

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%。增速居前三位的地区依次是广西、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，生产企业在光泽、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/E647753C14.html>