

2015-2020年中国真空玻璃 市场调研及投资前景预测报告

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

《2015-2020年中国真空玻璃市场调研及投资前景预测报告》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/201604/132244.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

前言

真空玻璃是将两片平板玻璃四周密闭起来，将其间隙抽成真空并密封排气孔，两片玻璃之间的间隙为0.1-0.2mm，真空玻璃的两片一般至少有一片是低辐射玻璃，这样就将通过真空玻璃的传导、对流和辐射方式散失的热降到最低，其工作原理与玻璃保温瓶的保温隔热原理相同。真空玻璃是玻璃工艺与材料科学、真空技术、物理测量技术、工业自动化及建筑科学等，多种学科、多种技术、多种工艺协作配合的硕果。

真空玻璃是继中空玻璃、LOW-E中空玻璃之后的第三代节能玻璃产品。采用离线LOW-E原片加工的半钢化/全钢化真空玻璃，技术指标全面超越传统三玻两腔中空玻璃、媲美市面上极少使用的四玻三腔中空玻璃产品。真空玻璃使门窗玻璃的传热系数达到或接近各种形式建筑墙体的传热系数，为实现未来社会的“零能耗建筑”提供解决方案。在全球倡导节能减排的今天，真空玻璃以其超隔热、超保温、超隔音、防结露、寿命长的独特优势，其应用领域正在不断向各行业领域拓展延伸，近期已显现出爆发式增长的趋势，这对世界玻璃行业而言是一次颠覆性革命。

2013年我国真空玻璃产量约45.5万 m^2 ，进口约1.4万 m^2 ，出口很少，国内消费量约46.9万 m^2 ，2013年我国真空玻璃行业销售市场规模约4.93亿元，2014年我国真空玻璃行业市场规模约5.82亿元。

报告目录：

第一章 真空玻璃概述1

第一节 真空玻璃定义1

真空玻璃是将两片平板玻璃四周密闭起来，将其间隙抽成真空并密封排气孔，两片玻璃之间的间隙为0.1-0.2mm，真空玻璃的两片一般至少有一片是低辐射玻璃，这样就将通过真空玻璃的传导、对流和辐射方式散失的热降到最低，其工作原理与玻璃保温瓶的保温隔热原理相同。真空玻璃是玻璃工艺与材料科学、真空技术、物理测量技术、工业自动化及建筑科学等，多种学科、多种技术、多种工艺协作配合的硕果。

第二节 真空玻璃行业发展历程2

第三节 真空玻璃分类情况2

第四节 真空玻璃产业链分析4

一、产业链模型介绍4

二、真空玻璃产业链模型分析6

第二章 2013-2014年中国真空玻璃行业发展环境分析28

第一节 2013-2014年中国经济环境分析28

一、宏观经济28

二、工业形势31

三、固定资产投资41

第二节 真空玻璃行业相关政策49

一、国家“十二五”产业政策49

二、其他相关政策50

三、出口关税政策52

第三节 2013-2014年中国真空玻璃行业发展社会环境分析52

一、人口环境分析52

二、教育环境分析54

三、文化环境分析55

四、生态环境分析57

五、中国城镇化率59

六、居民的各种消费观念和习惯59

第三章 中国真空玻璃生产现状分析66

第一节 真空玻璃行业总体规模66

2013年我国真空玻璃产量约45.5万 m^2 ，进口约1.4万 m^2 ，出口很少，国内消费量约46.9万 m^2 ，2013年我国真空玻璃行业销售市场规模约4.93亿元，2014年我国真空玻璃行业市场规模约5.82亿元。

第二节 真空玻璃产能概况66

一、2013-2014年产能分析66

二、2014-2020年产能预测67

第三节 真空玻璃市场容量概况68

一、2013-2014年市场产量分析68

二、产能配置与产能利用率调查68

三、2014-2020年市场产量预测68

第四节 真空玻璃产业的生命周期分析69

在这一个时期，拥有一定市场营销和财务力量的企业逐渐主导市场，这些企业往往是较大的企业，其资本结构比较稳定，因而它们开始定期支付股利并扩大经营。在成长阶段，新行业的产品经过广泛宣传和消费者的试用，逐渐以其自身的特点赢得了大众的欢迎或偏好，市场需求开始上升，新行业也随之繁荣起来。与市场需求变化相适应，供给方面相应地出现了一

系列的变化。由于市场前景良好，投资于新行业的厂商大量增加，产品也逐步从单一、低质、高价向多样、优质和低价方向发展，因而新行业出现了生产厂商和产品相互竞争的局面。这种状况会持续数年或数十年。由于这一原因，这一阶段有时被称为投资机会时期。这种状况的继续将导致生产厂商随着市场竞争的不断发展和产品产量的不断增加，市场的需求日趋饱和。生产厂商不能单纯地依靠扩大生产量，提高市场的份额来增加收入，而必须依靠追加生产，提高生产技术，降低成本，以及研制和开发新产品的的方法来争取竞争优势，战胜竞争对手和维持企业的生存。

但这种方法只有资本和技术力量雄厚，经营管理有方的企业才能做到。那些财力与技术较弱，经营不善，或新加入的企业（因产品的成本较高或不符合市场的需要）则往往被淘汰或被兼并。因而，这一时期企业的利润虽然增长很快，但所面临的竞争风险也非常大，破产率与合并率相当高。在成长阶段的后期，由于产业中生产厂商与产品竞争优胜劣汰规律的作用，市场上生产厂商的数量在大幅度下降之后便开始稳定下来。由于市场需求基本饱和，产品的销售增长率减慢，迅速赚取利润的机会减少，整个行业开始进入稳定期。在成长阶段，虽然行业仍在增长，但这时的增长具有可测性。由于受不确定因素的影响较少，行业的波动也较小。此时，投资者蒙受经营失败而导致投资损失的可能性大大降低，因此，他们分享行业增长带来的收益的可能性大大提高。

第五节 真空玻璃产业供需情况70

第四章 真空玻璃国内产品价格走势及影响因素分析71

第一节 国内产品2011-2014年6月价格回顾71

第二节 国内产品当前市场价格及评述71

第三节 国内产品价格影响因素分析72

第四节 2014-2020年国内产品未来价格走势预测72

第五章 2011年我国真空玻璃行业发展现状分析74

第一节 我国真空玻璃行业发展现状74

一、真空玻璃行业品牌发展现状74

二、真空玻璃行业需求市场现状74

三、真空玻璃市场需求层次分析75

四、我国真空玻璃市场走向分析76

第二节 中国真空玻璃产品技术分析83

一、2014年真空玻璃产品技术变化特点83

二、2014年真空玻璃产品市场的新技术85

三、2014年真空玻璃产品市场现状分析86

第三节 中国真空玻璃行业存在的问题	90
一、真空玻璃产品市场存在的主要问题	90
二、国内真空玻璃产品市场的三大瓶颈	92
三、真空玻璃产品市场遭遇的规模难题	92
第四节 对中国真空玻璃市场的分析及思考	93
一、真空玻璃市场特点	93
二、真空玻璃市场分析	96
三、真空玻璃市场变化的方向	105
四、中国真空玻璃行业发展的新思路	106
五、对中国真空玻璃行业发展的思考	106
第六章 2011年中国真空玻璃行业发展概况	108
第一节 2014年中国真空玻璃行业发展态势分析	108
第二节 2014年中国真空玻璃行业发展特点分析	110
第三节 2014年中国真空玻璃行业市场供需分析	111
第七章 真空玻璃行业市场竞争策略分析	112
第一节 行业竞争结构分析	112
一、现有企业间竞争	112
二、潜在进入者分析	112
三、替代品威胁分析	113
四、供应商议价能力	113
五、客户议价能力	113
第二节 真空玻璃市场竞争策略分析	113
一、真空玻璃市场增长潜力分析	113
二、真空玻璃产品竞争策略分析	114
三、典型企业产品竞争策略分析	115
第三节 真空玻璃企业竞争策略分析	115
一、2014-2020年我国真空玻璃市场竞争趋势	115
二、2014-2020年真空玻璃行业竞争格局展望	116
三、2014-2020年真空玻璃行业竞争策略分析	116
第八章 真空玻璃行业投资与发展前景分析	117
第一节 2014年真空玻璃行业投资情况分析	117
一、2014年总体投资结构	117

二、2014年投资规模情况	117
三、2014年投资增速情况	118
四、2014年分地区投资分析	118
第二节 真空玻璃行业投资机会分析	119
一、真空玻璃投资项目分析	119
二、可以投资的真空玻璃模式	120
三、2014年真空玻璃投资机会	121
四、2014年真空玻璃投资新方向	122
第三节 真空玻璃行业发展前景分析	123
一、金融危机下真空玻璃市场的发展前景	123
二、2014年真空玻璃市场面临的发展商机	123
第九章 2014-2020年中国真空玻璃行业发展前景预测分析	130
第一节 2014-2020年中国真空玻璃行业发展预测分析	130
一、未来真空玻璃发展分析	130
二、未来真空玻璃行业技术开发方向	131
三、总体行业“十二五”整体规划及预测	132
第二节 2014-2020年中国真空玻璃行业市场前景分析	133
一、产品差异化是企业发展的方向	133
二、渠道重心下沉	134
第十章 真空玻璃上游原材料供应状况分析	135
第一节 主要原材料	135

在2009年，平板玻璃已被国务院列为六大产能过剩行业之一，成为淘汰落后产能的重点目标。同时，平板玻璃由于高耗能、高污染的特点，被国家列为治理大气污染的主要行业。近几年，国家针对平板玻璃行业产能过剩问题颁布了一系列调控政策，如工信部在2011年5月份印发了《关于抑制平板玻璃产能过快增长 引导产业健康发展的通知》、2011年11月份提出《建材工业“十二五”发展规划》等。国务院印发《关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》，旨在积极稳妥化解平板玻璃等五个行业产能过剩的矛盾。意见显示，2012年年底，我国平板玻璃产能利用率仅为73.1%，低于国际通常水平。针对平板玻璃行业，国务院提出，在提前完成“十二五”规划中淘汰落后产能5000万重量箱目标的基础上，2015年年底之前，平板玻璃行业将再淘汰2000万重量箱。

中国建筑玻璃与工业玻璃协会统计数据显示，截至2012年底，全国共有浮法玻璃生产线274条，其中在产213条，在生产线的产能为8.8亿重量箱，包括浮法、压延、平拉等平板玻璃总产

能12亿重量箱。2012年，全年平板玻璃产量7.6亿重量箱，销量7.22亿重量箱，产销量连续20多年稳居世界第一。但是，国内玻璃行业存在着严重的重复建设和产能过剩问题，据粗略统计，生产能力已超出市场需求近40%，产能利用率只有63%。

今后十几年是我国国民经济的重要发展时期，未来平板玻璃的需求仍将随国民经济的快速发展而稳步增长，同时，未来新的需求特点，也将给玻璃市场的需求带来新的增长空间。如：建筑用窗玻璃厚度的不断增加、双层玻璃窗的不断普及、建筑节能要求和人们对居住环境要求的不断提高、玻璃在建筑内外装饰上被更广泛的采用、更多的玻璃新品种在更多领域的应用等等。上述这些因素都将给玻璃需求提供更大的市场空间。

第二节 主要原材料2007—2014年价格及供应情况136

第三节 2014-2020年主要原材料未来价格及供应情况预测137

第十一章 真空玻璃行业上下游行业分析138

第一节 上游行业分析138

一、发展现状138

二、发展趋势预测141

三、行业新动态及其对真空玻璃行业的影响141

四、行业竞争状况及其对真空玻璃行业的意义143

第二节 下游行业分析143

一、发展现状143

二、发展趋势预测158

三、市场现状分析158

四、行业新动态及其对真空玻璃行业的影响160

五、行业竞争状况及其对真空玻璃行业的意义161

第十二章 2014-2020年真空玻璃行业发展趋势及投资风险分析162

第一节 当前真空玻璃存在的问题162

第二节 真空玻璃未来发展预测分析162

一、中国真空玻璃发展方向分析162

二、2014-2020年中国真空玻璃行业发展规模163

三、2014-2020年中国真空玻璃行业发展趋势预测163

第三节 2014-2020年中国真空玻璃行业投资风险分析164

一、市场竞争风险164

二、原材料压力风险分析164

三、技术风险分析164

四、政策和体制风险	165
五、外资进入现状及对未来市场的威胁	165
第十三章 真空玻璃国内重点生产厂家分析	167
第一节 黄骅荣达玻璃有限公司	167
一、企业概况	167
二、企业主要财务数据分析	167
第二节 深圳市华隆玻璃制品有限公司	169
一、企业概况	169
二、企业主要财务数据分析	169
第三节 上海庆澜隔音装饰	171
一、企业概况	171
二、企业主要财务数据分析	171
第四节 临沂市明城玻璃工程有限公司	173
一、企业概况	173
二、企业主要财务数据分析	173
第五节 广州浩项环保科技有限公司	175
一、企业概况	175
二、企业主要财务数据分析	175
第十四章 真空玻璃地区销售分析	178
第一节 中国真空玻璃区域销售市场结构变化	178
第二节 真空玻璃“东北地区”销售分析	178
一、2011-2014年6月东北地区销售规模	178
二、东北地区“规格”销售分析	180
三、2011-2014年东北地区“规格”销售规模分析	180
第三节 真空玻璃“华北地区”销售分析	180
一、2011-2014年6月华北地区销售规模	180
二、华北地区“规格”销售分析	182
三、2011-2014年6月华北地区“规格”销售规模分析	182
第四节 真空玻璃“中南地区”销售分析	183
一、2011-2014年6月中南地区销售规模	183
二、中南地区“规格”销售分析	184
三、2011-2014年6月中南地区“规格”销售规模分析	185

第五节 真空玻璃“华东地区”销售分析185

一、2011-2014年6月华东地区销售规模185

二、华东地区“规格”销售分析187

三、2011-2014年6月华东地区“规格”销售规模分析187

第六节 真空玻璃“西部地区”销售分析188

一、2011-2014年西部地区销售规模188

二、西部地区“规格”销售分析189

三、2011-2014年6月西部地区“规格”销售规模分析190

第十五章 2014-2020年中国真空玻璃行业投资战略研究191

第一节 2014-2020年中国真空玻璃行业投资策略分析191

一、真空玻璃投资策略191

二、真空玻璃投资筹划策略191

三、2014年真空玻璃品牌竞争战略192

第二节 2014-2020年中国真空玻璃行业品牌建设策略192

一、真空玻璃的规划192

二、真空玻璃的建设192

三、真空玻璃业成功之道193

第十六章 市场指标预测及行业项目投资建议195

第一节 中国真空玻璃行业市场发展趋势预测195

第二节 真空玻璃产品投资机会196

第三节 真空玻璃产品投资趋势分析196

第四节 项目投资建议196

一、行业投资环境考察196

二、投资风险及控制策略197

三、产品投资方向建议197

四、项目投资建议197

1、技术应用注意事项197

2、项目投资注意事项198

3、生产开发注意事项199

4、销售注意事项199

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201604/132244.html>