

2014-2019年中国空心砌块 行业监测与发展战略研究报告

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年中国空心砌块行业监测与发展战略研究报告》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/201408/111069.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

我国空心砖虽在五十年代即已生产和应用，但速度极为缓慢，比重一直很小。空心砌块最早由美国人发明。1866年美国人哈契逊获得了美国第一份生产空心砌块的专利证书。1874年鲁道斯获得的专利，用混凝土制成了多种形状的空心砌块。高性能陶粒是指强度较高、吸水率较低、密度较小的焙烧或免烧陶粒。轻集料的资源丰富，品种繁多。它有天然轻集料、固体废弃物轻集料和人造轻集料之分。陶粒，就是陶质的颗粒。陶粒的外观特征大部分呈圆形或椭圆形球体，但也有一些仿碎石陶粒不是圆形或椭圆形球体，而呈不规则碎石状。陶粒形状因工艺不同而各异。它的表面是一层坚硬的外壳，这层外壳呈陶质或釉质，具有隔水保气作用，并且赋予陶粒较高的强度。陶粒的外观颜色因所采用的原料和工艺不同而各异。焙烧陶粒的颜色大多为暗红色、赭红色，也有一些特殊品种为灰黄色、灰黑色、灰白色、青灰色等。空心砖是孔洞率等于或大于40%，孔的尺寸大而数量少的砖，常用于非承重部位，强度等级偏低。

工业发达国家新型墙体材料已占整个墙体材料的60%-90%，新建住宅80%-100%采用高效保温材料。空心砌块已广泛应用于工业与民用建筑的各种类型预构件和现浇混凝土工程中（如预应力和非预应力的、承重结构或围护的、隔热或抗渗的，静载或动载的）。陶粒还可应用于管道保温、炉体保温隔热、保冷隔热和隔音吸声等其他建筑材料；亦可用作农业和园林中的无土基床材料及滤水材料。我国既有建筑面积约400亿平方米，到2020年，全国需要新增面积约300亿平方米的建筑，如果这些建筑全部在现有基础上实现50%的节能，那么空心砌块的发展大有可为。

目前，空心砌块已成为世界各国的主导性墙体材料。在发达国家其应用比例已占墙体材料的70%。美国的年产量已达45亿块、韩国27亿块，俄国9亿块、日本3亿块。美国的砌块品种已达2000多个，大部分建筑都使用空心砌块建造。从全世界发展趋势看，空心砌块将会得到更大规模的发展，其成为第一大墙材已是不争的事实。新型墙体材料行业是不断发展，优势明显的特点。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、安防信息网、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国公共安全推进协会、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国公共安全及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国公共安全行业发展状况和特点，以及中国公共安全行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的公共安全行业发展态势作了详细分析，并对公共安全行业进行了趋向研判，是公共安全经营、开发企业、服务、投资机构等单位准确了解目前公共安全业发展动

态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 空心砌块产业环境透视

第一章 空心砌块产品概述

第一节 产品定义

第二节 产品优点

一、保护耕地，避免毁田

二、功能多，性能好

三、扩大建筑使用面积

第三节 空心砌块市场特点分析

一、消费具有集中性

二、消费金额大

三、渠道多变

第四节 行业发展历史

一、国外空心砌块发展历史

二、国内空心砌块发展历史

第二章 空心砌块行业环境分析

第一节 行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

1、世界经济增长有望改善和加快

2、主要国家及地区经济展望

二、国内宏观经济形势分析

1、国民经济运行情况

2、工业发展形势

3、固定资产投资情况

4、社会消费品零售总额

5、对外贸易&进出口

第二节 中国空心切块行业社会环境分析

第三节 中国空心砌块行业政策环境分析

一、建材工业十二五规划

二、新型建筑材料工业“十二五”发展规划

第四节 中国空心砌块行业技术环境分析

一、中国空心砌块技术概况

1、空心砌块核心技术

2、空心砌块最新技术

二、中国空心砌块产品工艺特点或流程

三、国外空心砌块行业技术发展

第二部分 空心砌块产业深度分析

第三章 中国空心砌块市场分析

第一节 空心砌块市场现状分析及预测

一、2012-2013年中国空心砌块市场规模分析

二、2014-2019年中国空心砌块市场规模预测

第二节 空心砌块产品产能分析及预测

一、2012-2013年中国空心砌块产能分析

二、2014-2019年中国空心砌块产能预测

第三节 空心砌块产品产量分析及预测

一、2012-2013年中国空心砌块产量分析

二、2014-2019年中国空心砌块产量预测

第四节 空心砌块市场需求分析及预测

一、2012-2013年中国空心砌块市场需求分析

二、2014-2019年中国空心砌块市场需求预测

第四章 空心砌块细分行业分析

第一节 陶粒空心砌块

第二节 混凝土小型空心砌块

第三节 烧结空心砌块

第四节 其他空心砌块

一、矸空心砌块

二、煤渣水泥空心砌块

三、废渣空心砌块

四、其他空心砌块

第五章 空心砌块产业渠道分析

第一节 2013年国内空心砌块产品的需求地域分布结构

第二节 2012-2013年中国空心砌块产品重点区域市场消费情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

五、东北

第三节 2013年国内空心砌块产品的经销模式

一、生产企业主导模式

二、经销商主导模式

第四节 销售模式

第五节 渠道形式

第六节 营销现状分析

第七节 2013年空心砌块产品生产及销售投资运作模式分析

第八节 潜在进入者分析

第三部分 空心砌块主要企业分析

第六章 企业分析

第一节 爱尔建材（天津）有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2014年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第二节 哈特新型建材制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业优劣势分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第三节 大庆达源新型建筑材料有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、2013-2014年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第四节 武汉市春笋新型墙体材料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业风险分析

四、2013-2014年经营状况分析

五、2014-2019年公司发展战略分析

第五节 镇江伊斯特新型建筑材料有限责任公司

一、企业概况

二、2013年经营总结

三、企业成长性分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第四部分 空心砌块行业前景展望

第七章 空心砌块行业相关产业分析

第一节 空心砌块行业产业链概述

一、产业链理论基础

二、空心砌块产业链

第二节 空心砌块上游行业发展状况分析

第三节 空心砌块下游行业发展情况分析

第四节 未来几年内中国空心砌块行业进入退出分析

第八章 2014-2019年空心砌块行业前景展望与趋势预测

第一节 2009-2013年空心砌块行业投资价值回顾

一、2009-2013年空心砌块行业盈利能力分析

二、2014-2019年空心砌块行业偿债能力分析

三、2014-2019年空心砌块行业营运能力分析

四、2014-2019年空心砌块行业发展能力分析

第二节 2014-2019年国内空心砌块行业投资机会分析

一、新型材料的发展对空心砌块行业的支撑因素分析

二、下游行业的需求对空心砌块行业的推动因素分析

三、空心砌块行业产品对国民经济的重要性分析

第三节 2014-2019年国内空心砌块行业投资热点及未来投资方向分析

一、产品发展趋势

二、价格变化趋势

三、用户需求结构趋势

第四节 2014-2019年国内空心砌块行业未来市场发展前景预测

一、市场规模预测分析

二、市场结构预测分析

三、市场供需情况预测

第九章 2014-2019年空心砌块行业投资战略研究

第一节 行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 2014-2019年中国空心砌块投资风险分析

一、技术风险分析

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第三节 2014-2019年中国空心砌块品牌战略建议

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第四节 2014-2019年中国空心砌块行业重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

第五节 2014-2019年中国空心砌块行业经营策略分析

一、空心砌块市场细分策略

二、空心砌块市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、空心砌块新产品差异化战略

图表目录

图表：2009-2014年世界经济增长趋势

图表：2009-2014年世界商品贸易增长趋势

图表：1990-2012年全球直接投资主要指标

图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2013年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：空心砌块的工艺流程

图表：2012-2013年中国空心砌块市场规模分析

图表：2014-2019年中国空心砌块市场规模预测

图表：2012-2013年中国空心砌块产能分析

图表：2014-2019年中国空心砌块产能预测

图表：2012-2013年中国空心砌块产量分析

图表：2014-2019年中国空心砌块产量预测

图表：2012-2013年中国空心砌块市场需求分析

图表：2014-2019年中国空心砌块市场需求预测

图表：2012-2013年中国空心砌块华东地区消费规模

图表：2012-2013年中国空心砌块中南地区消费规模

图表：2012-2013年中国空心砌块中南地区消费规模

图表：2012-2013年中国空心砌块中南地区消费规模

图表：2012-2013年中国空心砌块中南地区消费规模

图表：2013-2014年哈特新材主要经济指标分析

图表：2013-2014年哈特新材主要经济指标分析

图表：2013-2014年哈特新材主要经济指标分析

图表：2013-2014年哈特新材主要经济指标分析

图表：2013-2014年春笋新材财务指标分析

图表：2013-2014年春笋新材财务指标分析

图表：2013-2014年春笋新材财务指标分析

图表：2013-2014年春笋新材财务指标分析

图表：产业链概念示意图

图表：产业链的形成

图表：产业链对接机制的主要内容

图表：产业链三维双立体对接

图表：维度间所调节的要素关系

图表：2009-2013年中国空心砌块行业毛益率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业净利率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业总资产利润率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业净资产利润率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业资产负债率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业流动比率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业总资产周转率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业周转天数分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业销售收入增长率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业净资产增长率分析

图表：2009-2013年中国空心砌块行业总资产增长率分析

图表：2014-2019年中国空心砌块市场规模预测

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/111069.html>