

2014-2018年中国瓷砖市场 监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国瓷砖市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiancai1401/E647753CI4.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国瓷砖市场监测及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了瓷砖相关概述、中国瓷砖市场运行环境等，接着分析了中国瓷砖市场发展的现状，然后介绍了中国瓷砖重点区域市场运行形势。随后，报告对中国瓷砖重点企业经营状况分析，最后分析了中国瓷砖行业发展趋势与投资预测。您若想对瓷砖产业有个系统的了解或者想投资瓷砖行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

数据显示，2013年1~6月，全国规模以上企业累计生产陶瓷砖45.65亿平方米，同比增长5.91%。其中：1月份完成产量同比增长12.55%;2月份同比增长-9.85%;3月份同比增长14.44%;4月份同比增长8.59%;5月份同比增长6.47%;6月份同比增长2.12%。

2013年1~6月，规模以上企业陶瓷砖产量前三位地区依次是福建、广东、山东，其中：福建累计产量同比增长9.62%，占24.8%;广东累计同比增长2.73%，占20.67%;山东累计同比增长0.05%，占10.08%。增速居前三位的地址依次是广西、陕西、江西，同比增长分别为26.24%、25.56%、11.27%，广东、湖北、四川、山东等地区同比增长低于全国水平，增速在全国主要陶瓷产区中处于倒数位置，不过均为正增长。

在全球都在关注环保的大环境下，人们在保护环境的同时要更多地考虑自身的安全。越来越多的人在关注瓷砖的外观、吸水率、耐磨性等特性的同时，更加关注瓷砖是不是符合环保要求，辐射程度是否超出人体的承受能力。

对于瓷砖企业来说，在降低生产成本的同时，绝不能降低产品原有的品质。

目前，国外品牌在中国的市场占有率比较高，意大利瓷砖是比较受欢迎的。这主要取决于两方面：第一，意大利的瓷砖生产设备精密度等参数比较高，大多数国家的瓷砖生产设备都是从意大利进口的，第二，意大利瓷砖的密度比较大、吸水率低、耐磨。

目前，随着瓷砖市场的专业化程度不断提高，消费者对瓷砖尺寸的选择也更多，瓷砖尺寸呈两极化发展。

一方面，由于越来越多的消费者追求墙上装修的无缝效果，而使大块瓷砖愈加受欢迎。同时，大面积住宅楼的日益流行也推动了大块瓷砖的走俏。目前，室内墙面瓷砖一般以250毫米×360毫米的尺寸较为普遍，客厅地面用砖一般不小于500毫米×500毫米，如果客厅面积超过40平方米，地砖的规格则更大。

据专业人士介绍，“大片块”瓷砖的工艺流程比小面积瓷砖复杂得多，生产厂家在光泽、纹路、平整度、吸水性等方面都要花费更多的心思。从直观效果来看，大块瓷砖无论花色、质感还是装修效果都比传统瓷砖更突出。

另一方面，小尺寸的瓷砖比过去更受欢迎。很多人发现小尺寸的正方形瓷砖可以砌出许多的图案，适合装饰小面积的墙面。在市场上有一种粗质感的小瓷砖，就可以铺出欧洲田园(田园装修效果图)的风格。

随着薄型陶瓷砖行业标准的发布，陶瓷砖薄型化的进程大大加速。同时，整个行业围绕节能减排和废渣利用等环保问题的新产品研究、开发、应用会大量出现。职业卫生、安全生产、社会责任方面的要求将迫使陶企进一步增加投入。

近年来世界房地产业发展迅速，使得世界瓷砖的生产和消费都获得了较大的发展，由于中国瓷砖产品花色品种多、数量大、质量好、高中低档产品齐全、选择余地大且价格适宜，世界许多国家和地区非常青睐中国瓷砖产品，中国瓷砖在国际市场中的比重日益扩大。中国近年来房地产业的空前发展，紧紧围绕着房产伴生的建筑墙、地瓷砖市场需求巨大。

随着中国陶瓷生产工艺和技术迅猛发展，瓷砖市场个性化产品突出，产品发展开始趋向高端。现在中国瓷砖企业在瞄准高端市场，强调调整产品结构和提高产品附加值的同 时，还兼顾行业的整体利益，通过努力提高产品技术含量、加大自主创新、培育自主品牌等措施，实现可持续发展。

2004-2013年我国瓷质砖产量及同比增长情况

资料来源：博思数据整理

2004-2013年我国炻瓷砖产量及同比增长情况

资料来源：博思数据整理

2004-2013年我国细炻砖产量及同比增长情况

资料来源：博思数据整理

2004-2013年我国炻质砖产量及同比增长情况

资料来源：博思数据整理 2004-2013年我国陶质砖产量及同比增长情况

资料来源：博思数据整理

第一章 瓷砖相关概述

1.1 瓷砖基本概念

1.1.1 瓷砖定义

- 1.1.2 瓷砖分类
- 1.1.3 常见瓷砖介绍
- 1.2 瓷砖特性简况
 - 1.2.1 瓷砖的性能
 - 1.2.2 瓷砖硬度的划分

第二章 2013年世界瓷砖行业发展分析

- 2.1 全球瓷砖业运行综况
 - 2.1.1 全球陶瓷砖供给概况
 - 2.1.2 世界陶瓷砖消费状况
 - 2.1.3 全球陶瓷砖进口分析
 - 2.1.4 世界瓷砖出口强劲增长
- 2.2 欧盟
 - 2.2.1 德国瓷砖行业发展状况
 - 2.2.2 意大利瓷砖行业发展状况
 - 2.2.3 西班牙瓷砖行业发展状况
 - 2.2.4 葡萄牙瓷砖行业发展状况
 - 2.2.5 英国瓷砖行业发展状况
 - 2.2.6 法国瓷砖行业发展状况
- 2.3 亚洲
 - 2.3.1 印度瓷砖行业发展状况
 - 2.3.2 伊朗瓷砖行业发展状况
 - 2.3.3 韩国瓷砖行业发展状况
 - 2.3.4 印尼瓷砖行业发展状况
 - 2.3.5 泰国瓷砖行业发展状况
 - 2.3.6 马来西亚瓷砖行业发展状况
 - 2.3.7 阿联酋瓷砖行业发展状况
 - 2.3.8 沙特阿拉伯瓷砖行业发展状况
- 2.4 其他地区
 - 2.4.1 美国瓷砖行业发展状况
 - 2.4.2 俄罗斯瓷砖行业发展状况
 - 2.4.3 土耳其瓷砖行业发展状况

- 2.4.4 巴西瓷砖行业发展状况
- 2.4.5 阿根廷瓷砖行业发展状况
- 2.4.6 乌克兰瓷砖行业发展状况

第三章 2013年中国瓷砖行业发展概况

- 3.1 2013年中国瓷砖行业运行分析
 - 3.1.1 我国瓷砖行业运行回顾
 - 3.1.2 2011年我国瓷砖市场供需状况
 - 3.1.3 2012年我国瓷砖行业运行状况
 - 3.1.4 2012年我国瓷砖行业发展焦点
 - 3.1.5 2013年我国瓷砖行业发展态势
- 3.2 中国瓷砖业产能发展分析
 - 3.2.1 我国瓷砖行业产能现况
 - 3.2.2 中国瓷砖产能布局状况
 - 3.2.3 我国瓷砖种类产能占比简况
- 3.3 中国薄瓷砖市场发展状况
 - 3.3.1 我国薄瓷砖的节能效果良好
 - 3.3.2 我国薄瓷砖的市场发展形势
 - 3.3.3 超薄瓷砖的发展态势分析
 - 3.3.4 我国薄瓷砖市场推广之路漫长
- 3.4 中国瓷砖文化发展分析
 - 3.4.1 瓷砖文化基本概述
 - 3.4.2 瓷砖文化的作用
 - 3.4.3 中国瓷砖文化的起源
 - 3.4.4 中国瓷砖产品文化的发展进程
 - 3.4.5 中国瓷砖文化的未来发展趋势
- 3.5 中国瓷砖行业发展面临的问题

第四章 2013年抛光砖发展分析

- 4.1 抛光砖行业发展概况
 - 4.1.1 抛光砖优缺点分析
 - 4.1.2 抛光砖行业发展的三大特点

- 4.1.3 我国抛光砖业步入微利时期
- 4.1.4 创新推动抛光砖行业不断发展
- 4.1.5 我国抛光砖生产厂商的竞争状况
- 4.1.6 抛光砖防污技术分析
- 4.2 中国各地区抛光砖发展状况
 - 4.2.1 广东佛山抛光砖行业地位显赫
 - 4.2.2 山东淄博抛光砖市场发展简析
 - 4.2.3 江西高安抛光砖以低价占领市场
 - 4.2.4 四川夹江抛光砖业逐渐萎缩
- 4.3 中国抛光砖行业发展存在的问题及对策
 - 4.3.1 国内外形势成抛光砖发展拦路虎
 - 4.3.2 抛光砖市场发展面临新品种的威胁
 - 4.3.3 抛光砖厂商面临的问题及对策分析

第五章 2013年仿古砖发展分析

- 5.1 仿古砖基本介绍
 - 5.1.1 仿古砖的概念及历史
 - 5.1.2 仿古砖的材质和坯、釉特征
 - 5.1.3 仿古砖的规格及色彩的应用
 - 5.1.4 仿古砖的装饰及功能化分析
- 5.2 仿古砖市场发展分析
 - 5.2.1 我国仿古砖市场发展规律及特点
 - 5.2.2 我国仿古砖行业发展的推动因素
 - 5.2.3 中国仿古砖市场发展现状
 - 5.2.4 我国仿古砖市场发展动态
 - 5.2.5 我国仿古砖品牌企业做大的阻碍及对策
 - 5.2.6 中国仿古砖品牌竞争策略探析
- 5.3 中国各地区仿古砖发展状况
 - 5.3.1 我国五大建陶产区仿古砖发展状况
 - 5.3.2 四川仿古砖发展现状
 - 5.3.3 福建仿古砖发展综述
 - 5.3.4 山东淄博仿古砖市场运行综况

- 5.3.5 云南仿古砖使用率低
- 5.3.6 湖南仿古砖市场发展形势佳
- 5.3.7 江西高安仿古砖市场发展态势分析

第六章 2013年其他瓷砖细分产品发展分析

- 6.1 全抛釉
- 6.2 外墙砖
- 6.3 微晶石

第七章 2011-2013年中国瓷砖产品产量数据分析

- 7.1 2011-2013年全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 7.1.1 2011年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 7.1.2 2012年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 7.1.3 2013年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析
- 7.2 2011-2013年全国及主要省份炻瓷砖产量分析
 - 7.2.1 2011年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析
 - 7.2.2 2012年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析
 - 7.2.3 2013年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 7.3 2011-2013年全国及主要省份细炻砖产量分析
 - 7.3.1 2011年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析
 - 7.3.2 2012年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析
 - 7.3.3 2013年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析
- 7.4 2011-2013年全国及主要省份炻质砖产量分析
 - 7.4.1 2011年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析
 - 7.4.2 2012年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析
 - 7.4.3 2013年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析
- 7.5 2011-2013年全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 7.5.1 2011年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 7.5.2 2012年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 7.5.3 2013年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析

第八章 2013年中国瓷砖区域市场发展分析

- 8.1 广东省瓷砖业发展概况
 - 8.1.1 广东陶瓷砖产量增长状况
 - 8.1.2 2012年广东瓷砖市场环境良好
 - 8.1.3 2012年广东佛山瓷砖行业发展概况
- 8.2 山东省瓷砖产业运行分析
 - 8.2.1 山东陶瓷产业发展概况
 - 8.2.2 山东临沂瓷砖市场发展状况
 - 8.2.3 山东非主流区域瓷砖产能分析
- 8.3 四川省瓷砖市场发展分析
 - 8.3.1 四川瓷砖市场呈现三足鼎立局面
 - 8.3.2 四川夹江瓷砖产品产能简析
 - 8.3.3 四川瓷砖市场销售渠道分析
- 8.4 其他地区瓷砖业发展分析
 - 8.4.1 福建省瓷砖产能发展状况
 - 8.4.2 河北省瓷砖产能及项目投资概况
 - 8.4.3 湖北省瓷砖产能发展现状
 - 8.4.4 广西瓷砖产能简况

第九章 2013年中国瓷砖行业对外贸易分析

- 9.1 2013年中国瓷砖进出口分析
- 9.2 2013年广东地区瓷砖出口分析
 - 9.2.1 广东瓷砖行业出口简况
 - 9.2.2 广东佛山瓷砖出口现状
 - 9.2.3 欧盟反倾销对佛山瓷砖出口的影响
- 9.3 中国瓷砖出口面临的海外壁垒及对策分析
 - 9.3.1 出口韩国的壁垒
 - 9.3.2 出口巴西的壁垒
 - 9.3.3 出口欧盟的壁垒
 - 9.3.4 出口越南的阻碍
 - 9.3.5 出口哥伦比亚的阻碍
 - 9.3.6 出口巴基斯坦的阻碍
 - 9.3.7 出口泰国的阻碍

9.3.8 应对之策

第十章 2013年中国瓷砖行业品牌发展分析

- 10.1 中国瓷砖业品牌整体运行概况
 - 10.1.1 中国瓷砖品牌市场格局分析
 - 10.1.2 我国瓷砖行业品牌代理发展状况
 - 10.1.3 国内瓷砖品牌市场结构及消费特点
 - 10.1.4 中国瓷砖品牌发展不容乐观
 - 10.1.5 我国瓷砖品牌转战非主流城市分析
- 10.2 国外瓷砖品牌拓展中国市场动态
 - 10.2.1 瓷砖奢侈品牌进军中国市场
 - 10.2.2 意大利莱芬抢滩我国瓷砖市场
 - 10.2.3 意大利两大瓷砖品牌登陆中国拟多元化经营
 - 10.2.4 意大利著名瓷砖品牌拓展中国市场
 - 10.2.5 世界三大顶级瓷砖品牌进驻天津
- 10.3 中国瓷砖品牌存在的问题及对策

第十一章 2013年中国瓷砖市场竞争与营销分析

- 11.1 中国瓷砖市场竞争状况分析
 - 11.1.1 我国木地板缺陷暴露为瓷砖创造发展空间
 - 11.1.2 瓷砖厚度成我国市场竞争焦点
 - 11.1.3 中国瓷砖企业的核心竞争力的选择
 - 11.1.4 中国瓷砖卫浴企业的竞争战略分析
- 11.2 中国瓷砖市场营销分析
 - 11.2.1 我国瓷砖营销模式发展历程
 - 11.2.2 我国瓷砖营销的两种方法分析
 - 11.2.3 2012年我国瓷砖市场营销态势
 - 11.2.4 我国瓷砖市场的细节经营分析
 - 11.2.5 我国瓷砖行业的渠道模式探析
 - 11.2.6 中国瓷砖市场渠道建设存在的问题及策略
 - 11.2.7 我国瓷砖企业将发展新的经营方式
- 11.3 中国瓷砖企业的经营战略分析

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

第十二章 2013年瓷砖业重点企业分析

- 12.1 上海斯米克控股股份有限公司
 - 12.1.1 公司简介
 - 12.1.2 经营状况分析
- 12.2 冠军建材股份有限公司
 - 12.2.1 公司简介
 - 12.2.2 经营状况分析
- 12.3 广东东鹏陶瓷股份有限公司
 - 12.3.1 公司简介
 - 12.3.2 经营状况分析
- 12.4 杭州诺贝尔集团有限公司
 - 12.4.1 公司简介
 - 12.4.2 经营状况分析
- 12.5 其他企业
 - 12.5.1 广东唯美陶瓷有限公司
 - 12.5.2 广东蒙娜丽莎新型材料集团有限公司
 - 12.5.3 广东新中源陶瓷有限公司
 - 12.5.4 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

- 13.1 中国瓷砖行业发展预测
 - 13.1.1 我国瓷砖行业前景展望
 - 13.1.2 “十二五”我国瓷砖行业发展方向
 - 13.1.3 2014-2018年中国瓷砖行业预测分析
- 13.2 中国瓷砖行业发展趋势分析
 - 13.2.1 环保趋势
 - 13.2.2 高端趋势

- 13.2.3 产区变革
- 13.2.4 电子化趋势
- 13.2.5 网络化趋势
- 13.3 中国瓷砖各品种发展趋势
 - 13.3.1 我国抛光砖行业发展趋向
 - 13.3.2 未来仿古砖市场发展展望
 - 13.3.3 抛晶砖市场发展潜力大

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiancai1401/E647753CI4.html>