



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国瓷砖行业市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国瓷砖行业市场分析及发展趋势研究报告》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/48464.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

2008年上半年，在CPI一路攀升、各类物价持续上扬、人民币升值不断的大环境下，瓷砖企业受上游、原材料、能源、运输等成本上涨的影响，面对一定的成本压力，陶瓷企业涨价的呼声越来越高，瓷砖市场的竞争一年比一年激烈，而瓷砖行业整体成本的上扬，无疑将进一步刺激洗牌的进程。在这样的情况下，企业唯有提升品质，攫取更高端的市场份额，获得更高的利润空间。但是，并非每家企业都有足够的信心进军中高端市场，许多品牌设立之初定位较低的企业，利润空间将进一步稀薄。一些中高端品牌，可以利用成本上升作为借口，适当提升价格将是必然之路。如此一来，建陶企业的强弱势将进一步显著化。制造低端产品的企业，将会不断变得孱弱，甚至消失。而一些强势企业，将依据强大的实力，通过提升产品附加值，加大售后服务，在这轮竞争压力变得更为强大。

2008年第一季度，我国建材工业完成工业增加值947亿元，按可比价格计算比去年同期增长27.9%，增速与去年同期相比加快1.7个百分点，呈现快速增长态势，其中陶瓷砖产量平稳增长，第一季度，全国陶瓷砖产量为10.3亿平方米，比去年同期增长10%，增速与去年同期相比回落10个百分点。在陶瓷砖主要产区中，除山东陶瓷砖产量下降外，福建和四川陶瓷砖产量较快增长，与去年同期相比，分别增长15.3%和12.2%；广东陶瓷砖产量增长4.1%。第一季度，陶瓷砖出口数量增长19.5%，出口金额增长了36.3%。

高端市场正逐渐成为我国瓷砖消费的热点，除意大利等国外品牌外，在国内中低端市场占有相当份额的东鹏、马可波罗、蒙娜丽莎等国产品牌，也积极开发高端产品冲击高端市场。我国整个瓷砖市场结构一直以来都呈金字塔状：中端市场的比例在30-40%，低端市场份额占一半以上，而高端市场大约占10%左右。然而，随着消费者收入的增加、品位的提升，高端市场的放大趋势已经越来越明显，尤其在一些一线城市，其高端市场已达20%以上，并呈快速上升之势。在原材料价格大幅飙升的境况下，国产品牌的高端转型势在必行。另一方面，在市场蛋糕的诱惑下，国际高端品牌也正不断加快进军中国的步伐，未来两年，高端市场或将成为我国瓷砖市场的竞争热点所在。

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

、中国行业研究网、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。

【 目录 】

第一部分 行业发展概述

第一章 瓷砖相关概述 1

第一节 建筑材料概述 1

一、建筑材料 1

二、建筑陶瓷 1

第二节 瓷砖相关概述 2

一、瓷砖定义 2

二、瓷砖分类 2

三、瓷砖特性 3

四、瓷砖比较 3

第二部分 行业发展环境

第二章 行业发展环境分析 7

第一节 宏观经济环境分析 7

一、2007年中国宏观经济发展的回顾 7

二、2008年一季度宏观经济运行分析 28

三、2008年我国宏观经济受震灾影响 29

四、2008年宏观经济形势对陶瓷影响 31

第二节 行业政策环境分析 34

一、2008年《陶瓷砖国家标准》分析 34

二、2008年陶瓷砖出口菲律宾新规定	34
三、灾后重建建材市场将受重点监察	35
四、提高抗破坏性将列入建材新标准	36

第三章 关联行业发展分析 37

第一节 中国建材行业发展分析 37

一、2008年一季度建材行业运行分析	37
二、2008年我国建材市场发展的特点	49
三、2008年我国建材行业的形势展望	51
四、2008年建材行业受楼市影响分析	52
五、2008年建材行业发展的压力分析	53
六、2008年国家节能减排的影响分析	56
七、2008年汶川地震对建材业的影响	60
八、2008年电油价对建材行业的影响	66

第二节 中国陶瓷行业发展分析 67

一、2008年一季度陶瓷行业运行分析	67
二、2008年上半年陶瓷行业发展情况	68
三、2008年陶瓷市场的价格走势分析	72
四、2008年陶瓷行业发展的压力分析	73
五、2007-2008年陶瓷制品业经济指标	75
六、2007-2008年陶瓷制品业收入前十家企业	154
七、2008年我国陶瓷行业的出口分析	156
八、2008年电价上调对行业影响分析	157

第三节 中国建陶行业发展分析 159

一、1992-2008年建陶行业的三个拐点	159
二、2008年建陶行业的发展重点分析	159
三、2008年我国建陶行业的成本分析	161
四、2008年我国建陶的价格走势分析	163
五、2008年我国建陶出口面临的风险	164
六、2008年中国建陶行业面临的考验	165
七、2008年建陶产能及发展策略分析	167

第三部分 行业发展现状

第四章 世界瓷砖市场发展分析 169

第一节 世界瓷砖市场分析 169

一、2008年国际瓷砖市场的流行趋势 169

二、2008年国际装饰瓷砖流行新趋势 170

三、2008年世界瓷砖的设计趋势分析 170

第二节 主要国家瓷砖市场分析 172

一、2007-2008年意大利瓷砖市场 172

二、2008年菲律宾进口瓷砖政策 173

三、2008年中国出口印度市场分析 173

四、2008-2012年美国瓷砖需求分析 176

五、中国瓷砖在全球市场的地位 177

第五章 中国瓷砖市场发展分析 178

第一节 国内瓷砖市场现状 178

一、中国陶瓷原料行业概况 178

二、国内瓷砖消费特征分析 184

三、国内瓷砖销售渠道分析 185

四、中国瓷砖生产情况分析 186

第二节 2008年我国瓷砖市场分析 186

一、2008年上半年瓷砖业发展情况 186

二、2008年瓷砖行业成本压力分析 190

三、2008年我国瓷砖市场价格走势 193

四、2008年瓷砖国内各地报价情况 196

第三节 2008年瓷砖市场流行新产品 197

一、能净化空气的瓷砖 197

二、吸水率为零的瓷砖 198

三、显露着木纹的瓷砖 198

四、环保节能的软瓷砖 199

第四部分 行业竞争分析

第六章 瓷砖市场竞争分析 201

第一节 我国瓷砖市场竞争分析	201
一、国内瓷砖市场竞争状况分析	201
二、国内瓷砖市场三足鼎立格局分析	203
三、2008年建筑陶瓷产业格局的变化	205
四、2008年瓷砖市场国际品牌的竞争	206
五、2008年我国仿古砖市场情况分析	209
第二节 家装地面市场竞争分析	210
一、地砖PK木地板	210
二、成本方面的比较	210
三、保养方面的比较	211
四、环保方面的比较	212
第七章 替代品行业发展分析	213
第一节 2008年木地板行业发展分析	213
一、中国木地板业数载发展之道	213
二、木地板绿色产业链逐步形成	215
三、木地板行业探索发展新模式	215
四、中国木地板市场发展的潜力	216
五、中国地板行业亟待产业升级	218
六、木地板市场的消费趋势分析	219
第二节 2008年天然石材行业分析	220
一、我国第一部建筑石材工程标准	220
二、出口退税政策与中小石材产业	220
三、我国石材行业国际化发展问题	228
四、我国石材行业进出口情况分析	231
五、我国石材业面临的挑战和机遇	232
六、我国现代化石材行业发展策略	235
第三节 2008年人造石材行业分析	238
一、我国人造石行业的历史和现状	238
二、我国人造石材行业发展的特点	239
三、国内人造石材行业存在的差距	240
四、微晶石木地板的发展情况分析	242

五、人造石行业面临的内忧与外患	243
六、我国人造石行业发展策略分析	245
第四节 2008年铝塑板行业分析	247
一、我国铝塑复合板行业发展概况	247
二、我国铝塑复合板市场发展现状	248
三、我国铝塑板的生产及消费现状	254
四、我国铝塑板市场发展前景分析	255
五、国内铝塑板市场发展趋势分析	255
六、中国铝塑板行业发展策略分析	257
第五节 2008年玻璃幕墙行业分析	265
一、中国玻璃幕墙行业的发展水平	265
二、中国正在向世界幕墙强国迈进	266
三、建筑幕墙和玻璃业的共生关系	268
四、我国玻璃幕墙的发展趋势分析	271
五、幕墙玻璃企业瞄准后奥运市场	274
六、我国建筑幕墙的发展战略分析	274
第六节 2008年壁纸行业分析	277
一、我国壁纸业的复兴之路分析	277
二、我国壁纸市场发展前景分析	279
三、壁纸在中国建材市场的发展	281
四、2008年壁纸挑战乳胶漆市场	282
五、2008年春夏壁纸的流行趋势	284
六、2008年壁纸的流行趋势分析	285
第七节 2008年涂料行业分析	287
一、2008年中国涂料步入成熟市场阶段	287
二、2008年油漆涂料行业掀起品质革命	289
三、2008年墙面漆推出抗甲醛的新技术	291
四、2008年中国涂料行业面临十大风险	291
五、2008年奥运为涂料行业带来的商机	298
六、2008年灾后重建对涂料行业的影响	299
第八章 瓷砖重点企业分析	301

第一节 上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司 301

一、企业概况 301

二、2007-2008年财务分析 302

三、2008年经营状况 308

第二节 杭州诺贝尔集团有限公司 309

一、企业概况 309

二、2008年奥运场馆应用 310

三、2008年公司发展规划 311

第三节 广东唯美陶瓷有限公司 312

一、企业概况 312

二、品牌发展现状 313

三、中长期发展规划 313

第四节 冠军建材集团 315

一、企业概况 315

二、2008年建设情况 316

三、内地市场拓展情况 317

第五节 广东东鹏陶瓷股份有限公司 320

一、企业概况 320

二、市场布局 321

三、品牌发展 322

第五部分 行业发展策略及趋势

第九章 瓷砖行业发展策略分析 325

第一节 瓷砖行业发展策略分析 325

一、外患内忧下瓷砖行业的策略 325

二、全球市场下瓷砖的品牌策略 325

三、蜜蜂瓷砖品牌提升策略分析 329

四、瓷砖节卖场的文化营销策略 330

第二节 进口瓷砖品牌发展策略分析 332

一、进口瓷砖品牌的优劣分析 332

二、中国市场的营销策略分析 333

三、进口瓷砖的目标消费群体 334

四、进口瓷砖品牌的营销策略	335
五、建立营销信息和服务系统	339
六、进口瓷砖品牌的终端策略	340

第十章 瓷砖行业发展趋势分析 344

第一节 建筑材料的发展趋势	344
一、2008-2009年建材行业发展趋势	344
二、2008-2010年建材市场需求预测	349
第二节 建陶行业的发展趋势	350
一、2008年陶瓷行业发展趋势分析	350
二、未来建陶行业的主要发展模式	351
三、未来我国建陶行业的发展展望	352
第三节 瓷砖行业的发展趋势	355
一、2008年现代装修瓷砖的趋势分析	355
二、2008年知名品牌瓷砖的设计趋势	356
三、2008年国内外瓷砖市场趋势对比	358

图表目录

图表：2003-2007年国内生产总值及增长速度	7
图表：2003-2007年居民消费价格涨跌幅度	8
图表：2007年居民消费价格比上年涨跌幅度	8
图表：2003-2007年年末国家外汇储备	9
图表：2003-2007年税收收入及其增长速度	9
图表：2003-2007年粮食生产及其增长速度	10
图表：2003-2007年工业增加值及其增长速度	11
图表：2007年主要工业产品产量及其增长速度	11
图表：2007年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度	12
图表：2003-2007年固定资产投资及其增长速度	13
图表：2007年分行业城镇固定资产投资及其增长速度	13
图表：2007年固定资产投资新增主要生产能力	14
图表：2003-2007年社会消费品零售总额及其增长速度	16
图表：2007年货物进出口总额及其增长速度	16

图表：2007年对主要国家和地区货物进出口总额及其增长速度 17

图表：2003-2007年货物进出口总额及其增长速度 17

图表：2007年分行业外商直接投资及其增长速度 18

图表：2007年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 18

图表：2007年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 19

图表：2003-2007年年末电话用户数 20

图表：2007年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 20

图表：2003-2007年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度 21

图表：2003-2007年各类教育招生人数 22

图表：2007年人口数及其构成 24

图表：2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长速度 24

图表：2003-2007年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 25

图表：2003-2007年能源消费总量及其增长速度 27

图表：2008年第一季度建材主要商品出口情况 48

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标全国合计 75

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标北京市合计 76

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标天津市合计 77

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标河北省合计 79

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标山西省合计 80

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标内蒙古合计 82

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标辽宁省合计 83

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标吉林省合计 85

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标黑龙江合计 86

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标上海市合计 87

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标江苏省合计 89

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标浙江省合计 90

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标安徽省合计 92

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标福建省合计 93

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标江西省合计 94

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标山东省合计 96

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标河南省合计 97

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标湖北省合计 99

图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标湖南省合计	100
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标广东省合计	101
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标广西区合计	103
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标重庆市合计	104
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标四川省合计	106
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标贵州省合计	107
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标云南省合计	109
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标陕西省合计	110
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标甘肃省合计	111
图表：2007年1-12月陶瓷制品业经济指标宁夏区合计	113
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标全国合计	114
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标北京市合计	116
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标天津市合计	117
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标河北省合计	118
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标山西省合计	120
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标内蒙古合计	121
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标辽宁省合计	123
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标吉林省合计	124
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标黑龙江合计	126
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标上海市合计	127
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标江苏省合计	128
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标浙江省合计	130
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标安徽省合计	131
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标福建省合计	133
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标江西省合计	134
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标山东省合计	135
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标河南省合计	137
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标湖北省合计	138
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标湖南省合计	140
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标广东省合计	141
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标广西区合计	142
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标重庆市合计	144

图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标四川省合计	145
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标贵州省合计	147
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标云南省合计	148
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标陕西省合计	150
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标甘肃省合计	151
图表：2008年1-5月陶瓷制品业经济指标宁夏区合计	152
图表：2007年2月陶瓷制品业收入前十家企业	154
图表：2007年5月陶瓷制品业收入前十家企业	154
图表：2007年8月陶瓷制品业收入前十家企业	155
图表：2007年11月陶瓷制品业收入前十家企业	155
图表：2008年2月陶瓷制品业收入前十家企业	155
图表：2008年5月陶瓷制品业收入前十家企业	156
图表：2008年6月瓷砖国内各地报价表	196
图表：国内瓷砖市场的总体结构	202
图表：2007年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营构成	301
图表：2007年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营构成	302
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司每股指标分析	302
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司获利能力分析	303
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司经营能力分析	303
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司偿债能力分析	303
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司资本结构分析	304
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司发展能力分析	304
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司现金流量分析	304
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务收入	305
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司主营业务利润	305
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司营业利润	305
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司利润总额	306
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司净利润	306
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司流动资产	306
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司固定资产	307
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司无形资产	307
图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司流动负债	307

图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司长期负债 307

图表：2007-2008年上海斯米克建筑陶瓷股份有限公司股东权益 308

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48464.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。