

2016-2022年中国瓷砖市场 深度研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国瓷砖市场深度研究与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/jiancai/6684770007.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

瓷砖在家居装饰中是引领潮流的时尚材料。20世纪90年代中后期，瓷砖进入厨房、卫生间，形成厨卫墙地一体化的消费潮流。21世纪瓷砖市场细化、个性鲜明、风格独特等特点使瓷片市场不断丰富多变，引领市场时尚潮流。

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。2014年全球陶瓷砖的生产、消费均出现两位数的增长。

我国瓷砖经过几十年的发展也取得了不错的成就，并逐步形成了广东、山东、福建、江西及四川五大产区的格局。且整个瓷砖市场高、中、低市场呈金字塔状，其中高端市场占10%（上海、广州、北京可达到20%），中端市场占30%、低端市场占60%。

由于中国近年来房地产业空前发展，紧紧围绕着房产伴生的建筑墙、地瓷砖市场需求巨大。2011年全国陶瓷砖产量87.01亿平方米，同比增长了14.85%。2014年全国陶瓷砖产量106.13亿平方米，结束了十年来两位数的增长时代，增速大幅度回落至个位数，全年产量增长3.3%。

随着经济的发展，个人收入和欣赏品味的提高，中高端瓷砖产品需求不断扩大。并且，随着基础设施改造、居民住房建设的投资日益增加，伴随GDP的稳步增长，普通民众的收入也不断增加，且开始讲究装饰住房，瓷砖等建材商品需求日益上升，未来瓷砖市场前景广阔，特别是近年较为流行的仿古砖及全抛釉瓷砖产品。

《2016-2022年中国瓷砖市场深度研究与战略咨询报告》由智研咨询公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了瓷砖行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国瓷砖做了重点企业经营状况分析，并分析了中国瓷砖行业发展前景预测。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。

报告目录：

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 2011-2012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 (ZY XH)

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 2011-2013年中国瓷砖行业发展概况

3.1 2011-2013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

3.5.1 我国瓷砖业发展存在的挑战

3.5.2 我国瓷砖产品市场混乱

3.5.3 中国瓷砖市场的六大弊端解析

3.5.4 我国瓷砖业需转变的观念

第四章 2011-2013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 (ZY XH)
 - 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 2011-2013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 2011-2013年其他瓷砖细分产品发展分析

6.1 全抛釉

- 6.1.1 全抛釉简介
- 6.1.2 全抛釉市场成长阶段分析
- 6.1.3 我国全抛釉市场发展现状
- 6.1.4 我国全抛釉产品的定位分析
- 6.1.5 我国全抛釉市场营销模式解析
- 6.1.6 我国全抛釉市场终端销售策略

6.2 外墙砖

- 6.2.1 外墙砖概念及基本特点
- 6.2.2 中国外墙砖发展形势分析
- 6.2.3 2012年湖北当阳外墙砖发展良好
- 6.2.4 我国外墙砖市场发展新方向
- 6.2.5 我国外墙砖发展面临阻碍

6.3 微晶石

- 6.3.1 微晶石基本介绍
- 6.3.2 我国微晶石市场逐渐走俏
- 6.3.3 中国微晶石技术取得新进展
- 6.3.4 我国微晶石发展面临的挑战及机遇

第七章 2010-2012年中国瓷砖产品产量数据分析

- 7.1 2010年-2012年全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 7.1.1 2010年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 7.1.2 2011年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析
 - 7.1.3 2012年1-12月全国及主要省份瓷质砖产量分析
- 7.2 2010年-2012年全国及主要省份炻瓷砖产量分析

- 7.2.1 2010年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 7.2.2 2011年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 7.2.3 2012年1-12月全国及主要省份炻瓷砖产量分析
- 7.3 2010年-2012年全国及主要省份细炻砖产量分析
 - 7.3.1 2010年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析 (ZYXH)
 - 7.3.2 2011年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析
 - 7.3.3 2012年1-12月全国及主要省份细炻砖产量分析
- 7.4 2010年-2012年全国及主要省份炻质砖产量分析
 - 7.4.1 2010年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析
 - 7.4.2 2011年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析
 - 7.4.3 2012年1-12月全国及主要省份炻质砖产量分析
- 7.5 2010年-2012年全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 7.5.1 2010年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 7.5.2 2011年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析
 - 7.5.3 2012年1-12月全国及主要省份陶质砖产量分析

第八章 2011-2013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年广东瓷砖市场发展环境良好
 - 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 2011-2013年中国瓷砖行业对外贸易分析

9.1 2011-2013年中国瓷砖进出口分析

9.1.1 中国瓷砖出口增长迅猛

9.1.2 2011年我国瓷砖出口状况

9.1.3 2012年我国瓷砖出口现状

9.1.4 2012年我国进口瓷砖现状

9.1.5 2013年1-2月瓷砖出口概况

9.2 2011-2013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 2011-2013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
 - 10.3.1 瓷砖品牌建立形象店需注意的问题
 - 10.3.2 我国瓷砖市场品牌凸显的问题及策略分析
 - 10.3.3 中国瓷砖行业的品牌战略选择
 - 10.3.4 我国瓷砖企业的品牌化发展对策

第十一章 2011-2013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解析
 - 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 2011-2013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 2011年1-12月斯米克经营状况分析
 - 12.1.3 2012年1-12月斯米克经营状况分析
 - 12.1.4 2013年1-3月斯米克经营状况分析
- 12.2 冠军建材股份有限公司
 - 12.2.1 公司简介
 - 12.2.2 2011年1-12月冠军建材经营状况
 - 12.2.3 2012年1-12月冠军建材经营状况分析
 - 12.2.4 2013年1-3月冠军建材经营状况分析（ZY XH）
- 12.3 广东东鹏陶瓷股份有限公司
 - 12.3.1 公司简介
 - 12.3.2 东鹏瓷砖发展历程
 - 12.3.3 2012年东鹏推出瓷砖新品
 - 12.3.4 东鹏全力打造民族品牌
- 12.4 杭州诺贝尔集团有限公司
 - 12.4.1 公司简介
 - 12.4.2 诺贝尔瓷砖产能投建状况
 - 12.4.3 2012年底诺贝尔新子公司投产
 - 12.4.4 诺贝尔瓷砖销售渠道分析
- 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 2016-2022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（部分）：

- 图表1 2011年世界各地陶瓷砖生产制造状况
- 图表2 2007-2011年世界陶瓷砖生产制造国（地区）前19强
- 图表3 2007-2011年世界瓷砖生产制造国/地区20-30强
- 图表4 世界各地陶瓷砖消费状况
- 图表5 2007-2011年世界陶瓷砖消费国前19强
- 图表6 2007-2011年世界陶瓷砖进口国前20强
- 图表7 2011年世界各地陶瓷砖出口状况
- 图表8 2007-2011年世界陶瓷砖出口国前15强
- 图表9 2011年德国陶瓷砖消费与进口
- 图表10 2011年意大利瓷砖出口各地区比例
- 图表11 2010-2011年意大利瓷砖出口市场排名
- 图表12 2010年西班牙对各地区陶瓷砖出口比例
- 图表13 2009-2010年西班牙陶瓷砖出口市场统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/6684770007.html>