

2016-2022年中国瓷砖胶行业全景调研及发展趋势研究报告

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年中国瓷砖胶行业全景调研及发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/jiancai/U72719W54G.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

瓷砖胶又称陶瓷砖粘合剂，主要用于粘贴瓷砖、面砖、地砖等装饰材料，广泛适用于内外墙面、地面、浴室、厨房等建筑的饰面装饰场所。其主要特点是粘接强度高、耐水、耐冻融、老化性能好及施工方便，是一种非常理想的粘结材料。

瓷砖胶又称瓷砖粘合剂或粘结剂、粘胶泥等多种叫法，是现代装潢的新型材料，替代了传统水泥黄沙，胶粘结力是水泥砂浆的数倍能有效粘贴大型的瓷砖石材，避免掉砖的风险。良好的柔韧性，防止生产空鼓。本产品是一种聚合物改性的水泥基瓷砖胶，分成1号（普通型）、2号（增强型）和3号（较大尺寸瓷砖或大理石）等品种。

瓷砖胶中含有多种添加剂，具体是瓷砖胶的功能性。一般瓷砖胶中添加了提供保水和增稠作用的纤维素醚，以及提供增加瓷砖胶粘接力的乳胶粉，乳胶粉最常见的有醋酸乙烯/乙烯酯共聚物、月桂酸乙烯/乙烯/氯乙烯共聚物、丙烯酸类等添加剂，乳胶粉的添加能够大大增加瓷砖胶的柔性以及改善应力的作用，增加柔韧性。另外一些特殊功能要求的瓷砖胶则添加其他类添加剂，比如添加木质纤维能够提高砂浆的抗开裂性和提高开放时间，添加改性淀粉醚提供砂浆抗滑移性能，添加早强剂使得瓷砖胶更快提升强度，添加憎水剂以降低吸水率提供防水作用等。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国瓷砖胶行业全景调研及发展趋势研究报告》共十六章。首先介绍了瓷砖胶行业市场发展环境、瓷砖胶整体运行态势等，接着分析了瓷砖胶行业市场运行的现状，然后介绍了瓷砖胶市场竞争格局。随后，报告对瓷砖胶做了重点企业经营状况分析，最后分析了瓷砖胶行业发展趋势与投资预测。您若想对瓷砖胶产业有个系统的了解或者想投资瓷砖胶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 2015年全球瓷砖胶行业品牌市场深度研究 12

1.1 2015年全球瓷砖胶行业品牌市场总况 12

1.1.1 瓷砖胶行业品牌发展现状 12

1.1.2 瓷砖胶行业品牌数量及增长 12

1.1.3 瓷砖胶行业品牌市场规模及增长 12

- 1.1.4 瓷砖胶行业品牌市场渗透情况分析 13
- 1.2 2015年全球瓷砖胶行业品牌市场消费调研 13
 - 1.2.1 消费群体特征 13
 - 1.2.2 瓷砖胶行业品牌市场销售排名 14
 - 1.2.3 瓷砖胶行业品牌市场份额 14
 - 1.2.4 瓷砖胶行业品牌认知情况 15
 - 1.2.5 瓷砖胶行业品牌产品市场推广策略 15
 - 1.2.6 瓷砖胶行业品牌产品进入中国市场途径 17
- 1.3 2015年全球瓷砖胶行业品牌市场营销分析 19
 - 1.3.1 2015年全球瓷砖胶行业品牌市场营销特点 19
 - 1.3.2 2015年全球瓷砖胶行业品牌市场营销渠道分析 20
 - 1.3.3 2015年全球瓷砖胶行业品牌市场营销模式分析 22

第二章 2015年中国瓷砖胶行业品牌市场运营环境分析 26

- 2.1 经济环境 26
 - 1.1.1 国民经济运行情况gdp 26
 - 1.1.2 消费价格指数cpi、ppi 26
 - 1.1.3 全国居民收入情况 27
 - 1.1.4 恩格尔系数 28
 - 1.1.7 财政收支状况 29
 - 1.1.8 社会消费品零售总额 33
- 2.2 瓷砖胶行业品牌市场环境分析 35
- 2.3 消费环境 36
- 2.4 人文环境分析 39
 - 1.1.1 消费观念 39
 - 1.1.2 文俗的影响 41
 - 1.1.3 中国城镇化率 42

第三章 2015年中国瓷砖胶行业品牌研究 44

- 3.1 中国瓷砖胶行业品牌发展 44
 - 3.1.1 区域品牌 44
 - 3.1.2 行业品牌 44

- 3.1.3 企业品牌 44
- 3.1.4 自主品牌 44
- 3.2 2015年中国瓷砖胶市场品牌结构研究 45
 - 3.2.1 各种经营业态市场结构 45
 - 3.2.2 品牌市场结构 46
 - 3.2.3 区域市场结构 46
- 3.3 中国瓷砖胶品牌间的竞争力调查 47
 - 3.3.1 品牌数量及来源地调查 47
 - 3.3.2 单一品牌商场覆盖率调查 47
 - 3.3.3 品牌渗透情况调查 47
 - 3.3.4 品牌销售力及市场潜力调查 48
- 中篇 中国瓷砖胶行业品牌市场深度研究 54

第四章 2015年中国瓷砖胶行业品牌排名状况 54

- 4.1 瓷砖胶产品品牌市场销售额前十名排名情况 54
- 4.2 瓷砖胶产品品牌市场竞争力前十名排名情况 54
- 4.3 瓷砖胶产品品牌市场发展潜力前十名排名情况 55

第五章 2015年中国瓷砖胶品牌结构及细分市场深度研究 56

- 5.1 2015年中国瓷砖胶整体市场品牌结构 56
 - 1.1.1 年度品牌结构 56
 - 1.1.2 季度品牌结构 56
- 5.2 2015年中国瓷砖胶细分市场品牌结构 57
- 5.3 2015年中国瓷砖胶产品品牌结构分析 57
 - 5.3.1 产品品牌价格结构 57
 - 5.3.2 不同类型 58
 - 5.3.3 重点类型对比分析 58

第六章 2015年中国瓷砖胶品牌价格走势与主流厂商剖析 60

- 6.1 2015年中国瓷砖胶价格走势研究 60
 - 6.1.1 整体市场价格走势 60
 - 6.1.2 细分市场价格走势 60

6.2 2015年中国瓷砖胶主流品牌厂商 61

6.2.1 主流品牌结构对比 61

6.2.2 产品品牌结构对比 62

第七章 2015年中国品牌瓷砖胶市场价格监测结果 63

7.1 价格形成机制分析研究 63

7.2 2015年中国瓷砖胶品牌市场价格调查结果 64

7.3 2016-2022年中国瓷砖胶品牌价格走势 64

7.4 2016-2022年中国瓷砖胶消费现状和未来消费发展趋势 65

第八章 2015年中国瓷砖胶行业品牌市场消费调研 68

8.1 中国瓷砖胶市场消费需求调研 68

8.1.1 瓷砖胶市场的消费需求变化 68

8.1.2 瓷砖胶行业的需求情况分析 68

8.1.3 2013-2015年瓷砖胶产品品牌市场消费需求分析 68

8.2 中国瓷砖胶消费市场状况考察 69

8.2.1 瓷砖胶行业消费特点 69

8.2.2 瓷砖胶消费者分析 69

8.2.3 瓷砖胶消费结构分析 70

8.2.4 瓷砖胶消费的市场变化 70

8.2.5 瓷砖胶市场的消费方向 71

8.3 消费者使用瓷砖胶品牌产品基本情况调查 71

8.4.1 消费者使用瓷砖胶产品的比例分析 71

8.4.2 消费者使用的瓷砖胶产品的品牌排名分析 71

8.4.3 消费者对其使用的瓷砖胶产品的满意度分析 72

8.4.4 消费者对其使用的瓷砖胶产品的不满意的地方分析 72

8.4 消费者将来准备或者继续使用瓷砖胶产品的情况分析 73

8.5.1 没有或者曾经使用过瓷砖胶产品的消费者准备重新使用比例分析 73

8.5.2 现在正在使用的或者准备使用瓷砖胶产品的消费者继续使用比例分析 73

8.5.3 消费者认为可能成为购买瓷砖胶产品契机的广告形式分析 74

8.5.4 消费者在购买瓷砖胶产品时将会做为参考的信息来源分析 74

8.5.5 消费者在购买瓷砖胶产品时所重视的要素分析 75

- 8.5.6 消费者想要购买的瓷砖胶产品的品牌排名分析 75
- 8.5.7 消费者感兴趣的瓷砖胶产品品牌排名分析 76
- 8.5 瓷砖胶厂商的品牌推广情况研究 76
- 8.6.1 消费者眼里各大瓷砖胶产品厂商的品牌形象情况 76
- 8.6.2 消费者认为最近强烈关注某瓷砖胶产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况 77

第九章 2015年中国瓷砖胶行业品牌营销策略及渠道考察 79

- 9.1 2015年中国瓷砖胶行业品牌市场营销特点 79
- 9.2 营销分析与营销模式推荐 79
 - 9.2.1 渠道构成 79
 - 9.2.2 销售贡献比率 80
 - 9.2.3 覆盖率 80
 - 9.2.4 销售渠道效果 81
 - 9.2.5 价值流程结构 81
- 9.3 2015年中国瓷砖胶市场渠道分析 82
 - 9.3.1 瓷砖胶市场主要渠道类型分析 82
 - 9.3.2 瓷砖胶市场主要营销模式分析 82
 - 9.3.3 瓷砖胶市场主要营销策略分析 84

第十章 2013-2015年中国瓷砖胶品牌销售渠道实地调研 85

- 10.1 批发商 85
 - 10.1.1 渠道特点 85
 - 10.1.2 销售状况 85
 - 10.1.3 消费人群 85
 - 10.1.4 销售策略 86
- 10.2 经销商（代理商） 86
 - 10.2.1 渠道特点 86
 - 10.2.2 销售状况 86
 - 10.2.3 消费人群 87
 - 10.2.4 销售策略 88
- 10.3 零售商 88
 - 10.3.1 渠道特点 88

- 10.3.2 销售状况 89
- 10.3.3 消费人群 89
- 10.3.4 销售策略 89
- 10.4 网络营销模式-网店 91
- 10.4.1 渠道特点 91
- 10.4.2 销售状况 92
- 10.4.3 消费人群 92
- 10.4.4 销售策略 92

第十一章 2015年中国瓷砖胶品牌市场竞争格局调查研究 94

- 11.1 2015年中国瓷砖胶品牌市场竞争格局分析 94
- 11.1.1 竞争环境分析 94
- 11.1.2 竞争程度 94
- 11.1.3 竞争影响因素 95
- 11.1.4 外资品牌进入对国内品牌的冲击 95
- 11.1.5 中国本土品牌竞争优势 95
- 11.2 中国瓷砖胶行业集中度研究 97
- 11.3 中国瓷砖胶行业竞争结构研究 97
- 11.3.1 现有企业间竞争调研 97
- 11.3.2 潜在进入者调研 97
- 11.3.3 替代品调研 98
- 11.3.4 供应商议价能力调研 98
- 11.3.5 客户议价能力调研 98

第十二章 中国瓷砖胶市场品牌竞争力评价 99

- 12.1 中国瓷砖胶市场品牌竞争力评价 99
- 12.1.1 品牌竞争力评价指标体系 99
- 12.1.2 品牌竞争力评价 100
- 12.2 中国瓷砖胶市场品牌竞争力提升策略 101
- 12.2.1 中国瓷砖胶品牌定位分析 101
- 12.2.2 中国瓷砖胶企业品牌管理模式 101
- 12.2.3 中国瓷砖胶企业品牌推广经验 105

第十三章 2011-2015年瓷砖胶外资品牌市场销售状况同比分析 106

13.1 波士胶 106

13.1.1 品牌竞争力分析 106

13.1.2 品牌市场营销策略 106

13.1.3 品牌市场份额 106

13.2 圣戈班伟伯 107

13.2.1 品牌竞争力分析 107

13.2.2 品牌市场营销策略 107

13.2.3 品牌市场份额 107

13.3 马贝 108

13.3.1 品牌竞争力分析 108

13.3.2 品牌市场营销策略 109

13.3.3 品牌市场份额 109

13.4 汉高 111

13.4.1 品牌竞争力分析 111

13.4.2 品牌市场营销策略 111

13.4.3 品牌市场份额 112

13.5 雷帝 113

13.5.1 品牌竞争力分析 113

13.5.2 品牌市场营销策略 113

13.5.3 品牌市场份额 114

13.6 德高 114

13.6.1 品牌竞争力分析 114

13.6.2 品牌市场营销策略 115

13.6.3 品牌市场份额 115

第十四章 2011-2015年瓷砖胶国内品牌市场销售状况同比分析 117

14.1 能高共建(中国)集团 117

14.1.1 品牌市场占有率 117

14.1.2 品牌经营状况调研 117

14.1.3 品牌竞争优势 118

- 14.1.4 消费群体调查 118
- 14.1.5 品牌未来发展策略 118
- 14.2 广州多邦 119
 - 14.2.1 品牌市场占有率 119
 - 14.2.2 品牌经营状况调研 119
 - 14.2.3 品牌竞争优势 120
 - 14.2.4 消费群体调查 120
 - 14.2.5 品牌未来发展策略 120
- 14.3 郑州筑邦建材有限公司 120
 - 14.3.1 品牌市场占有率 120
 - 14.3.2 品牌经营状况调研 121
 - 14.3.3 品牌竞争优势 121
 - 14.3.4 消费群体调查 121
 - 14.3.5 品牌未来发展策略 122
- 14.4 上海牛元 122
 - 14.4.1 品牌市场占有率 122
 - 14.4.2 品牌经营状况调研 123
 - 14.4.3 品牌竞争优势 123
 - 14.4.4 消费群体调查 124
 - 14.4.5 品牌未来发展策略 124
- 14.5 北京希凯世纪建材有限公司 124
 - 14.5.1 品牌市场占有率 124
 - 14.5.2 品牌经营状况调研 125
 - 14.5.3 品牌竞争优势 125
 - 14.5.4 消费群体调查 125
 - 14.5.5 品牌未来发展策略 126
- 14.6 湖南威邦建材有限公司 126
 - 14.6.1 品牌市场占有率 126
 - 14.6.2 品牌经营状况调研 127
 - 14.6.3 品牌竞争优势 127
 - 14.6.4 消费群体调查 127
 - 14.6.5 品牌未来发展策略 127

- 14.7 天津市裕川干粉砂浆有限公司 127
 - 14.7.1 品牌市场占有率 127
 - 14.7.2 品牌经营状况调研 128
 - 14.7.3 品牌竞争优势 128
 - 14.7.4 消费群体调查 128
 - 14.7.5 品牌未来发展策略 129
- 14.8 唐山盾石干粉建材有限责任公司 129
 - 14.8.1 品牌市场占有率 129
 - 14.8.2 品牌经营状况调研 130
 - 14.8.3 品牌竞争优势 130
 - 14.8.4 消费群体调查 130
 - 14.8.5 品牌未来发展策略 131
- 14.9 北京东方雨虹防水技术股份有限公司 131
 - 14.9.1 品牌市场占有率 131
 - 14.9.2 品牌经营状况调研 132
 - 14.9.3 品牌竞争优势 132
 - 14.9.4 消费群体调查 132
 - 14.9.5 品牌未来发展策略 133
- 14.10 华润千禧 133
 - 14.10.1 品牌市场占有率 133
 - 14.10.2 品牌经营状况调研 134
 - 14.10.3 品牌竞争优势 134
 - 14.10.4 消费群体调查 134
 - 14.10.5 品牌未来发展策略 134
- 下篇 瓷砖胶行业品牌销售前景及投资商机预测 136

第十五章 2016-2022年中国瓷砖胶行业市场消费前景及趋势预测 136

- 15.1 2016-2022年中国瓷砖胶品牌行业发展前景展望 136
 - 1.1.1 国内市场发展前景 136
 - 1.1.2 瓷砖胶品牌市场空间预测 136
- 15.2 2016-2022年中国瓷砖胶品牌行业发展趋势研究 137
- 15.3 2016-2022年中国瓷砖胶品牌行业市场盈利空间预测 138

第十六章 2016-2022年中国瓷砖胶行业品牌投资战略研究 139 (ZY GXH)

16.1 2016-2022年中国瓷砖胶行业品牌投资概况 139

16.1.1 投资环境分析 139

16.1.2 投资模式 139

16.2 2016-2022年中国瓷砖胶行业品牌投资机会剖析 139

16.2.1 投资热点 139

16.2.2 投资商机 140

16.2.3 投资潜力 140

16.3 2016-2022年中国瓷砖胶行业品牌投资风险预警 141

16.3.1 市场风险 141

16.3.2 竞争风险 141

16.3.3 品牌风险 141

16.3.4 技术创新风险 141

16.4 专家投资观点 141 (ZY GXH)

图表目录：

图表1 瓷砖胶行业品牌数量及增长 6

图表2 2009-2015年我国瓷砖胶行业品牌市场规模及增长 7

图表3 2015年瓷砖胶行业品牌市场销售前十名 8

图表4 2015年瓷砖胶行业品牌市场份额 8

图表5 渠道结构示意图 14

图表6 各营销渠道销售份额对比 16

图表7 2009-2015年中国gdp总量及增长趋势图 20

图表8 2015年中国月度cpi、ppi指数走势图 21

图表9 2009-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图 21

图表10 2009-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图 22

图表11 1978-2015年中国城乡居民恩格尔系数走势图 23

图表12 2009-2015年我国财政收入支出走势图 单位：亿元 27

图表13 2009-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图 28

图表14 2001-2015年我国广播和电视综合人口覆盖率走势图 35

图表15 1990-2015年中国城镇化率走势图 36

- 图表16 品牌数量及来源地调查 41
- 图表17 企业营销力组成结构 42
- 图表18 瓷砖胶产品品牌市场销售额前十名（数据参照1.2.2） 48
- 图表19 瓷砖胶产品品牌市场竞争力前十名 48
- 图表20 瓷砖胶产品品牌市场发展潜力前十名 49
- 图表21 2015年中国市场最受用户关注的十大瓷砖胶品牌分布（关注度） 50
- 图表22 2015年中国市场最受用户关注的十大瓷砖胶品牌分布 50
- 图表23 2015年中国市场最受用户关注的国内外瓷砖胶品牌分布 51
- 图表24 2015年瓷砖胶市场不同价位段产品关注比例分布 51
- 图表25 重点品牌优劣势对比 52
- 图表26 2011-2015年中国瓷砖胶整体价格走势（元/吨） 54
- 图表27 2011-2015年中国瓷砖胶细分市场价格走势（元/吨） 54
- 图表28 2015年中国瓷砖胶市场主流品牌关注比例走势 55
- 图表29 2015年中国瓷砖胶市场主流品牌市售产品数量对比（款） 55
- 图表30 2015年中国瓷砖胶整体市场品牌关注比例走势 56
- 图表31 2015年中国瓷砖胶整体市场品牌市售产品数量对比（款） 56
- 图表32 2016-2022年中国瓷砖胶品牌价格走势（元/吨） 58
- 图表33 2009-2015年我国瓷砖胶需求量统计 62
- 图表34 消费者使用瓷砖胶产品的比例 65
- 图表35 消费者使用的瓷砖胶产品的品牌排名 65
- 图表36 消费者对其使用的瓷砖胶产品的满意度 66
- 图表37 消费者对其使用的瓷砖胶产品的不满意的地方 66
- 图表38 没有或者曾经使用过瓷砖胶产品的消费者准备重新使用比例 67
- 图表39 现在正在使用的或者准备使用瓷砖胶产品的消费者继续使用比例 67
- 图表40 消费者认为可能成为购买瓷砖胶产品契机的广告形式 68
- 图表41 消费者在购买瓷砖胶产品时将会做为参考的信息来源 68
- 图表42 消费者在购买瓷砖胶产品时所重视的要素 69
- 图表43 消费者想要购买的瓷砖胶产品的品牌排名 69
- 图表44 消费者感兴趣的瓷砖胶产品品牌排名 70
- 图表45 消费者眼里各大瓷砖胶产品厂商的品牌形象（满分10分） 70
- 图表46 消费者认为最近强烈关注某瓷砖胶产品品牌的五种信息途径 71
- 图表47 瓷砖胶渠道销售贡献比率 74

- 图表48 瓷砖胶渠道覆盖率 74
- 图表49 价值流程结构图 76
- 图表50 “四位一体”企业品牌竞争力指数理论模型 93
- 图表51 2011-2015年波士胶品牌销售额及市场份额 101
- 图表52 2011-2015年圣戈班伟伯品牌销售额及市场份额 102
- 图表53 2011-2015年马贝品牌销售额及市场份额 104
- 图表54 2011-2015年汉高品牌销售额及市场份额 107
- 图表55 2011-2015年雷帝品牌销售额及市场份额 108
- 图表56 2011-2015年德高品牌销售额及市场份额 109
- 图表57 2011-2015年能高品牌销售额及市场份额 111
- 图表58 2011-2015年多邦品牌销售额及市场份额 113
- 图表59 2011-2015年筑邦品牌销售额及市场份额 115
- 图表60 2011-2015年牛元品牌销售额及市场份额 116
- 图表61 2011-2015年希凯世纪品牌销售额及市场份额 118
- 图表62 2011-2015年威邦品牌销售额及市场份额 120
- 图表63 2011-2015年裕川品牌销售额及市场份额 122
- 图表64 2011-2015年盾石品牌销售额及市场份额 123
- 图表65 2011-2015年东方雨虹品牌销售额及市场份额 125
- 图表66 2011-2015年华润千禧品牌销售额及市场份额 127

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/U72719W54G.html>