

# 2008-2009年中国瓷砖行业研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2009年中国瓷砖行业研究咨询报告》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://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/2780027800.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

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

【英文版价】15000元【英文电子】16000元【交付方式】EMS特快专递 内容简介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。本研究咨询报告由咨询公司领衔撰写，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研究分析。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CONTENTS
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 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 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 二、2008年瓷砖行业成本压力分析	186 一、2008年上半年瓷砖业发展情况
193 四、2008年瓷砖国内各地报价情况	190 三、2008年我国瓷砖市场价格走势
197 一、能净化空气的瓷砖	196 第三节 2008年瓷砖市场流行新产品
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
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
309二、2008年奥运场馆应用		309一、企业概况
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		
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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/2780027800.html>