



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国瓷砖产业市场 竞争格局及投资价值研究报告

## 一、调研说明

《2013-2017年中国瓷砖产业市场竞争格局及投资价值研究报告》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/221874.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](mailto: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

近年来全球房地产业发展迅速，使得全球瓷砖的生产和消费都获得了较大的发展。2011年全球陶瓷砖的生产、消费均出现两位数的增长。

我国瓷砖经过几十年的发展也取得了不错的成就，2011年全国陶瓷砖总产量87.01亿平方米，比2010年增长了14.85%；产品出口量为10.15亿平方米，较2010年增长了17.07%；出口额达47.644亿美元，较2010年增长了23.72%。2012年上半年全国陶瓷砖产量为42.8亿平方米，比上年同期增长了3.8%。

随着经济的发展，个人收入和欣赏品味的提高、随着基础设施改造、居民住房建设的投资日益增加，中国瓷砖行业仍将保持快速发展的态势。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国瓷砖产业市场竞争格局及投资价值研究报告》共十三章。首先介绍了中国瓷砖行业的概念，接着分析了中国瓷砖行业发展环境，然后对中国瓷砖行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国瓷砖行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国瓷砖行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 报告目录

#### 第一章 瓷砖相关概述

##### 第一节 瓷砖基本概念

###### 一、瓷砖定义

###### 二、瓷砖分类

###### 三、常见瓷砖介绍

##### 第二节 瓷砖特性简况

###### 一、瓷砖的性能

###### 二、瓷砖硬度的划分

#### 第二章 2011-2012年全球瓷砖行业发展概况

## 第一节 全球瓷砖业运行综述

- 一、全球陶瓷砖供给概况
- 二、全球陶瓷砖消费状况
- 三、全球陶瓷砖进口分析
- 四、全球陶瓷砖出口强劲增长

## 第二节 欧盟

- 一、德国瓷砖行业发展状况
- 二、意大利瓷砖行业发展状况
- 三、葡萄牙瓷砖行业发展状况
- 四、英国瓷砖行业发展状况
- 五、法国瓷砖行业发展状况
- 六、西班牙瓷砖行业发展状况

## 第三节 亚洲

- 一、印度瓷砖行业发展状况
- 二、伊朗瓷砖行业发展状况
- 三、韩国瓷砖行业发展状况
- 四、越南瓷砖行业发展状况
- 五、印尼瓷砖行业发展状况
- 六、泰国瓷砖行业发展状况
- 七、马来西亚瓷砖行业发展状况
- 八、阿联酋瓷砖行业发展状况
- 九、沙特阿拉伯瓷砖行业发展状况

## 第四节 其他地区

- 一、美国瓷砖行业发展状况
- 二、俄罗斯瓷砖行业发展状况
- 三、土耳其瓷砖行业发展状况
- 四、巴西瓷砖行业发展状况
- 五、阿根廷瓷砖行业发展状况
- 六、乌克兰瓷砖行业发展状况

## 第三章 2011-2012年中国瓷砖行业发展概况

### 第一节 2011-2012年中国瓷砖行业运行分析

- 一、我国瓷砖行业运行回顾
- 二、2011年我国瓷砖市场供需状况分析
- 三、2012年我国瓷砖行业发展焦点分析

## 第二节 中国瓷砖业产能发展分析

- 一、我国瓷砖行业产能现况
- 二、中国瓷砖产能布局状况
- 三、我国瓷砖种类产能占比简况

## 第三节 中国薄瓷砖市场发展状况

- 一、超薄瓷砖的发展态势分析
- 二、我国薄瓷砖的节能效果良好
- 三、我国薄瓷砖市场推广之路漫长

## 第四节 中国瓷砖文化发展分析

- 一、瓷砖文化基本概述
- 二、瓷砖文化的作用
- 三、中国瓷砖文化的起源
- 四、中国瓷砖产品文化的发展进程
- 五、中国瓷砖文化的未来发展趋势

## 第五节 中国瓷砖行业发展面临的问题

- 一、我国瓷砖业发展存在的挑战
- 二、我国瓷砖产品市场混乱
- 三、中国瓷砖市场的六大弊端解析
- 四、我国瓷砖业需转变的观念

## 第四章 2011-2012年中国瓷砖行业品牌分析

### 第一节 中国瓷砖业品牌整体运行概况

- 一、中国瓷砖品牌市场格局分析
- 二、我国瓷砖行业品牌代理发展状况
- 三、国内瓷砖品牌市场结构及消费特点
- 四、众多国外品牌进军我国瓷砖市场
- 五、我国瓷砖品牌转战非主流城市分析

### 第二节 国外瓷砖品牌拓展中国市场动态

- 一、美国艺宝砖进一步扩展中国瓷砖市场

- 二、瓷砖奢侈品牌进军中国市场
- 三、意大利莱芬抢滩我国瓷砖市场
- 四、意大利两大瓷砖品牌登陆中国拟多元化经营

### 第三节 中国瓷砖品牌存在的问题及对策

- 一、瓷砖品牌建立形象店需注意的问题
- 二、我国瓷砖市场品牌凸显的问题及策略分析
- 三、中国瓷砖行业的品牌战略选择
- 四、我国瓷砖企业的品牌化发展对策

## 第五章 2011-2012年仿古砖发展分析

### 第一节 仿古砖基本介绍

- 一、仿古砖的概念及历史
- 二、仿古砖的材质和坯、釉特征
- 三、仿古砖的规格及色彩的应用
- 四、仿古砖的装饰及功能化分析

### 第二节 仿古砖市场发展分析

- 一、中国仿古砖市场发展现状
- 二、我国仿古砖市场发展规律及特点
- 三、我国仿古砖行业发展的推动因素
- 四、我国仿古砖品牌企业做大的阻碍及对策
- 五、中国仿古砖品牌竞争策略探析

### 第三节 中国各地区仿古砖发展状况

- 一、我国五大建陶产区仿古砖发展状况
- 二、福建仿古砖发展综述
- 三、山东淄博仿古砖市场运行综况
- 四、云南仿古砖使用率低
- 五、湖南仿古砖市场发展形势佳
- 六、四川乐山仿古砖市场三大特征
- 七、江西高安仿古砖市场发展态势分析

## 第六章 2011-2012年抛光砖发展分析

### 第一节 抛光砖行业发展概况

- 一、抛光砖优缺点分析
- 二、抛光砖行业发展的三大特点
- 三、我国抛光砖业步入微利时期
- 四、创新推动抛光砖行业不断发展
- 五、我国抛光砖生产厂商的竞争状况
- 六、抛光砖防污技术分析

## 第二节 中国各地区抛光砖发展状况

- 一、广东佛山抛光砖行业地位显赫
- 二、山东淄博抛光砖市场发展简析
- 三、江西高安抛光砖以低价占领市场
- 四、四川夹江抛光砖业逐渐萎缩

## 第三节 中国抛光砖行业发展存在的问题及对策

- 一、国内外形势成抛光砖发展拦路虎
- 二、抛光砖市场发展面临新品种的威胁
- 三、抛光砖厂商面临的问题及对策分析

## 第七章 2011-2012年其他瓷砖细分产品发展分析

### 第一节 全抛釉

- 一、全抛釉简介
- 二、全抛釉市场成长阶段分析
- 三、我国全抛釉市场品牌状况
- 四、我国全抛釉产品的定位分析
- 五、我国全抛釉市场营销模式解析
- 六、我国全抛釉市场终端销售策略

### 第二节 外墙砖

- 一、外墙砖概念及基本特点
- 二、中国外墙砖发展形势分析
- 三、2012年湖北当阳外墙砖发展良好
- 四、我国外墙砖市场发展新方向
- 五、我国外墙砖发展面临阻碍

### 第三节 微晶石

- 一、微晶石基本介绍

- 二、我国微晶石市场逐渐走俏
- 三、中国微晶石技术取得新进展
- 四、我国微晶石发展面临的挑战及机遇

## 第八章 2010-2012年中国瓷砖产品产量数据分析

### 第一节 2010年-2012年全国及主要省份瓷质砖产量分析

- 一、2010年全国及主要省份瓷质砖产量分析
- 二、2011年全国及主要省份瓷质砖产量分析
- 三、2012年全国及主要省份瓷质砖产量分析

### 第一节 2010年-2012年全国及主要省份炻瓷砖产量分析

- 一、2010年全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 二、2011年全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 三、2012年全国及主要省份炻瓷砖产量分析

### 第一节 2010年-2012年全国及主要省份细炻砖产量分析

- 一、2010年全国及主要省份细炻砖产量分析
- 二、2011年全国及主要省份细炻砖产量分析
- 三、2012年全国及主要省份细炻砖产量分析

### 第一节 2010年-2012年全国及主要省份炻质砖产量分析

- 一、2010年全国及主要省份炻质砖产量分析
- 二、2011年全国及主要省份炻质砖产量分析
- 三、2012年全国及主要省份炻质砖产量分析

### 第一节 2010年-2012年全国及主要省份陶质砖产量分析

- 一、2010年全国及主要省份陶质砖产量分析
- 二、2011年全国及主要省份陶质砖产量分析
- 三、2012年全国及主要省份陶质砖产量分析

## 第九章 2011-2012年中国瓷砖重点生产区域分析

### 第一节 山东省瓷砖产业运行分析

- 一、山东陶瓷产业发展概况
- 二、山东临沂瓷砖市场发展状况
- 三、山东非主流区域瓷砖产能分析

### 第二节 广东省瓷砖业发展概况



- 一、广东陶瓷砖产量增长状况
- 二、广东陶瓷砖产品质量有所提升
- 三、2012年广东瓷砖市场发展环境良好

### 第三节 四川省瓷砖市场发展分析

- 一、四川瓷砖市场呈现三足鼎立局面
- 二、四川夹江瓷砖产品产能简析
- 三、四川夹江瓷砖新技术获大投资
- 四、四川瓷砖市场销售渠道分析

### 第四节 其他地区瓷砖业发展分析

- 一、福建省瓷砖产能发展状况
- 二、河北省瓷砖产能及项目投资概况
- 三、湖北省瓷砖产能发展现状
- 四、广西瓷砖产能简况

## 第十章 2011-2012年中国瓷砖行业进出口分析

### 第一节 2011-2012年中国瓷砖出口分析

- 一、中国瓷砖出口增长迅猛
- 二、2011年我国陶瓷砖出口状况
- 三、2012年我国瓷砖出口现状

### 第二节 2011-2012年广东地区瓷砖出口分析

- 一、广东瓷砖行业出口简况
- 二、广东佛山瓷砖出口现状
- 三、欧盟反倾销对佛山瓷砖出口的影响

### 第三节 中国瓷砖出口面临的海外壁垒及对策分析

- 一、出口韩国的壁垒
- 二、出口欧盟的壁垒
- 三、出口越南的阻碍
- 四、出口巴基斯坦的阻碍
- 五、应对之策

## 第十一章 2011-2012年中国瓷砖市场竞争与营销分析

### 第一节 中国瓷砖市场竞争状况分析

- 一、我国木地板缺陷暴露为瓷砖创造发展空间
- 二、瓷砖厚度成我国市场竞争焦点
- 三、中国瓷砖企业的核心竞争力的选择
- 四、中国瓷砖卫浴企业的竞争战略分析

## 第二节 中国瓷砖市场营销分析

- 一、我国瓷砖营销模式发展历程
- 二、我国瓷砖营销的两种方法解析
- 三、我国瓷砖市场的细节经营分析
- 四、我国瓷砖行业的渠道模式探析
- 五、中国瓷砖市场渠道建设存在的问题及策略
- 六、我国瓷砖企业将发展新的经营方式

## 第三节 中国瓷砖企业的经营战略分析

- 一、我国瓷砖企业市场制胜的营销策略
- 二、对我国瓷砖企业营销升级的思考
- 三、我国中低端瓷砖企业的营销战略探析
- 四、中国瓷砖经销商应对市场竞争的经营战略

## 第十二章 2010-2012年瓷砖业重点企业分析

### 第一节 上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第一节 冠军建材集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第一节 广东东鹏陶瓷股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、东鹏瓷砖发展历程
- 三、2012年东鹏推出瓷砖新品

## 四、东鹏发展展望

### 第一节 杭州诺贝尔集团有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、诺贝尔瓷砖产能投资状况

#### 三、诺贝尔集团发展措施及品牌核心竞争力

#### 四、诺贝尔瓷砖销售渠道分析

### 第一节 其他企业

#### 一、广东唯美陶瓷有限公司

#### 二、广东蒙娜丽莎新型材料集团有限公司

#### 三、广东新中源陶瓷有限公司

#### 四、佛山市大唐合盛陶瓷有限公司

## 第十三章 中国瓷砖行业发展前景分析

### 第一节 中国瓷砖行业发展预测

#### 一、我国瓷砖行业发展展望

#### 二、中国瓷砖产品流行趋势

#### 三、2013-2017年中国瓷砖行业预测分析

### 第二节 中国瓷砖各品种发展趋势

#### 一、我国抛光砖行业发展趋向

#### 二、未来仿古砖市场发展展望

#### 三、抛晶砖市场发展潜力大

通过《2013-2017年中国瓷砖产业市场竞争格局及投资价值研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/221874.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](http://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。