

2010-2015年中国瓷砖行业 市场调研及投资分析研究报告

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

《2010-2015年中国瓷砖行业市场调研及投资分析研究报告》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/201003/36155.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

→内容简介

随着房地产市场的日益繁荣，紧紧围绕着房产伴生的瓷砖市场需求巨大，目前市场上有近3000家本土企业生产的瓷砖产品在市场上销售，竞争趋于白热化。众多的国外瓷砖品牌非常看好中国市场，部分品牌还表示有意进入国内高端瓷砖市场。和其他行业相比，中国的瓷砖市场品牌林立，市场集中度极低。目前没有一个品牌的市场份额超过5%，和比较成熟规范的汽车、家电等行业市场份额高度集中于形成鲜明对比，这也反映出瓷砖行业整体营销水平偏低，企业普遍缺乏经济规模，缺少能引领左右市场的强势企业与领导品牌，也表明建筑陶瓷市场还没有形成稳定的市场格局，市场的变数还很大。目前整个瓷砖市场高、中、低市场呈金字塔状，2010年市场瓷砖市场容量大约在1300亿元，其中高端市场占10%，中端市场30%、低端市场60%。虽然高端瓷砖市场占有率较低，但是巨大的利润收益却不断吸引着各大品牌抢滩市场。

我国瓷砖行业与房地产、装修行业息息相关，在更大的程度上与整个国民经济发展紧密相连。建材下乡给瓷砖业带来了一个巨大的发展机遇。城市化进程加快，中小城镇建设投资规模的大幅增长，住宅产业化和人民生活水平的提高、农民住房的改善，对高品质、多功能的绿色建材产品以及工厂化系统集成住宅产品的需求快速增长，2010年世博会、西部大开发和振兴东北老工业基地等重大项目的开工建设等。在未来相当长的时间内,我国瓷砖业仍将保持较高的增长速度。那些具有很强生产能力和品牌知名度高的陶瓷企业都将进入农村市场，具有品牌影响力和产品优势的大企业进入农村市场，低端陶瓷产品毫无竞争优势，也将直接退出市场。另外，具有强大生产实力的陶瓷企业，开发适合农村消费需求的产品，在花色、质量、成本上都比低端陶瓷企业有优势。农村市场包括县一级城市和众多乡镇，在陶瓷行业产能过剩、国外市场萎缩的形势下，农村建陶消费潜力巨大,也是未来陶瓷行业市场开拓的趋势。近几年，农村市场的建房速度不减，一些城镇的农民生活水平提高很快，建陶需求量持续上升。陶瓷下乡的建议体现了政府对陶瓷行业扶持的初衷，但和陶瓷产业的转型升级结合起来更好。对于一批勇于产品创新的建陶企业，国家实际的支持力度还不够，拥有同样的技术和设备，国内创新企业的产品却难以受到政府工程和本地优先采购的青睐。

本研究咨询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、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国建材工业协会、中国建筑装饰协会、中国室内装饰协会、中国陶瓷工业协会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国经济景气监测中心、国内外多种相关报刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，对国内外瓷砖市场总体发展情况进行了深入的研究分析。报告详细论

述了瓷砖行业的发展趋势、以及行业竞争格局、领先企业运行情况等，同时还分析了建材、陶瓷、建筑陶瓷、木地板等相关行业的发展现状及趋势，并对今后我国瓷砖行业的发展做出了精确的预测。本报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的探讨，又有直观的比较分析，为瓷砖企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 瓷砖行业发展概述 1

第一节 瓷砖的概念 1

一、瓷砖定义 1

二、瓷砖分类 1

三、瓷砖特性 1

第二节 瓷砖行业发展成熟度 2

一、我国瓷砖行业成熟度分析 2

二、佛山瓷砖产业成熟度分析 2

三、我国瓷砖市场集中度分析 2

第三节 瓷砖市场特征分析 2

一、市场规模 2

二、市场格局 3

三、影响需求的关键因素 3

四、主要竞争因素 3

五、生命周期 3

第二章 全球瓷砖行业发展分析 5

第一节 世界瓷砖市场分析 5

一、全球陶瓷市场特征分析 5

二、2009年国际瓷砖市场流行趋势 5

三、2009年世界瓷砖的设计趋势分析 6

第二节 主要国家瓷砖市场分析 7

| | |
|-----------------------------|----|
| 一、巴西瓷砖行业发展现状分析 | 7 |
| 二、2008-2009年美国瓷砖行业分析 | 7 |
| 三、2008-2009年欧洲瓷砖行业分析 | 8 |
| 四、2008-2009年日本瓷砖行业分析 | 9 |
| 第三章 我国瓷砖行业发展分析 | 10 |
| 第一节 我国瓷砖市场概况 | 10 |
| 一、国内瓷砖市场状况 | 10 |
| 二、国内瓷砖消费特征 | 10 |
| 三、国内瓷砖销售渠道 | 10 |
| 第二节 中国瓷砖行业发展状况 | 11 |
| 一、2008年瓷砖行业发展状况分析 | 11 |
| 二、2009年我国瓷砖行业发展热点 | 11 |
| 三、2009年中国陶瓷砖合格率分析 | 12 |
| 四、2009年中国瓷砖消费市场分析 | 12 |
| 第三节 中国瓷砖市场供需状况 | 13 |
| 一、2009年陶瓷市场需求状况分析 | 13 |
| 二、2009年农村瓷砖市场需求分析 | 14 |
| 三、2009年楼市对瓷砖市场的影响 | 14 |
| 四、2009年陶瓷市场消费需求分析 | 14 |
| 第四节 我国瓷砖市场分析 | 15 |
| 一、2009年上半年瓷砖市场产品分析 | 15 |
| 二、2009年文字瓷砖市场及价格分析 | 16 |
| 三、2009年抛晶砖市场增长情况分析 | 16 |
| 四、2010年瓷砖行业品牌的发展动向 | 17 |
| 第四章 瓷砖产业经济运行分析 | 20 |
| 第一节 2008-2009年瓷砖产业经济运行分析 | 20 |
| 一、2008年瓷砖行业主要经济指标 | 20 |
| 二、2009年瓷砖行业主要经济指标 | 22 |
| 三、2009年我国瓷砖产品产量分析 | 24 |
| 第二节 2008-2009年中国瓷砖产业工业总产值分析 | 25 |
| 一、中国瓷砖产业工业总产值分析 | 25 |
| 二、不同规模企业工业总产值分析 | 25 |

| | |
|------------------------------|----|
| 三、不同所有制企业工业总产值比较 | 26 |
| 第三节 2008-2009年中国瓷砖产业市场销售收入分析 | 26 |
| 一、中国瓷砖产业市场总销售收入分析 | 26 |
| 二、不同规模企业总销售收入分析 | 26 |
| 三、不同所有制企业总销售收入比较 | 27 |
| 第四节 2008-2009年中国瓷砖产业产品成本费用分析 | 27 |
| 一、中国瓷砖产业成本费用总额分析 | 27 |
| 二、不同规模企业销售成本比较分析 | 28 |
| 三、不同所有制企业销售成本比较分析 | 28 |
| 第五节 2008-2009年中国瓷砖产业利润总额分析 | 30 |
| 一、中国瓷砖产业利润总额分析 | 30 |
| 二、不同规模企业利润总额比较分析 | 30 |
| 三、不同所有制企业利润总额比较分析 | 30 |
| 第五章 我国瓷砖产业进出口分析 | 31 |
| 第一节 我国瓷砖产品进出口分析 | 31 |
| 一、2008-2009年我国瓷砖产品进出口金额 | 31 |
| 二、2008-2009年我国瓷砖产品进出口数量 | 31 |
| 第二节 我国瓷砖产品进口分析 | 32 |
| 一、2008-2009年我国瓷砖产品进口金额 | 32 |
| 二、2008-2009年我国瓷砖产品进口数量 | 32 |
| 第三节 我国瓷砖产品出口分析 | 33 |
| 一、2008-2009年我国瓷砖产品出口金额 | 33 |
| 二、2008-2009年我国瓷砖产品出口数量 | 33 |
| 第六章 瓷砖关联产业发展分析 | 34 |
| 第一节 房地产行业 | 34 |
| 一、2008年我国建筑业总产值情况 | 34 |
| 二、2009年我国建筑行业发展分析 | 34 |
| 三、2009年房地产业市场运行情况 | 35 |
| 四、2010年房地产市场走势与发展 | 36 |
| 第二节 建材行业 | 39 |
| 一、2009年建材行业运行情况分析 | 39 |
| 二、2009年建材业产量与市场需求 | 41 |

| | |
|---------------------|----|
| 三、2010年我国建材消费情况分析 | 42 |
| 四、2010年我国建材市场需求分析 | 42 |
| 第三节 陶瓷行业 | 42 |
| 一、2009年我国陶瓷市场走势分析 | 42 |
| 二、2009年我国陶瓷行业发展形势 | 43 |
| 三、2010年中国陶瓷行业发展预测 | 43 |
| 四、2010年陶瓷行业发展机遇分析 | 44 |
| 第四节 建陶行业 | 44 |
| 一、2007年建筑陶瓷行业发展分析 | 44 |
| 二、2008年建筑陶瓷行业发展分析 | 44 |
| 三、2009年建筑陶瓷行业发展分析 | 45 |
| 四、我国建陶行业发展状况及策略 | 46 |
| 第七章 瓷砖竞争产品发展分析 | 47 |
| 第一节 石材行业 | 47 |
| 一、2008年我国石材行业发展状况 | 47 |
| 二、2009年中国石材行业热点分析 | 48 |
| 三、2009年中国石材产品产量分析 | 49 |
| 四、2010年石材行业出口形势分析 | 49 |
| 第二节 地板行业 | 50 |
| 一、2009年中国地板产品产量分析 | 50 |
| 二、2010年我国地板市场分析预测 | 51 |
| 三、2010年实木地板需求形势分析 | 51 |
| 四、2010年节能实木板材行业趋势 | 51 |
| 第八章 瓷砖区域市场发展分析 | 53 |
| 第一节 我国瓷砖产区分布情况及特点分析 | 53 |
| 一、广东产区发展分析 | 53 |
| 二、山东产区发展分析 | 54 |
| 三、华东产区发展分析 | 55 |
| 四、福建产区发展分析 | 55 |
| 五、四川产区发展分析 | 55 |
| 第二节 2009年我国瓷砖区域市场分析 | 56 |
| 一、2009年广东瓷砖市场分析 | 56 |

| | |
|--------------------------|----|
| 二、2009年北京瓷砖市场分析 | 57 |
| 三、2009年武汉瓷砖市场分析 | 58 |
| 四、2009年西安瓷砖市场分析 | 60 |
| 第二部分 行业竞争格局 | |
| 第九章 瓷砖行业竞争格局分析 | 63 |
| 第一节 2009年瓷砖重点产区竞争态势 | 63 |
| 一、2009年佛山瓷砖竞争分析 | 63 |
| 二、2009年淄博瓷砖竞争分析 | 64 |
| 三、2009年夹江瓷砖竞争分析 | 64 |
| 第二节 2009-2010年瓷砖行业竞争格局分析 | 65 |
| 一、国内瓷砖市场竞争状况 | 65 |
| 二、瓷砖替代品的威胁分析 | 66 |
| 三、2009年瓷砖品牌区域市场竞争格局 | 66 |
| 四、2009年我国瓷砖行业竞争新焦点 | 67 |
| 五、2010年高端瓷砖市场竞争分析 | 67 |
| 第十章 瓷砖企业竞争策略分析 | 70 |
| 第一节 瓷砖市场竞争策略分析 | 70 |
| 一、瓷砖企业竞争策略分析 | 70 |
| 二、中国瓷砖市场营销策略分析 | 70 |
| 三、全球市场下瓷砖的品牌策略 | 72 |
| 第二节 瓷砖领先者市场竞争策略 | 73 |
| 一、维护高质量形象 | 73 |
| 二、扩大市场需求总量 | 73 |
| 三、保护市场份额 | 74 |
| 四、扩大市场份额 | 74 |
| 第三节 瓷砖挑战者市场竞争策略 | 75 |
| 一、正面进攻 | 75 |
| 二、侧翼攻击 | 75 |
| 三、包围进攻 | 75 |
| 四、迂回攻击 | 76 |
| 五、游击战 | 76 |
| 第十一章 主要瓷砖企业竞争分析 | 77 |

第一节 上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司 77

一、公司概况 77

二、2009年财务分析 77

三、2009年经营状况 81

第二节 杭州诺贝尔集团有限公司 82

一、公司概况 82

二、公司技术分析 82

三、2009年公司动态 83

第三节 广东唯美陶瓷有限公司 83

一、公司概况 83

二、2009年马可波罗品牌价值 83

三、2009年公司动态 83

第四节 冠军建材集团 84

一、公司概况 84

二、2009年瓷砖品牌战略 84

三、2009年公司动态 85

第五节 广东东鹏陶瓷股份有限公司 85

一、公司概况 85

二、2009年经营状况 85

三、2009年公司策略 86

第三部分 行业趋势预测

第十二章 瓷砖行业发展趋势分析 87

第一节 2009-2012年中国瓷砖市场趋势分析 87

一、2010-2012年瓷砖行业发展趋势预测 87

二、2010-2012年进口瓷砖国内建厂趋势 87

三、2010-2012年中国瓷砖产品技术趋势 88

四、2010-2012年陶瓷砖产量、产能预测 89

第二节 2010-2012年瓷砖市场流行趋势分析 91

一、2009年我国瓷砖市场流行趋势总结 91

二、2010-2012年瓷砖市场流行趋势分析 93

三、2010-2012年我国瓷砖消费趋势分析 94

四、2010-2012年瓷砖流行趋势分析预测 96

第四部分 行业投资分析

第十三章 瓷砖行业投资环境分析 99

第一节 经济发展环境分析 99

一、2009年中国宏观经济发展分析 99

二、2009年中国工业经济运行分析 99

三、2010年中国的经济与政策展望 99

第二节 政策法规环境分析 100

一、《陶瓷砖国家标准》分析 100

二、陶瓷砖质监实施新规范颁布 100

三、建筑陶瓷产品规范化分析 100

第三节 社会发展环境分析 101

一、2008-2009年我国居民收入水平 101

二、2008-2009年我国居民消费分析 102

三、2009年我国居民生活水平分析 102

第十四章 瓷砖行业投资机会与风险 103

第一节 瓷砖行业投资情况分析 103

一、2009年瓷砖投资机会与风险 103

二、2010年建材下乡的机遇与挑战 103

第二节 瓷砖行业投资机会分析 104

一、陶企区域投资机会分析 104

二、抗菌陶瓷成为投资热点 104

三、纳米技术带来的新商机 105

第三节 瓷砖行业投资风险分析 105

一、陶瓷行业投资风险 105

二、建陶行业投资风险分析 109

三、佛山陶瓷行业投资应慎重 110

第四节 2010年瓷砖对外贸易风险预警 111

一、2009年我国对外贸易情况 111

二、2010年我国对外贸易风险预警 112

三、2010年人民币汇率变化及影响 112

四、2009-2010年瓷砖对外贸易风险预警 112

图表目录

图表：2009年1-5月全国部分城市瓷砖品牌销售排行榜 12

图表：2009年1-5月北京市场瓷砖品牌销售排行榜 13

图表：2008年1-12月陶瓷制品制造业主要经济指标全国合计 20

图表：2009年1-12月陶瓷制品制造业主要经济指标全国合计 22

图表：2009年1-12月瓷质砖产量全国合计 24

图表：2009年1-12月炻瓷砖产量全国合计 25

图表：2009年1-12月细炻砖产量全国合计 25

图表：2009年1-12月炻质砖产量全国合计 25

图表：2009年1-12月陶质砖产量全国合计 25

图表：2008年1-12月陶瓷制品制造业工业总产值 25

图表：2008年1-12月陶瓷制品制造业不同规模企业工业总产值 25

图表：2008年1-12月陶瓷制品制造业不同所有制企业工业总产值 26

图表：2009年1-12月陶瓷制品制造业工业销售产值 26

图表：2009年1-12月陶瓷制品制造业不同规模企业工业销售产值 26

图表：2009年1-12月陶瓷制品制造业不同所有制企业工业销售产值 27

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业主营业务成本 27

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业营业费用 27

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业管理费用 27

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业财务费用 28

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同规模企业主营业务成本 28

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同规模企业营业费用 28

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同规模企业管理费用 28

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同规模企业财务费用 28

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同所有制企业主营业务成本 28

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同所有制企业营业费用 29

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同所有制企业管理费用 29

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同所有制企业财务费用 29

图表：2009年1-12月陶瓷制品制造业利润总额 30

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同规模企业利润总额 30

图表：2009年1-11月陶瓷制品制造业不同所有制企业利润总额 30

图表：2008年1-12月我国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克进出口金额 31

图表：2008年1-12月我国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克进出口金额 31

图表：2008年1-12月我国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克进出口数量 31

图表：2008年1-12月我国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克进出口数量 31

图表：2008年1-12月我国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克进口金额 32

图表：2008年1-12月我国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克进口金额 32

图表：2008年1-12月我国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克进口数量 32

图表：2008年1-12月我国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克进口数量 32

图表：2008年1-12月我国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克出口金额 33

图表：2008年1-12月我国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克出口金额 33

图表：2008年1-12月我国上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克出口数量 33

图表：2008年1-12月我国未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克出口数量 33

图表：2009-2010年全国房地产开发景气指数趋势图 38

图表：2008年1-12月石材进口数据 48

图表：2008年1-12月石材出口数据 48

图表：2009年1-12月天然大理石建筑板材产量全国合计 49

图表：2009年1-12月天然花岗石建筑板材产量全国合计 49

图表：2009年1-12月实木木地板产量全国合计 50

图表：2009年1-12月复合木地板产量全国合计 50

图表：2009年上半年北京市场瓷砖品牌销售排行榜 57

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营构成 77

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司每股指标 78

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司获利能力 78

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司经营能力 78

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司偿债能力 79

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司资本结构 79

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司发展能力 79

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司现金流量 79

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务收入 80

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务利润 80

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司营业利润 80

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司利润总额 81

图表：2009年1-4季度上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司净利润 81

图表：2009年消费者选购瓷砖的重视因素 91

图表：2009年最受欢迎的瓷砖产品规格 92

图表：2009年畅销瓷砖价格区间 93

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 101

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 101

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/36155.html>