



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国瓷砖行业市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国瓷砖行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/240795.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

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

【报告目录】

第一部分 行业发展现状

第一章 瓷砖行业基本情况 1

第一节 瓷砖行业概述 1

一、瓷砖的定义 1

二、瓷砖的特性 1

第二节 瓷砖的品牌 2

一、中国瓷砖十大品牌 2

二、对瓷砖品牌的评价 3

第二章 2012-2013年瓷砖行业现状 5

第一节 2012年国内瓷砖市场情况 5

一、国内瓷砖市场发展现状 5

二、瓷砖行业的发展趋势 6

三、2012年度中国陶瓷行业动态 7

四、陶瓷产业的"三高一低" 8

第二节 2011-2012年国际瓷砖市场情况 10

一、美国瓷砖市场发展情况 10

二、澳大利亚瓷砖业发展情况 17

三、印度瓷砖行业发展情况 23

四、意大利瓷砖业现状 31

第三章 2012年瓷砖行业产销分析 33

第一节 2012年我国瓷砖进出口情况 33

一、2012年瓷砖进口情况 33

二、2012-2013年瓷砖出口情况 34

第二节 2012年我国瓷砖产量库存情况 38

一、中国陶瓷产业市场及产量 38

二、2012年广东瓷砖产量情况 50

三、中国建筑陶瓷产量情况 51

四、2012年陶瓷企业库存情况 56

五、2012年佛山陶瓷业库存情况 58

第四章 2011-2012年瓷砖行业经济运行分析 61

第一节 2011-2013年中国陶瓷制品制造业年主要经济指标分析 61

一、2012年中国陶瓷制品制造业新品产值分析 61

二、2012年中国陶瓷制品制造业工业销售产值分析 62

三、2011-2012年中国陶瓷制品制造业财务指标分析 62

四、2011-2012年中国陶瓷制品制造业主要经济指标分析 66

五、2011-2012年中国陶瓷制品制造业经济效益指标分析 67

第二节 2013年中国陶瓷制品制造业主要经济指标分析 69

一、2013年中国陶瓷制品制造业工业销售产值分析 69

二、2013年中国陶瓷制品制造业产成品产值分析 70

三、2013年中国陶瓷制品制造业主营业务收入分析 70

四、2013年中国陶瓷制品制造业主营业务成本分析 70

五、2013年中国陶瓷制品制造业主营业务税金分析 71

第五章 2012-2013年瓷砖行业政策经济环境 73

第一节 2012-2013年瓷砖行业经济发展环境 73

一、2012年经济运行情况 73

二、2013年经济增长影响 75

三、2012-2013年宏观经济政策情况 78

第二节 瓷砖行业国家政策及标准 80

一、“陶瓷下乡”政策的影响 80

二、陶瓷墙地砖的国家标准 82

三、瓷砖平整度的国家标准 86

第二部分 行业竞争格局

第六章 2012-2013年瓷砖行业竞争分析 89

第一节 2012-2013年瓷砖市场形势 89

一、2011-2012年中国陶瓷经济增长情况 89

二、2012-2013年瓷砖行业最新市场动态 90

三、2012年陶瓷行业运行特点	100
第二节 2012-2013年市场竞争状况	102
一、高端瓷砖市场的中外竞争	102
二、中外企业的联合竞争模式	103
三、政府市场对瓷砖的双重影响	105
四、进口瓷砖在中国的销售分析	108
第三节 2012年瓷砖六大产区及特点	110
一、广东产区及特点	110
二、山东产区及特点	113
三、华东产区及特点	114
四、福建产区及特点	114
五、四川产区及特点	114
六、江西产区及特点	115
第七章 2012-2013年瓷砖市场分类研究	117
第一节 2012-2013年内墙砖市场研究	117
一、内墙砖的分类与鉴别	117
二、内墙砖市场情况分析	117
三、内墙砖十大品牌分析	120
第二节 2012-2013年地面砖市场研究	124
一、地面砖定义及特点	124
二、地面砖购买注意事项	125
三、地面砖施工中的问题及处理	125
第三节 2012-2013年外墙砖市场研究	128
一、外墙砖及特点分析	128
二、外墙砖的发展僵局	129
三、外墙砖功能化的市场潜力分析	130
四、当前外墙砖营销发展趋势	132
第四节 2012-2013年腰线脚线砖市场研究	133
一、腰线脚线砖品牌	133
二、腰线砖概况	137
三、脚线砖概况	138

第五节 2012-2013年马赛克砖市场研究 140

一、马赛克砖定义及分类 140

二、马赛克砖原料及特征 141

三、马赛克市场前景分析 142

第八章 2012-2013年瓷砖行业重点企业分析 145

第一节 诺贝尔 145

一、企业简介 145

二、2012年诺贝尔的市场认可 148

三、最新动态 151

第二节 马可波罗 152

一、公司介绍 152

二、2012年马可波罗市场认可分析 160

三、最新动态 163

第三节 蒙娜丽莎 164

一、企业简介 164

二、2012年蒙娜丽莎市场认可分析 180

三、最新动态 183

第四节 东鹏 187

一、企业简介 187

二、2012年东鹏市场认可度分析 195

三、最新动态 198

第五节 新中源 200

一、企业简介 200

二、2012年新中源市场认可分析 205

三、最新动态 208

第六节 雅士高夫 210

一、企业概况 210

二、2012年雅士高夫市场认可分析 219

三、最新动态 221

第七节 冠珠 226

一、企业简介 226

二、2012年冠珠市场认可分析	231
三、最新动态	234
第八节 冠军	236
一、企业简介	236
二、2012年冠军市场认可分析	237
三、最新动态	240
第九节 宏宇	247
一、公司简介	247
二、2012年宏宇市场认可分析	248
三、最新动态	251
第十节 斯米克	253
一、企业简介	253
二、2012-2013年企业财务分析	276
三、2012年斯米克市场认可分析	280
四、2012年经营情况及发展分析	283
五、最新动态	292
第十一节 楼兰	296
一、企业简介	296
二、2012年楼兰市场认可分析	299
三、最新动态	302
第十二节 欧神诺	305
一、企业简介	305
二、2012年欧神诺市场认可分析	323
三、最新动态	326
第九章 2012-2013年瓷砖行业关联产业分析	337
第一节 2012-2013年建材行业分析	337
一、“十一五”期间中国建材行业现状分析	337
二、2012年建材行业经济指标	340
三、2013年建材行业十大发展趋势	341
第二节 2012-2013年装饰装修行业分析	344
一、中国装饰装修行业现状	344

- 二、我国家装市场发展分析 348
- 三、2013年装修趋势分析 352
- 第三节 2012-2013年房地产行业分析 354
 - 一、2012年中国房地产的现状 354
 - 二、2013年房地产政策及影响 356
 - 三、房地产投资策略及重点企业分析 360

第三部分 行业趋势预测

- 第十章 2013-2018年瓷砖行业发展趋势分析 363
 - 第一节 2013-2018年瓷砖设计趋势分析 363
 - 一、国际市场装饰瓷砖流行新趋势 363
 - 二、瓷砖行业设计低碳轻薄化趋势 364
 - 三、2013年瓷砖行业的流行趋势 365
 - 四、2013瓷砖行业的"时装化"趋势 366
 - 五、瓷砖市场潮流的三大趋势 368
 - 第二节 2013-2018年瓷砖行业政策经济趋势分析 370
 - 一、陶企"十二五"增长分析 370
 - 二、建陶业进出口政策分析 371
 - 三、2013年中国经济发展分析 373
 - 第三节 2013-2018年瓷砖行业市场发展趋势分析 379
 - 一、陶瓷业升级改造分析 379
 - 二、产业结构调整分析 380
 - 三、陶瓷业形势与任务 387
 - 四、陶瓷行业的危机分析 395
 - 五、陶瓷消费群体分析 396
 - 六、陶瓷企业市场拓展分析 398
- 第十一章 2013-2018年瓷砖行业发展趋势预测 401
 - 第一节 2013-2018年瓷砖行业流行趋势预测 401
 - 一、2013瓷砖混搭趋势 401
 - 二、瓷砖轻便环保趋势 403
 - 三、家装瓷砖三大趋势 408

第二节 2013-2018年我国陶瓷砖行业发展预测 410

一、我国陶瓷砖行业发展情况 411

二、我国陶瓷砖行业发展预测 420

第四部分 投资战略研究

第十二章 2013-2018年瓷砖行业投资策略分析 421

第一节 2013-2018年瓷砖行业的产品发展策略 421

一、瓷砖品牌的三大战略 421

二、瓷砖业核心价值凸显 424

第二节 2013-2018年瓷砖产业的企业发展策略 426

一、佛山陶瓷产业转型路径 426

二、佛山陶瓷产业转移情况 430

三、陶瓷企业未来发展之路 433

四、陶瓷企业的发展方向 434

第十三章 2013-2018年瓷砖行业的营销策略分析 437

第一节 2013-2018年国内瓷砖企业的营销策略 437

一、招商策略 437

二、竞争策略 438

三、推广策略 439

四、店面策略 443

五、营销战略 444

六、“全员营销”策略 450

第二节 马可波罗瓷砖IMC策略规划 451

一、IMC内部推广 451

二、制定IMC策略 453

第三节 2013-2018年进口瓷砖的中国市场营销策略 458

一、进口瓷砖市场竞争形势 458

二、进口品牌的优劣分析 461

三、进口瓷砖的市场营销 462

四、目标消费群体分析 464

五、营销策略分析制定 464

六、营销信息与服务系统 468

七、终端营销策略分析 469

【图表目录】

图表：1978-2008年美国国内瓷砖产量、瓷砖进口量及总消费量 11

图表：2011年上半年美国从五大瓷砖进口国进口的瓷砖量 12

图表：2005-2011年上半年美国五大瓷砖进口国各占美国瓷砖市场份额 13

图表：美国瓷砖五大进口国瓷砖单价列表 14

图表：美元与其他国家货币汇率（2004-2011.9） 16

图表：2000-2011年澳大利亚进口瓷砖情况 18

图表：2006-2008年全球前十大生产国家 24

图表：2008年全球前十大瓷砖生产国产量 24

图表：2006-2008年全球前十大消费国家 25

图表：2008年全球十大瓷砖消费国用量 25

图表：2006-2008年印度瓷砖行业增长情况 27

图表：2006-2011年印度瓷砖进出口比率 27

图表：2005年-2011年印度陶瓷产量及消费量 28

图表：2012年上半年陶瓷制固定卫生设备各月累计数量、金额同比 34

图表：2012-2013年陶瓷制品制造业本月出口货值及同比增长率 34

图表：2012-2013年陶瓷制品制造业出口货值及同比增长率 35

图表：2012-2013年瓷砖产量全国合计 39

图表：2012-2013年瓷砖产量北京市合计 39

图表：2012-2013年瓷砖产量河北省合计 40

图表：2012-2013年瓷砖产量山西省合计 40

图表：2012-2013年瓷砖产量内蒙古合计 40

图表：2012-2013年瓷砖产量辽宁省合计 41

图表：2012-2013年瓷砖产量上海市合计 41

图表：2012-2013年瓷砖产量江苏省合计 42

图表：2012-2013年瓷砖产量浙江省合计 42

图表：2012-2013年瓷砖产量安徽省合计 43

图表：2012-2013年瓷砖产量福建省合计 43

图表：2012-2013年瓷砖产量江西省合计 44

图表：2012-2013年瓷砖产量山东省合计 44

图表：2012-2013年瓷砖产量河南省合计 44

图表：2012-2013年瓷砖产量湖北省合计 45

图表：2012-2013年瓷砖产量湖南省合计 45

图表：2012-2013年瓷砖产量广东省合计 46

图表：2012-2013年瓷砖产量广西省合计 46

图表：2012-2013年瓷砖产量重庆市合计 47

图表：2012-2013年瓷砖产量四川省合计 47

图表：2012-2013年瓷砖产量贵州省合计 47

图表：2012-2013年瓷砖产量云南省合计 48

图表：2012-2013年瓷砖产量陕西省合计 48

图表：2012-2013年瓷砖产量甘肃省合计 49

图表：2012-2013年瓷砖产量青海省合计 49

图表：2012-2013年瓷砖产量宁夏省合计 50

图表：2012-2013年瓷砖产量新疆省合计 50

图表：2012年中国陶瓷制品行业存货产值分析 58

图表：2012年陶瓷制品制造业本月新品产值及同比增长率 61

图表：2012年陶瓷制品制造业新品产值及同比增长率 61

图表：2012年陶瓷制品制造业本月工业销售产值及同比增长率 62

图表：2012年陶瓷制品制造业工业销售产值及同比增长率 62

图表：2011-2012年陶瓷制造业应收帐款净额分析 62

图表：2011-2012年陶瓷制造业产成品资金占用分析 63

图表：2011-2012年陶瓷制造业流动资产年平均余额分析 63

图表：2011-2012年陶瓷制造业资产总计分析 63

图表：2011-2012年陶瓷制造业负债合计分析 64

图表：2011-2012年陶瓷制造业产品销售收入分析 64

图表：2011-2012年陶瓷制造业产品销售成本分析 64

图表：2011-2012年陶瓷制造业产品销售费用分析 64

图表：2011-2012年陶瓷制造业产品销售税金分析 65

图表：2011-2012年陶瓷制造业管理费用分析 65

图表：2011-2012年陶瓷制造业财务费用分析 65

图表：2011-2012年陶瓷制造业利润总额分析 66

图表：2011-2012年陶瓷制造业税金总额分析 66

图表：2011-2012年陶瓷制造业企业单位数分析 66

图表：2011-2012年陶瓷制造业亏损企业数分析 66

图表：2011-2012年陶瓷制造业全部从业人员年平均人数分析 67

图表：2011-2012年陶瓷制造业资产负债率分析 67

图表：2011-2012年陶瓷制造业成本费用利润率分析 67

图表：2011-2012年陶瓷制造业产成品资金占有率分析 68

图表：2011-2012年陶瓷制造业人均销售率分析 68

图表：2011-2012年陶瓷制造业资本保值增值率分析 68

图表：2011-2012年陶瓷制造业流动资产周转率分析 69

图表：2011-2012年陶瓷制造业销售利润率分析 69

图表：2013年中国陶瓷制品制造业本月工业销售产值 69

图表：2013年中国陶瓷制品制造业工业销售产值 70

图表：中国陶瓷制品制造业产成品 70

图表：2013年中国陶瓷制品制造业主营业务收入 70

图表：2013年中国陶瓷制品制造业主营业务成本 70

图表：2013年中国陶瓷制品制造业主营业务税金及附加 71

图表：诺贝尔组织架构 147

图表：瓷砖品牌关注榜 148

图表：诺贝尔瓷砖的品牌印象 148

图表：诺贝尔瓷砖的细分消费 149

图表：对诺贝尔瓷砖的价格期望 149

图表：选择诺贝尔瓷砖的原因 150

图表：了解诺贝尔瓷砖的渠道 151

图表：马可波罗瓷砖的品牌印象 160

图表：马可波罗的细分消费 160

图表：马可波罗的价格预算 161

图表：选择马可波罗瓷砖的原因 161

图表：了解马可波罗瓷砖的渠道 162

图表：蒙娜丽莎陕西销售网络 167

图表：蒙娜丽莎甘肃销售网络 167

图表：蒙娜丽莎宁夏销售网络 167

图表：蒙娜丽莎新疆销售网络 167

图表：蒙娜丽莎青海销售网络 168
图表：蒙娜丽莎西藏销售网络 168
图表：蒙娜丽莎山西销售网络 168
图表：蒙娜丽莎内蒙古销售网络 168
图表：蒙娜丽莎河北销售网络 169
图表：蒙娜丽天津莎销售网络 169
图表：蒙娜丽莎北京销售网络 169
图表：蒙娜丽莎广东销售网络 170
图表：蒙娜丽莎广西销售网络 171
图表：蒙娜丽莎海南销售网络 172
图表：蒙娜丽莎湖南销售网络 172
图表：蒙娜丽莎湖北销售网络 174
图表：蒙娜丽莎河南销售网络 174
图表：蒙娜丽莎山东销售网络 175
图表：蒙娜丽莎浙江销售网络 175
图表：蒙娜丽莎江苏销售网络 176
图表：蒙娜丽莎福建销售网络 177
图表：蒙娜丽莎上海销售网络 177
图表：蒙娜丽莎江西销售网络 177
图表：蒙娜丽莎安徽销售网络 178
图表：蒙娜丽莎南京销售网络 178
图表：蒙娜丽莎四川销售网络 178
图表：蒙娜丽莎重庆销售网络 178
图表：蒙娜丽莎贵州销售网络 178
图表：蒙娜丽莎云南销售网络 179
图表：蒙娜丽莎黑龙江销售网络 179
图表：蒙娜丽莎吉林销售网络 180
图表：蒙娜丽莎辽宁销售网络 180
图表：对蒙娜丽莎瓷砖的印象 180
图表：选择蒙娜丽莎瓷砖的细分消费 181
图表：选购蒙娜丽莎瓷砖的预算 181
图表：选择蒙娜丽莎的原因 181

图表：了解蒙娜丽莎的渠道 182

图表：对东鹏瓷砖的印象 195

图表：东鹏瓷砖的细分消费 195

图表：对东鹏瓷砖的价格预算 196

图表：选购东鹏瓷砖的原因 196

图表：了解东鹏瓷砖的渠道 197

图表：新中源营销网络 204

图表：对新中源瓷砖的品牌印象 205

图表：新中源瓷砖的细分消费 206

图表：新中源瓷砖的价格期望 206

图表：选择新中源瓷砖的原因 207

图表：了解新中源瓷砖的渠道 207

图表：雅士高夫营销网络（一） 213

图表：雅士高夫营销网络（二） 214

图表：雅士高夫营销网络（三） 215

图表：雅士高夫营销网络（四） 215

图表：雅士高夫营销网络（五） 216

图表：雅士高夫营销网络（六） 216

图表：雅士高夫营销网络（七） 217

图表：雅士高夫营销网络（八） 217

图表：雅士高夫营销网络（九） 218

图表：对雅士高夫的印象 219

图表：雅士高夫的细分消费 219

图表：对雅士高夫的价格期望 220

图表：选购雅士高夫瓷砖的原因 220

图表：了解雅士高夫瓷砖的渠道 221

图表：对冠珠瓷砖的印象 231

图表：冠珠的细分消费 232

图表：对冠珠瓷砖的价格期望 232

图表：选购冠珠瓷砖的原因 233

图表：了解冠珠瓷砖的渠道 233

图表：对冠军瓷砖的印象 238

图表：冠军瓷砖的细分消费 238

图表：对冠军瓷砖的价格期望 238

图表：选购冠军瓷砖的原因 239

图表：了解冠军瓷砖的渠道 240

图表：对宏宇瓷砖的品牌印象 249

图表：宏宇瓷砖的细分消费 249

图表：对宏宇瓷砖的价格期望 249

图表：选购宏宇瓷砖的原因 250

图表：了解宏宇瓷砖的渠道 251

图表：斯米克全国分公司 254

图表：斯米克上海专卖店地址 255

图表：斯米克浙江专卖店地址 257

图表：斯米克福建专卖店地址 259

图表：斯米克江苏专卖店地址 259

图表：斯米克安徽专卖店地址 261

图表：斯米克成都专卖店地址 262

图表：斯米克重庆专卖店地址 263

图表：斯米克广东专卖店地址 263

图表：斯米克天津专卖店地址 264

图表：斯米克河北专卖店地址 265

图表：斯米克北京专卖店地址 265

图表：斯米克江西专卖店地址 265

图表：斯米克东北专卖店地址 266

图表：斯米克济南专卖店地址 266

图表：斯米克西北专卖店地址 267

图表：斯米克西安专卖店地址 267

图表：斯米克武汉专卖店地址 268

图表：斯米克长沙专卖店地址 268

图表：斯米克郑州专卖店地址 269

图表：斯米克北京超市地址 269

图表：斯米克长沙超市地址 270

图表：斯米克成都超市地址 270

图表：斯米克大连超市地址 270

图表：斯米克东莞超市地址 270

图表：斯米克广州超市地址 271

图表：斯米克杭州超市地址 271

图表：斯米克合肥超市地址 271

图表：斯米克南京超市地址 271

图表：斯米克宁波超市地址 272

图表：斯米克青岛超市地址 272

图表：斯米克上海超市地址 272

图表：斯米克深圳超市地址 273

图表：斯米克沈阳超市地址 274

图表：斯米克苏州超市地址 274

图表：斯米克太原超市地址 274

图表：斯米克天津超市地址 275

图表：斯米克无锡超市地址 275

图表：斯米克武汉超市地址 275

图表：斯米克西安超市地址 276

图表：斯米克重庆超市地址 276

图表：斯米克郑州超市地址 276

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营构成 276

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司每股指标 277

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司获利能力 277

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司经营能力 278

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司偿债能力 278

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司资本结构 278

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司发展能力 278

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司现金流量 278

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务收入 279

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务利润 279

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司营业利润 279

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司利润总额 280

图表：2012-2013年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司净利润 280

图表：对斯米克瓷砖的印象 280

图表：斯米克瓷砖的细分消费 281

图表：对斯米克瓷砖价格期望 281

图表：选购斯米克瓷砖的原因 282

图表：了解斯米克瓷砖的渠道 282

图表：对楼兰瓷砖的印象 299

图表：楼兰瓷砖的细分消费 300

图表：对楼兰瓷砖的价格期望 300

图表：选购楼兰瓷砖的原因 301

图表：了解楼兰瓷砖的渠道 301

图表：欧神诺西北地区销售网络 314

图表：欧神诺华南区销售网络 314

图表：欧神诺华南区销售网络 315

图表：欧神诺华南区销售网络 315

图表：欧神诺华南区销售网络 316

图表：欧神诺华南区销售网络 317

图表：欧神诺华北区销售网络 317

图表：欧神诺华北区销售网络 318

图表：欧神诺华北区销售网络 318

图表：欧神诺华中区销售网络 319

图表：欧神诺西南区销售网络 320

图表：欧神诺西南区销售网络 320

图表：欧神诺华东区销售网络 320

图表：欧神诺华东区销售网络 321

图表：欧神诺华东区销售网络 322

图表：欧神诺东北区销售网络 322

图表：对欧神诺瓷砖的印象 323

图表：欧神诺瓷砖的细分消费 323

图表：对欧神诺瓷砖的价格期望 324

图表：选购欧神诺瓷砖的原因 324

图表：了解欧神诺瓷砖的渠道 325

图表：2012年下半年中国砖瓦、石材及其他建筑材料制造业主要经济指标 340

图表：2012年下半年中国轻质建筑材料制造业主要经济指标 340
图表：2012年各月全国房地产开发企业累计完成投资情况 355
图表：2012年各月全国商品房累计销售面积 355
图表：2012年各月全国商品房累计销售额 356
图表："新国八条"政策前后限购情况（以北京市为例） 358
图表：中国宝安盈利预测 361
图表：中国宝安主营业务构成 362
图表：中国宝安营业收入增长率及预测 362
图表：我国陶瓷砖行业的发展热点 411
图表：2013年我国陶瓷砖产量预测 413
图表；我国陶瓷企业的迁移方向 413
图表；2013年我国陶瓷砖出口预测 414
图表；我国陶瓷砖内销总额预测 415
图表；我国陶瓷砖品质走势 416

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/240795.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）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。