷企业发展策略	473一、解码意大利宝陶瓷的制胜之道
472二、陶瓷行业现状以标准创新价值		475三、陶瓷企业品牌建设路径分析
478四、陶瓷产业发展中的“四大要素”		480五、陶瓷企业应和环境共同进步
481图表目录	图表：意大利各类建筑陶瓷平均制造成本	
17图表	：2006年12月全国建筑陶瓷制品制造、卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标	
37图表	：2007年5月玻璃、陶瓷制品制造业产值完成情况（现价）	
42图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计产成品全国各地区合计	
43图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计产品销售收入全国各地区合计	
43图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造人均销售额全国各地区总计	
44图表	：2007年1-6月陶瓷制品制造累计工业总产值（当年价格）全国各地区合计	
45图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计全部从业人员平均人数全国各地区总计	
46图表	：2007年1-6月陶瓷制品制造累计企业单位数全国各地区总计	
47图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计资产全国各地区总计	
48图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计负债全国各地区合计	
49图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计流动资产平均余额全国各地区合计	
49图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计固定资产净值平均余额全国各地区总计	
50图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计销售成本全国各地区总计	
51图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计产品销售费用全国各地区总计	
52图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计管理费用全国各地区总计	
53图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计财务费用全国各地区总计	
54图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计利润总额全国各地区总计	
55图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造流动资产周转次数全国各地区总计	
55图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造成本费用利润率全国各地区总计	
56图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造产成品资金占用率全国各地区总计	
57图表	：2007年1-5月陶瓷制品制造累计应收帐款净额全国各地区总计	

- 58图表：2007年2月陶瓷制品制造前十企业经济运行情况
- 59图表：2007年5月陶瓷制品制造前十企业经济运行情况
- 59图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标北京市合计
- 60图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标天津市合计
- 61图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标河北省合计
- 62图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标山西省合计
- 64图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标辽宁省合计
- 65图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标吉林省合计
- 66图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标黑龙江合计
- 67图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标上海市合计
- 69图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标江苏省合计
- 70图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标浙江省合计
- 71图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标安徽省合计
- 73图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标福建省合计
- 74图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标江西省合计
- 75图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标山东省合计
- 77图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标河南省合计
- 78图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标湖北省合计
- 79图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标湖南省合计
- 81图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标广东省合计
- 82图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标广西区合计
- 83图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标重庆市合计
- 84图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标四川省合计
- 86图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标贵州省合计
- 87图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标云南省合计
- 88图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标陕西省合计
- 90图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标甘肃省合计
- 91图表：2007年1-5月陶瓷制品制造主要经济指标内蒙古合计
- 92图表：2007年6月份陶瓷产品供应比例
- 111图表：2007年6月份陶瓷产品求购比例
- 111图表：2007年7月份陶瓷产品供应比例
- 112图表：2007年7月份陶瓷产品求购比例
- 112图表：2007年1-6月硅质化石粉等硅土砖、块、瓦及其他陶瓷制品进口统计
- 133图表：2007年1-6月硅质化石粉等硅土砖、块、瓦及其他陶瓷制品出口统计
- 133图表：2007年1-6月耐火砖、块、瓦及类似陶瓷建材制品进口统计
- 134图表：2007年1-6月耐火砖、块、瓦及类似陶瓷建材制品出口统计
- 134图表：2007年1-6月其他耐火陶瓷制品进口统计

- 134图表：2007年1-6月其他耐火陶瓷制品出口统计
- 134图表：2007年1-6月陶瓷制建筑用砖等进口统计
- 134图表：2007年1-6月陶瓷制建筑用砖等出口统计
- 135图表：2007年1-6月陶瓷制屋顶瓦等进口统计
- 135图表：2007年1-6月陶瓷制屋顶瓦等出口统计
- 135图表：2007年1-6月陶瓷套管、导管、槽管及管子配件进口统计
- 135图表：2007年1-6月陶瓷套管、导管、槽管及管子配件出口统计
- 135图表：2007年1-6月末上釉陶瓷贴面砖、铺面砖及类似产品进口统计
- 136图表：2007年1-6月末上釉陶瓷贴面砖、铺面砖及类似产品出口统计
- 136图表：2007年1-6月上釉陶瓷贴面砖、铺面砖及类似产品进口统计
- 136图表：2007年1-6月上釉陶瓷贴面砖、铺面砖及类似产品出口统计
- 136图表：2007年1-6月实验室、化学、农业、运输等用陶瓷器进口统计
- 136图表：2007年1-6月实验室、化学、农业、运输等用陶瓷器出口统计
- 137图表：2007年1-6月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计
- 137图表：2007年1-6月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计
- 137图表：2007年1-6月瓷餐具、厨房器具及其他家用盥洗器具进口统计
- 137图表：2007年1-6月瓷餐具、厨房器具及其他家用盥洗器具出口统计
- 138图表：2007年1-6月陶餐具、厨房器具及其他家用盥洗器具进口统计
- 138图表：2007年1-6月陶餐具、厨房器具及其他家用盥洗器具出口统计
- 138图表：2007年1-6月塑像及其装饰用陶瓷进口统计
- 138图表：2007年1-6月塑像及其装饰用陶瓷出口统计
- 139图表：2007年1-6月其他陶瓷制品进口统计
- 139图表：2007年1-6月其他陶瓷制品出口统计
- 139图表：2007年1-6月陶瓷制品各地区进口统计
- 139图表：2007年1-6月陶瓷制品进口来源统计
- 140图表：2007年1-6月陶瓷制品各地区出口统计
- 143图表：2007年1-6月陶瓷制品出口目的地统计
- 143图表：2006年中国建筑陶瓷主要产区产量
- 157图表：2006年中国建筑陶瓷主要产区产量占全国总产量份额
- 157图表：中国建筑陶瓷行业主要产区版图      161图表：中国建筑陶瓷在省际的资本流动
- 162图表：2006年我国陶瓷墙地砖免检产品及企业名单
- 166图表：2006年1-12月卫生陶瓷产量      175图表：2006年12月全国分地区卫生陶瓷产量
- 176图表：2007年4月全国分地区卫生陶瓷产量
- 177图表：2007年5月全国分地区卫生陶瓷产量
- 178图表：2006年我国卫生洁具免检产品及企业名单 179图表：2006年1-12月日用陶瓷产量

- 187图表：2007年2-4月日用陶瓷产量 187图表：2006年我国日用陶瓷免检产品及企业名单
- 188图表：1997-2005年日本先进陶瓷工业市场情况 205图表：先进陶瓷材料主要特性
- 207图表：Active公司的全自动单插芯离心距和孔径测量仪
- 314图表：Mitutoyo公司的RA-1400/RA-1500真圆度测量仪
- 315图表：2006年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司主营构成
- 356图表：2006-2007年一季度重庆四维瓷业(集团)股份有限公司利润分配表
- 357图表：2006-2007年一季度重庆四维瓷业(集团)股份有限公司获利能力表
- 358图表：2006-2007年一季度重庆四维瓷业(集团)股份有限公司经营能力表
- 358图表：2006-2007年一季度重庆四维瓷业(集团)股份有限公司偿债能力表
- 358图表：2006-2007年一季度重庆四维瓷业(集团)股份有限公司资本结构表
- 359图表：2006-2007年一季度重庆四维瓷业(集团)股份有限公司发展能力表
- 359图表：2006-2007年一季度重庆四维瓷业(集团)股份有限公司现金流量分析表
- 359图表：2006-2007年一季度唐山陶瓷股份有限公司利润分配表
- 361图表：2006-2007年一季度唐山陶瓷股份有限公司获利能力表
- 363图表：2006-2007年一季度唐山陶瓷股份有限公司经营能力表
- 363图表：2006-2007年一季度唐山陶瓷股份有限公司偿债能力表
- 363图表：2006-2007年一季度唐山陶瓷股份有限公司资本结构表
- 363图表：2006-2007年一季度唐山陶瓷股份有限公司发展能力表
- 364图表：2006-2007年一季度唐山陶瓷股份有限公司现金流量分析表
- 364图表：2006年江苏高淳陶瓷股份有限公司主营构成
- 366图表：2006-2007年一季度江苏高淳陶瓷股份有限公司利润分配表
- 366图表：2006-2007年一季度江苏高淳陶瓷股份有限公司获利能力表
- 368图表：2006-2007年一季度江苏高淳陶瓷股份有限公司经营能力表
- 368图表：2006-2007年一季度江苏高淳陶瓷股份有限公司偿债能力表
- 368图表：2006-2007年一季度江苏高淳陶瓷股份有限公司资本结构表
- 368图表：2006-2007年一季度江苏高淳陶瓷股份有限公司发展能力表
- 368图表：2006-2007年一季度江苏高淳陶瓷股份有限公司现金流量分析表
- 369图表：福建冠福现代家用股份有限公司股本结构
- 373图表：福建冠福现代家用股份有限公司的控股子公司及产能分布情况
- 374图表：2001-2005年我国日用陶瓷出口情况
- 375图表：福建冠福现代家用股份有限公司各项经营指标在行业内的排名
- 377图表：福建冠福现代家用股份有限公司主要经销商的经销区域及主要客户 379图表：2003-2006年福建冠福现代家用股份有限公司委托经销商实现的主营业务收入情况
- 380图表：福建冠福现代家用股份有限公司的战略实施步骤
- 381图表：冠福科技园年产4000万件陶瓷产品扩建项目情况

- 382图表：2003-2006年福建冠福现代家用股份有限公司产品收入及毛利率
- 383图表：上海五天实业的功能 385图表：2006年福建冠福现代家用股份有限公司主营构成
- 387图表：2006-2007年一季度福建冠福现代家用股份有限公司利润分配表
- 387图表：2006-2007年一季度福建冠福现代家用股份有限公司获利能力表
- 388图表：2006-2007年一季度福建冠福现代家用股份有限公司经营能力表
- 389图表：2006-2007年一季度福建冠福现代家用股份有限公司偿债能力表
- 389图表：2006-2007年一季度福建冠福现代家用股份有限公司资本结构表
- 389图表：2006-2007年一季度福建冠福现代家用股份有限公司发展能力表
- 389图表：2006-2007年一季度福建冠福现代家用股份有限公司现金流量分析表
- 390图表：斯米克公司发行前后股东结构
- 392图表：斯米克公司董事长在其他企业的兼职情况
- 393图表：2000-2005年国内瓷砖销售量
- 394图表：2005-2010年我国建筑陶瓷市场容量预测
- 394图表：2005-2010年我国建筑陶瓷市场产品类别市场容量预测
- 394图表：2006年我国建筑陶瓷销售收入地区分布
- 395图表：我国建筑陶瓷中档市场产品类别市场容量
- 396图表：我国细分瓷砖市场的竞争品牌
- 396图表：2004-2006年斯米克公司研发费用及占主营收入比重
- 397图表：斯米克公司研发的新产品系列一览表 398图表：2006年斯米克公司分项产品收入
- 399图表：2004-2006年斯米克公司产品的销售区域分布
- 399图表：2004-2006年斯米克公司存贷及占总资产比例
- 400图表：2004-2006年斯米克公司瓷砖生产量及库存量对比
- 400图表：2004-2006年斯米克公司坏帐准备及应收帐款对比
- 401图表：2004-2006年斯米克公司应收帐款及主营收入对比
- 402图表：2006年斯米克公司玻化砖的主营成本构成
- 402图表：2006年斯米克公司釉面砖的主营成本构成
- 403图表：2004-2006年斯米克公司瓷砖主要原材料成本变化
- 403图表：2004-2006年斯米克公司产品单位成本的变化
- 403图表：2004-2006年斯米克公司主要产品的销售价格
- 404图表：2004-2006年斯米克公司主要产品毛利率
- 404图表：2004-2011年斯米克公司毛利率、三项费用指标及预计
- 405图表：斯米克公司募集资金项目 405图表：斯米克公司募集资金项目投产后产能的变化
- 406图表：2005-2009年斯米克公司收入和毛利率及预测 406图表：AIDMA消费者行为原则
- 417图表：鹰牌陶瓷品牌传播架构 420

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2971629716.html>