

2024-2030年中国瓷砖行业 发展态势与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国瓷砖行业发展态势与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202310/415607.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

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%。

“十三五”期间，我国陶瓷砖产量减少15%左右；出口量、出口额下降超过4成，平均出口单价下降10%。2021年，全国陶瓷砖实际产量89亿m²（国家统计局口径为110.27亿m²，按20%贴牌重复计算），比上年同期增长4.58%；主营业务收入累计3,457.84亿元，比上年同期增长11.1%。2021年全国陶瓷砖平均价格为31.36元/m²，与2020年的30.80元/m²相比，小幅上涨1.8%。2021年1-12月，我国陶瓷砖进出口总额为42.58亿美元，其中出口总额为40.86亿美元，进口总额为1.72亿美元。2022年1-2月，我国陶瓷砖进出口总额为4.71亿美元，同比下滑18.71%。其中出口总额为4.49亿美元，同比下跌19.66%；进口总额为0.22亿美元，同比上涨6.46%。

随着我国经济的发展，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。中企顾问网发布的《2024-2030年中国瓷砖行业发展态势与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了瓷砖的定义、分类、特性等，接着分析了瓷砖行业的发展环境及国内外瓷砖行业的运行现况。然后，具体分析了抛光砖、仿古砖、全抛釉、外墙砖、微晶石的发展。随后，报告对瓷砖行业做了产品产量分析、区域市场分析、对外贸易分析、品牌分析、竞争与营销分析、重点企业经营状况分析，最后分析了我国瓷砖行业的发展前景。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国建筑卫生陶瓷协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对瓷砖产业有个系统深入的了解、或者想投资瓷砖行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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 2021-2023年世界瓷砖行业发展分析

2.1 全球瓷砖业运行分析

2.1.1 全球陶瓷砖产量规模

2.1.2 世界陶瓷砖消费规模

2.1.3 世界陶瓷砖出口情况

2.2 欧洲

2.2.1 德国

2.2.2 意大利

2.2.3 西班牙

2.2.4 土耳其

2.3 亚洲

2.3.1 日本

2.3.2 印度

2.3.3 伊朗

2.3.4 韩国

2.3.5 印尼

2.3.6 泰国

2.4 其他国家及地区

2.4.1 海湾地区

2.4.2 南美地区

2.4.3 美国

2.4.4 巴西

第三章 中国瓷砖行业发展环境分析

3.1 宏观经济环境

3.1.1 国内生产总值

3.1.2 工业运行情况

3.1.3 固定资产投资

3.1.4 宏观经济展望

3.2 社会环境分析

3.2.1 人口数量及结构

3.2.2 城镇化发展进程

3.2.3 居民收入水平

3.2.4 人才需求升级

3.3 产业环境分析

3.3.1 房地产开发投资

3.3.2 土地购置面积

3.3.3 房屋施工面积

3.3.4 商品房销售规模

第四章 2021-2023年中国瓷砖行业发展分析

4.1 2021-2023年中国瓷砖行业发展综述

4.1.1 行业现状特征

4.1.2 行业转型升级

4.1.3 污染排放标准

4.1.4 行业发展态势

4.2 2021-2023年中国瓷砖行业运行分析

4.2.1 行业产量规模

4.2.2 行业运行分析

4.2.3 行业投资规模

4.2.4 产品消费特征

4.3 2021-2023年中国瓷砖业产能规模分析

4.3.1 我国瓷砖产能规模

4.3.2 我国主要瓷砖产区

4.3.3 瓷砖种类产能占比

4.4 中国薄瓷砖市场发展分析

- 4.4.1 薄瓷砖节能效果良好
- 4.4.2 薄瓷砖市场发展形势
- 4.4.3 薄瓷砖市场推广方向
- 4.5 中国瓷砖文化发展分析
 - 4.5.1 瓷砖文化概述
 - 4.5.2 瓷砖文化的作用
 - 4.5.3 中国瓷砖文化起源
 - 4.5.4 中国瓷砖文化进程
 - 4.5.5 中国瓷砖文化发展趋势
- 4.6 中国瓷砖行业发展面临的问题
 - 4.6.1 行业运行的风险
 - 4.6.2 产品同质化严重
 - 4.6.3 瓷砖业外部挑战
 - 4.6.4 瓷砖产品市场混乱

第五章 2021-2023年抛光砖发展分析

- 5.1 2021-2023年抛光砖行业发展综述
 - 5.1.1 抛光砖的优缺点
 - 5.1.2 抛光砖行业特点
 - 5.1.3 行业发展态势
 - 5.1.4 市场渠道下移
 - 5.1.5 产品最新技术
 - 5.1.6 防污技术分析
- 5.2 中国各地区抛光砖发展状况
 - 5.2.1 广东佛山抛光砖行业
 - 5.2.2 山东淄博抛光砖市场
 - 5.2.3 江西高安抛光砖市场价格
- 5.3 中国抛光砖行业发展存在的问题及对策
 - 5.3.1 面临新品种威胁
 - 5.3.2 企业面临的挑战
 - 5.3.3 加快转型升级
 - 5.3.4 行业发展潜力

第六章 2021-2023年仿古砖发展分析

6.1 仿古砖基本介绍

6.1.1 仿古砖的概念及历史

6.1.2 仿古砖的材质和坯、釉特征

6.1.3 仿古砖的规格及色彩的应用

6.1.4 仿古砖的装饰及功能化分析

6.2 仿古砖市场发展分析

6.2.1 市场发展特点

6.2.2 市场发展态势

6.2.3 行业推动因素

6.2.4 市场发展空间

6.2.5 产品发展趋势

6.3 中国各地区仿古砖发展状况

6.3.1 主要产区发展状况

6.3.2 佛山企业标准化目标

6.3.3 四川仿古砖发展情况

6.3.4 福建仿古砖行业分析

6.3.5 云南市场消费情况

6.3.6 湖南仿古砖市场形势

6.3.7 山东淄博市场竞争加剧

6.3.8 江西高安仿古砖市场特点

6.4 中国仿古砖行业发展存在的问题与对策

6.4.1 企业发展障碍

6.4.2 企业发展策略

6.4.3 品牌竞争策略

第七章 2021-2023年其他瓷砖细分产品发展分析

7.1 全抛釉

7.1.1 全抛釉简介

7.1.2 全抛釉市场发展历程

7.1.3 全抛釉零售市场现状

- 7.1.4 全抛釉市场竞争格局
- 7.1.5 全抛釉产品定位分析
- 7.1.6 全抛釉市场营销模式
- 7.1.7 全抛釉市场销售策略
- 7.2 外墙砖
 - 7.2.1 外墙砖概念及特点
 - 7.2.2 外墙砖行业发展形势
 - 7.2.3 外墙砖市场发展方向
 - 7.2.4 外墙砖发展面临阻碍
- 7.3 微晶石
 - 7.3.1 微晶石基本介绍
 - 7.3.2 微晶石市场发展现状
 - 7.3.3 微晶石市场发展潜力
 - 7.3.4 微晶石行业发展方向
 - 7.3.5 微晶石发展挑战与机遇

第八章 2021-2023年中国瓷砖区域市场发展分析

- 8.1 广东省瓷砖产业运行分析
 - 8.1.1 行业产能规模
 - 8.1.2 产能增长情况
 - 8.1.3 主产区发展状况
- 8.2 山东省瓷砖产业运行分析
 - 8.2.1 行业运行现状
 - 8.2.2 行业发展措施
 - 8.2.3 主产区发展状况
 - 8.2.4 主要问题分析
 - 8.2.5 行业发展目标
 - 8.2.6 重点任务及措施
- 8.3 湖北省瓷砖产业运行分析
 - 8.3.1 行业产量规模
 - 8.3.2 产业布局情况
 - 8.3.3 主产区发展状况

8.4 福建省瓷砖产业运行分析

8.4.1 行业产能规模

8.4.2 主产区发展状况

8.4.3 产品趋势分析

8.5 四川省瓷砖市场发展分析

8.5.1 市场格局分析

8.5.2 主产区发展状况

8.5.3 行业加快升级

第九章 2021-2023年中国瓷砖行业对外贸易分析

9.1 2021-2023年中国瓷砖出口数据分析

9.1.1 2020年瓷砖出口状况

9.1.2 2021年瓷砖出口状况

9.1.3 2022年瓷砖出口状况

9.2 2021-2023年中国陶瓷建筑用砖进出口数据分析

9.2.1 进出口总量数据分析

9.2.2 主要贸易国进出口情况分析

9.2.3 主要省市进出口情况分析

9.3 2021-2023年中国陶瓷制铺地砖、支撑或填充用砖及类似品进出口数据分析

9.3.1 进出口总量数据分析

9.3.2 主要贸易国进出口情况分析

9.3.3 主要省市进出口情况分析

9.4 中国瓷砖出口格局及特征分析

9.4.1 出口目标市场变化

9.4.2 出口面临的反倾销挑战

9.4.3 出口市场商机分析

9.4.4 企业出口模式分析

9.5 中国瓷砖出口面临的海外壁垒及策略分析

9.5.1 出口韩国的壁垒

9.5.2 出口巴西的壁垒

9.5.3 出口欧盟的壁垒

9.5.4 出口阿根廷的阻碍

- 9.5.5 出口哥伦比亚的阻碍
- 9.5.6 出口墨西哥的阻碍
- 9.5.7 出口巴基斯坦的阻碍
- 9.5.8 国内企业发展措施
- 9.5.9 国内企业应对建议

第十章 2021-2023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 瓷砖品牌市场格局分析
 - 10.1.2 瓷砖品牌影响力分析
 - 10.1.3 瓷砖品牌售后服务水平
 - 10.1.4 瓷砖品牌市场结构及消费
 - 10.1.5 瓷砖品牌转战非主流城市
- 10.2 国外瓷砖品牌在中国市场的发展
 - 10.2.1 进军中国市场的原因
 - 10.2.2 中国市场品牌落地表现
 - 10.2.3 国外品牌的专卖店战略
 - 10.2.4 国外品牌经销商代理原则
- 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 中国瓷砖行业的品牌战略选择
 - 10.3.3 我国瓷砖企业的品牌化发展对策
 - 10.3.4 我国瓷砖品牌的市场推广策略
 - 10.3.5 我国瓷砖品牌的终端建设策略

第十一章 2021-2023年中国瓷砖市场竞争分析

- 11.1 中国瓷砖市场竞争状况分析
 - 11.1.1 市场竞争乱象盛行
 - 11.1.2 市场面临洗牌考验
 - 11.1.3 市场竞争焦点分析
- 11.2 中国瓷砖企业的典型竞争策略
 - 11.2.1 产品创新+品牌高度竞争

- 11.2.2 规模实力+性价比竞争
- 11.2.3 追随模仿+低价竞争
- 11.3 中国瓷砖卫浴企业竞争战略选择
 - 11.3.1 差异化竞争战略实践
 - 11.3.2 集中化竞争战略实践
 - 11.3.3 成本领先竞争战略实践
 - 11.3.4 规模领先竞争战略实践
 - 11.3.5 追随模仿战略实践

第十二章 2021-2023年中国瓷砖市场营销分析

- 12.1 中国瓷砖市场营销模式及渠道分析
 - 12.1.1 瓷砖营销模式发展历程
 - 12.1.2 瓷砖营销的两种方法解析
 - 12.1.3 瓷砖企业的网络营销分析
 - 12.1.4 瓷砖行业的渠道模式探析
 - 12.1.5 瓷砖市场渠道建设存在的问题及策略
 - 12.1.6 瓷砖企业营销渠道扁平化分析
- 12.2 中国瓷砖市场典型营销方式
 - 12.2.1 口碑营销
 - 12.2.2 娱乐营销
 - 12.2.3 微信营销
 - 12.2.4 创意营销
 - 12.2.5 绿色营销
- 12.3 中国瓷砖企业的经营战略分析
 - 12.3.1 瓷砖企业市场制胜的营销策略
 - 12.3.2 中低端瓷砖企业营销战略探析
 - 12.3.3 瓷砖营销需要“线上+线下”相结合
 - 12.3.4 瓷砖经销商应对市场竞争的经营战略

第十三章 2020-2023年瓷砖业重点企业分析

- 13.1 冠军建材股份有限公司
 - 13.1.1 企业发展概况

- 13.1.2 2020年冠军建材经营状况分析
- 13.1.3 2021年冠军建材经营状况分析
- 13.1.4 2022年冠军建材经营状况分析
- 13.2 广东东鹏控股股份有限公司
 - 13.2.1 企业发展概况
 - 13.2.2 2020年企业经营状况
 - 13.2.3 2021年企业经营状况
 - 13.2.4 2022年企业经营状况
- 13.3 上海悦心健康集团股份有限公司（原上海斯米克控股股份有限公司）
 - 13.3.1 企业发展概况
 - 13.3.2 经营效益分析
 - 13.3.3 业务经营分析
 - 13.3.4 财务状况分析
 - 13.3.5 核心竞争力分析
 - 13.3.6 公司发展战略
 - 13.3.7 未来前景展望
- 13.4 浙江开尔新材料股份有限公司
 - 13.4.1 企业发展概况
 - 13.4.2 经营效益分析
 - 13.4.3 业务经营分析
 - 13.4.4 财务状况分析
 - 13.4.5 核心竞争力分析
 - 13.4.6 公司发展战略
 - 13.4.7 未来前景展望
- 13.5 其他企业
 - 13.5.1 杭州诺贝尔集团有限公司
 - 13.5.2 广东唯美陶瓷有限公司
 - 13.5.3 广东蒙娜丽莎新型材料集团有限公司
 - 13.5.4 广东新中源陶瓷有限公司
 - 13.5.5 佛山市大唐合盛陶瓷有限公司

第十四章 对中国瓷砖行业发展前景分析

- 14.1 中国瓷砖行业发展趋势分析
 - 14.1.1 市场发展前景分析
 - 14.1.2 行业发展重点方向
 - 14.1.3 未来行业发展趋势
 - 14.1.4 农村电商市场潜力
- 14.2 对2024-2030年中国瓷砖行业发展预测分析
 - 14.2.1 行业影响因素
 - 14.2.2 行业产量预测
 - 14.2.3 市场销量预测
- 14.3 中国瓷砖各品种发展趋势
 - 14.3.1 抛光砖行业发展趋向
 - 14.3.2 仿古砖市场发展展望
 - 14.3.3 抛晶砖市场发展潜力

图表目录

- 图表 美国房屋开工数量及瓷砖消费规模
- 图表 北美自由贸易区国家瓷砖消费量
- 图表 巴西瓷砖产业产销及出口规模
- 图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2017-2021年三次产业增加值占全国生产总值比重
- 图表 2017-2021年全部工业增加值及其增速
- 图表 2021年三次产业投资占固定资产投资
- 图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据
- 图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增速
- 图表 2017-2021年全社会消费品零售总额
- 图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成
- 图表 2020年全国房地产开发投资增速
- 图表 2021年全国房地产开发投资增速
- 图表 2021-2022年全国房地产开发投资增速

图表 2020年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 2021年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 2021-2022年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 2020年全国商品房销售面积及销售额增速

图表 2021年全国商品房销售面积及销售额增速

图表 2021-2022年商品房销售面积及销售额增速

图表 全国陶瓷砖产量地区占比

图表 陶瓷砖产量排名前十省/市

图表 我国各产区瓷砖产能（不含西瓦）

图表 全抛釉产品市场划分表

图表 2020-2022年中国瓷质砖产量趋势图

图表 2020年全国瓷质砖产量数据

图表 2020年主要省份瓷质砖占全国产量比重情况

图表 2021年全国瓷质砖产量数据

图表 2021年主要省份瓷质砖占全国产量比重情况

图表 2022年全国瓷质砖产量数据

图表 2022年主要省份瓷质砖占全国产量比重情况

图表 2022年瓷质砖产量集中程度示意图

图表 2020-2022年中国炻瓷砖产量趋势图

图表 2020年全国炻瓷砖产量数据

图表 2020年主要省份炻瓷砖占全国产量比重情况

图表 2021年全国炻瓷砖产量数据

图表 2021年主要省份炻瓷砖占全国产量比重情况

图表 2022年全国炻瓷砖产量数据

图表 2022年主要省份炻瓷砖占全国产量比重情况

图表 2022年炻瓷砖产量集中程度示意图

图表 2020-2022年中国细炻砖产量趋势图

图表 2020年全国细炻砖产量数据

图表 2020年主要省份细炻砖占全国产量比重情况

图表 2021年全国细炻砖产量数据

图表 2021年主要省份细炻砖占全国产量比重情况

图表 2022年全国细炻砖产量数据

图表 2022年主要省份细炻砖占全国产量比重情况

图表 2022年细炻砖产量集中程度示意图

图表 2020-2022年中国炻质砖产量趋势图

图表 2020年全国炻质砖产量数据

图表 2020年主要省份炻质砖占全国产量比重情况

图表 2021年全国炻质砖产量数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415607.html>