

中国建筑陶瓷行业发展趋势分析与投资前景调研报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国建筑陶瓷行业发展趋势分析与投资前景调研报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202211/616534.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、建筑陶瓷产量

建筑陶瓷是房屋、道路、给排水和庭园等各种土木建筑工程用的陶瓷制品，按制品材质分为粗陶、精陶、半瓷和瓷质四类；按坯体烧结程度分为多孔性、致密性以及带釉、不带釉制品。其共同特点是强度高、防潮、防火、耐酸、耐碱、抗冻、不老化、不变质、不褪色、易清洁等，并具有丰富的艺术装饰效果。

我国早在新石器时代就发现了原始制陶术，为我国建筑陶瓷的发展奠定基础。现代陶瓷工业源于海外，落地生根后实现快速发展。1993年我国建筑陶瓷产量位居全球第一。1998-1999年，随着原乡镇企业改制为民营企业，企业活力得到增强，建筑陶瓷产量进一步增长。2017年我国建筑陶瓷产量达101.5亿平方米。2018年以来我国建筑陶瓷产量总体呈下降趋势，这主要受上游原燃料成本明显提升，下游房地产需求走弱以及“碳达峰、碳中和”政策背景下各主要产区均受到不同程度的限电、限产及能耗指标的影响。

我国主要陶瓷生产省份能耗政策

地区

时间

政策

内容

四川

2021年7月

《清理固定资产投资项目节能审查工作方案》

对无节能审查手续的“两高”项目要严格按照规定进行整改。

河南

2021年8月

《关于实施重点用能单位节能降碳改造三年行动计划的通知》

力争到2023年,重点用能单位实现节能能力600万吨标准煤/年以上,实现能效提升尽提。

山东

2022年1月

《关于坚决遏制“两高”项目盲目发展促进能源资源高质量配置利用有关事项的通知》

“两高”行业在将原陶瓷行业中增加了卫生陶瓷，严守“两高”行业能耗煤耗只减不增底线,明确了分配各市1500万吨能耗指标的使用原则。

广东

2022年6月

广东省能源局关于广东省十三届人大五次会议第1403号代表建议答复的函

坚决遏制高耗能、高排放、低水平项目盲目发展。

江西

2022年6月

江西省人民政府关于印发江西省"十四五"节能减排综合工作方案的通知

到2025年,全省单位生产总值能源消耗比2020年下降14%,力争达到14.5%,能源消费总量得到合理控制。节能减排政策机制更加健全,重点行业能源利用效率和主要污染物排放控制水平基本达到国内先进水平。

福建

2022年6月

《福建省"十四五"节能减排综合工作实施方案》

到2025年,全省单位地区生产总值能源消耗比2020年下降14%,坚决遏制高耗能高排放项目盲目发展。

广西

2022年6月

坚决遏制"两高"项目盲目发展暨加强能耗双控工作电视电话会议

坚决遏制"两高"项目盲目发展,确保完成今年能耗双控目标和违规"两高"项目清理整改任务。

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、建筑陶瓷消费量

建筑陶瓷通过利用自身的颜色、花纹、质地可以营造出风格迥异的居室环境，展现出用户的个性与品位，是半成品的空间美学材料。建筑陶瓷同时又具有防水、耐磨、耐腐蚀、打理方便，环保等优点，因此受到消费者的喜爱，应用领域不断扩大。我国是建筑陶瓷主要消费国之一，在2015-2020年全球瓷砖前十大消费国中均排名第一，消费量平均占比约39.18%，占据绝对领先地位。

建筑陶瓷优点

优点

具体性能

防水性好

吸水率低，常年使用，绝无变色，而且不留痕迹始终如新，清洁简单，同时防霉防潮，不惧潮雨天气。

超强耐热

瓷砖导热性能好。属于热的良导体，可以用于地暖，同时瓷砖对温度和湿度的适应性能优越
耐磨耐腐蚀

瓷砖是经系统高温烧制而成，表面加。上釉料保护，耐磨性极高。寿命长久，瓷砖在正常情况下基本保用五十年以上使用年限。

易打理

瓷砖表面为高温烧制而成的釉层，污渍完全不能渗透，并且经过抛光处理，表面光滑，清理方便。

艺术性高

陶瓷颜色多变，性能稳定，可以展示出许多不同的效果，不仅可以满足人们对环保的要求，还能展现出用户的个性与品位。

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

三、建筑陶瓷进出口情况

与此同时，我国也依靠产量上的规模优势，长期在全球瓷砖出口国中稳居第一。2015年以来受中美贸易摩擦及疫情等因素影响，我国建筑陶瓷出口量呈下降趋势。2020年我国建筑陶瓷出口量为6.2亿平方米，较上年同比下降19.5%；2021年我国建筑陶瓷出口量为6亿平方米，较上年同比下降3.2%。按出口量统计，我国建筑陶瓷主要出口菲律宾、印度尼西亚和韩国等地，2021年的出口量占比分别为16.04%、11.2%、10.5%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

我国建筑陶瓷进口量显著小于出口量，系与国产品牌相比，进口瓷砖在中国市场面临着消费群体窄、渠道单一、终端营销能力差等硬伤。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

四、建筑陶瓷行业竞争

我国本土龙头陶瓷企业则凭借对消费者喜好的理解，深耕于本土市场形成的口碑、渠道、供应链，再加上成本端的天然优势，在竞争中具备绝对优势。2016-2020年我国房地产开发企业500强首选瓷砖均为国内品牌马可波罗，首选率由17%提升至20%。

2016-2020年我国房地产开发企业500强首选瓷砖品牌

排名

2016年

2017年

2018年

2019年

2020年

品牌名称

首选率

品牌名称

首选率

品牌名称

首选率

品牌名称

首选率

品牌名称

首选率

1

马可波罗

17%

马可波罗

18%

马可波罗

19%

马可波罗

20%

马可波罗

20%

2

东鹏

16%

东鹏

14%

蒙娜丽莎

16%

蒙娜丽莎

17%

蒙娜丽莎

17%

3

诺贝尔

15%

诺贝尔

13%

东鹏

14%

欧神诺

14%

欧神诺

14%

4

新中源

13%

新中源

12%

诺贝尔

12%

东鹏

13%

东鹏

12%

5

欧神诺

12%

蒙娜丽莎

12%

欧神诺

12%

诺贝尔

12%

欧美

10%

6

冠珠

5%

欧神诺

11%

冠珠

8%

欧美

8%

冠珠

7%

7

金意陶

4%

冠珠

4%

新中源

6%

冠珠

4%

能强

6%

8

蒙娜丽莎

4%

金意陶

3%

欧美

3%

全意陶

2%

简一

3%

9

冠珠

3%

欧美

2%

能强

2%

能强

1%

诺贝尔

2%

10

简一

2%

简一

2%

亚细亚

1%

亚细亚

1%

亚细亚

1%

总计

91%

总计

91%

总计

93%

总计

92%

总计

92%

数据来源：公开资料整理

未来，我国建筑陶瓷行业趋向集中。

一方面，头部企业的品牌优势具有较高壁垒：头部企业通常成立时间较早，先发建立品牌认知；头部企业持续的营销、研发费用投入不断强化消费者的品牌认知；头部企业门店广泛的布局进一步增强品牌效应。

头部企业的品牌优势壁垒

壁垒

具体情况

头部企业通常成立时间较早，先发建立品牌认知

瓷砖作为低频刚需消费品，产品本身品牌印记不明显，消费者关注度相比其他家居行业更低。因此在瓷砖品牌走向大众化的过程中，更需要通过前期抢占市场来获得品牌认知。头部企业公司、品牌创立时间大都较早，东鹏于1972年最早创立品牌，唯美瓷砖于1988年成立，蒙娜丽莎于1992年成立，先入为主使消费者建立对品牌的认知。

持续的营销、研发费用投入不断强化消费者的品牌认知

无论是新品研发还是营销推广，资金壁垒正阻碍小企业做品牌渗透。品牌营销是企业不断获得和保持竞争优势的必备手段。瓷砖企业主要通过高铁飞机等公共媒体广告、节目赞助投放、电视广告、KOL媒体投放等方式进行品牌宣传，这需要大额且持续的资金投入，小企业难以支撑。另外，一线品牌每年需投入不菲的研发费用以巩固品牌优势。

门店广泛的布局进一步增强品牌效应

门店广泛的布局不仅增强消费者体验，还从经销网络、第一手信息优势、资源展示等方面进一步增强品牌效应和提高品牌溢价。头部企业都拥有遍布全国、规模庞大、运转高效的经销网络，门店覆盖了绝大部分省份和大部分省地市级城市。庞大的经销网络一方面开展门店零售，直接触达消费者，第一时间获悉市场趋势和喜好巩固公司的产品优势；另一方面，能够在当地第一时间获得工程信息，包括工装、家装、设计师和单体工程等，在当地拥有资源和门店产品展示，为用户提供贴身服务。

资料来源：观研天下整理

另一方面，受行业环境变化、政策调控的影响下，国内建筑陶瓷行业竞争白热化，行业面临较大经营压力，平均每年均有15%-20%的陶瓷企业处于亏损状态，平均每年均有近100家陶瓷企业淘汰退出。环保、能耗要求提高下预计未来建筑陶瓷企业还需要投入大量的资金进行节能减耗改造，以减少单位碳排放量。对于低利润、低附加值、低效益的陶瓷企业来说，未来将面临更严峻的成本考验和生存压力。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《中国建筑陶瓷行业发展趋势分析与投资前景调研报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面

了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国建筑陶瓷行业发展概述

第一节 建筑陶瓷行业发展情况概述

一、建筑陶瓷行业相关定义

二、建筑陶瓷特点分析

三、建筑陶瓷行业基本情况介绍

四、建筑陶瓷行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、建筑陶瓷行业需求主体分析

第二节 中国建筑陶瓷行业生命周期分析

一、建筑陶瓷行业生命周期理论概述

二、建筑陶瓷行业所属的生命周期分析

第三节 建筑陶瓷行业经济指标分析

一、建筑陶瓷行业的赢利性分析

二、建筑陶瓷行业的经济周期分析

三、建筑陶瓷行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球建筑陶瓷行业市场发展现状分析

第一节 全球建筑陶瓷行业发展历程回顾

第二节全球建筑陶瓷行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲建筑陶瓷行业地区市场分析

- 一、亚洲建筑陶瓷行业市场现状分析
- 二、亚洲建筑陶瓷行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲建筑陶瓷行业市场前景分析

第四节北美建筑陶瓷行业地区市场分析

- 一、北美建筑陶瓷行业市场现状分析
- 二、北美建筑陶瓷行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美建筑陶瓷行业市场前景分析

第五节欧洲建筑陶瓷行业地区市场分析

- 一、欧洲建筑陶瓷行业市场现状分析
- 二、欧洲建筑陶瓷行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲建筑陶瓷行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界建筑陶瓷行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球建筑陶瓷行业市场规模预测

第三章 中国建筑陶瓷行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对建筑陶瓷行业的影响分析

第三节中国建筑陶瓷行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对建筑陶瓷行业的影响分析

第五节中国建筑陶瓷行业产业社会环境分析

第四章 中国建筑陶瓷行业运行情况

第一节中国建筑陶瓷行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国建筑陶瓷行业市场规模分析

- 一、影响中国建筑陶瓷行业市场规模的因素
- 二、中国建筑陶瓷行业市场规模
- 三、中国建筑陶瓷行业市场规模解析

第三节中国建筑陶瓷行业供应情况分析

一、中国建筑陶瓷行业供应规模

二、中国建筑陶瓷行业供应特点

第四节中国建筑陶瓷行业需求情况分析

一、中国建筑陶瓷行业需求规模

二、中国建筑陶瓷行业需求特点

第五节中国建筑陶瓷行业供需平衡分析

第五章 中国建筑陶瓷行业产业链和细分市场分析

第一节中国建筑陶瓷行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、建筑陶瓷行业产业链图解

第二节中国建筑陶瓷行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对建筑陶瓷行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对建筑陶瓷行业的影响分析

第三节我国建筑陶瓷行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国建筑陶瓷行业市场竞争分析

第一节中国建筑陶瓷行业竞争现状分析

一、中国建筑陶瓷行业竞争格局分析

二、中国建筑陶瓷行业主要品牌分析

第二节中国建筑陶瓷行业集中度分析

一、中国建筑陶瓷行业市场集中度影响因素分析

二、中国建筑陶瓷行业市场集中度分析

第三节中国建筑陶瓷行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国建筑陶瓷行业模型分析

第一节中国建筑陶瓷行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国建筑陶瓷行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国建筑陶瓷行业SWOT分析结论

第三节中国建筑陶瓷行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国建筑陶瓷行业需求特点与动态分析

第一节中国建筑陶瓷行业市场动态情况

第二节中国建筑陶瓷行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节建筑陶瓷行业成本结构分析

第四节建筑陶瓷行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国建筑陶瓷行业价格现状分析

第六节中国建筑陶瓷行业平均价格走势预测

- 一、中国建筑陶瓷行业平均价格趋势分析
- 二、中国建筑陶瓷行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国建筑陶瓷行业所属行业运行数据监测

第一节中国建筑陶瓷行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国建筑陶瓷行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国建筑陶瓷行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国建筑陶瓷行业区域市场现状分析

第一节中国建筑陶瓷行业区域市场规模分析

- 一、影响建筑陶瓷行业区域市场分布的因素
- 二、中国建筑陶瓷行业区域市场分布

第二节中国华东地区建筑陶瓷行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区建筑陶瓷行业市场分析
 - (1) 华东地区建筑陶瓷行业市场规模
 - (2) 华南地区建筑陶瓷行业市场现状
 - (3) 华东地区建筑陶瓷行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析

三、华中地区建筑陶瓷行业市场分析

- (1) 华中地区建筑陶瓷行业市场规模
- (2) 华中地区建筑陶瓷行业市场现状
- (3) 华中地区建筑陶瓷行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区建筑陶瓷行业市场分析

- (1) 华南地区建筑陶瓷行业市场规模
- (2) 华南地区建筑陶瓷行业市场现状
- (3) 华南地区建筑陶瓷行业市场规模预测

第五节华北地区建筑陶瓷行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区建筑陶瓷行业市场分析

- (1) 华北地区建筑陶瓷行业市场规模
- (2) 华北地区建筑陶瓷行业市场现状
- (3) 华北地区建筑陶瓷行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区建筑陶瓷行业市场分析

- (1) 东北地区建筑陶瓷行业市场规模
- (2) 东北地区建筑陶瓷行业市场现状
- (3) 东北地区建筑陶瓷行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区建筑陶瓷行业市场分析

- (1) 西南地区建筑陶瓷行业市场规模
- (2) 西南地区建筑陶瓷行业市场现状
- (3) 西南地区建筑陶瓷行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区建筑陶瓷行业市场分析

- (1) 西北地区建筑陶瓷行业市场规模
- (2) 西北地区建筑陶瓷行业市场现状
- (3) 西北地区建筑陶瓷行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国建筑陶瓷行业市场规模区域分布预测

第十一章 建筑陶瓷行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国建筑陶瓷行业发展前景分析与预测

第一节中国建筑陶瓷行业未来发展前景分析

一、建筑陶瓷行业国内投资环境分析

二、中国建筑陶瓷行业市场机会分析

三、中国建筑陶瓷行业投资增速预测

第二节中国建筑陶瓷行业未来发展趋势预测

第三节中国建筑陶瓷行业规模发展预测

一、中国建筑陶瓷行业市场规模预测

二、中国建筑陶瓷行业市场规模增速预测

三、中国建筑陶瓷行业产值规模预测

四、中国建筑陶瓷行业产值增速预测

五、中国建筑陶瓷行业供需情况预测

第四节中国建筑陶瓷行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国建筑陶瓷行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国建筑陶瓷行业进入壁垒分析

一、建筑陶瓷行业资金壁垒分析

二、建筑陶瓷行业技术壁垒分析

三、建筑陶瓷行业人才壁垒分析

四、建筑陶瓷行业品牌壁垒分析

五、建筑陶瓷行业其他壁垒分析

第二节建筑陶瓷行业风险分析

一、建筑陶瓷行业宏观环境风险

二、建筑陶瓷行业技术风险

三、建筑陶瓷行业竞争风险

四、建筑陶瓷行业其他风险

第三节中国建筑陶瓷行业存在的问题

第四节中国建筑陶瓷行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国建筑陶瓷行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国建筑陶瓷行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国建筑陶瓷行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 建筑陶瓷行业营销策略分析

一、建筑陶瓷行业产品策略

二、建筑陶瓷行业定价策略

三、建筑陶瓷行业渠道策略

四、建筑陶瓷行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202211/616534.html>