

地板

行业分析报告

完整版

2012.12





Made-in-China.com



- **主要产品**：瓷砖、木地板、竹地板、强化地板
- **适读群体**：地板行业生产、贸易型企业管理人员

目录

一. 行业概况	6
二. 政策预警	9
三. 地板行业产量数据	11
四. 2012 年中国地板出口情况	13
4.1. 2012 年 1-10 月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口情况	13
4.1.1. 2012 年 1-10 月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口量和出口额	13
4.1.2. 2012 年 1-10 月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品主要出口市场	13
4.1.3. 2012 年 1-10 月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口货源地及出口平均单价	13
4.2. 2012 年 1-10 月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口情况	14
4.2.1. 2012 年 1-10 月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口量和出口额	14
4.2.2. 2012 年 1-10 月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品主要出口市场	14
4.2.3. 2012 年 1-10 月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口货源地及出口平均单价	15
4.3. 2012 年 1-10 月中国强化木出口情况	15
4.3.1. 2012 年 1-10 月中国强化木出口量和出口额	15
4.3.2. 2012 年 1-10 月中国强化木主要出口市场	16
4.3.3. 2012 年 1-10 月中国强化木出口货源地及出口平均单价	16
4.4. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制马赛克地板出口情况	16
4.4.1. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制马赛克地板出口量和出口额	16
4.4.2. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制马赛克地板主要出口市场	17
4.4.3. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制马赛克地板出口货源地及出口平均单价	17

目录

4.5. 2012 年 1-10 月中国已装拼的竹制多层地板出口情况.....	18
4.5.1. 2012 年 1-10 月中国已装拼的竹制多层地板出口量和出口额.....	18
4.5.2. 2012 年 1-10 月中国已装拼的竹制多层地板主要出口市场.....	18
4.5.3. 2012 年 1-10 月中国已装拼的竹制多层地板出口货源地及出口平均单价.....	19
4.6. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制多层地板出口情况.....	19
4.6.1. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制多层地板出口量和出口额.....	19
4.6.2. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制多层地板主要出口市场.....	19
4.6.3. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制多层地板出口货源地及出口平均单价.....	20
五 . 2012 年全球地板行业主要需求市场分析	20
5.1. 2012 年 1-8 月全球未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品主要进口国家和地区	20
5.2. 2012 年 1-8 月全球上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品主要进口国家和地区.....	21
5.3. 2012 年 1-8 月全球强化木主要进口国家和地区	21
5.4. 2012 年 1-8 月全球已装拼的木制马赛克地板主要进口国家和地区	22
5.5. 2012 年 1-8 月全球已装拼的多层地板主要进口国家和地区.....	22
六 . 2012 年全球地板行业主要出口市场分析	23
6.1. 2012 年 1-8 月全球未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品主要出口国家和地区	23
6.2. 2012 年 1-8 月全球上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品主要出口国家和地区.....	23
6.3. 2012 年 1-8 月全球强化木主要出口国家和地区	24
6.4. 2012 年 1-8 月全球已装拼的木制马赛克地板主要出口国家和地区	24
6.5. 2012 年 1-8 月全球已装拼的多层地板主要出口国家和地区.....	24
七 . 2012 年中国制造网数据分析	25
7.1. 中国制造网地板行业买家关注度排行.....	25
7.2. 中国制造网地板行业热搜关键词	25
7.3. 中国制造网地板行业买家分布	26

摘要：

2012 年前十个月，除了实木地板以外，我国地板和瓷砖主要产品产量保持稳步增长。2012 年 1-10 月全国实木木地板累计总产量 7803.6 万平方米，同比下降了 1.86%；复合木地板累计总产量 3.5 亿平方米，同比增长 10.01%；瓷质砖累计总产量 50.7 亿平方米，同比增长 9.37%；陶质砖累计总产量 15.1 亿平方米，同比增长 6.26%。

从出口情况来看，2012 年前 10 个月，我国大陶瓷砖、瓦、块及类似品（含上釉和未上釉）出口额累计约 48.4 亿美元，出口额增长快于出口量，出口平均单价有所提升。

已装拼的竹制多层地板是我国地板最为主要的出口产品之一。2012 年 1-10 月我国已装拼的竹制多层地板出口量累计 4.07 万吨，同比增长了 1%，出口额累计 7675.8 万美元，同比增长了 3.4%。

地板中，出口量增长最快的是已装拼的木制马赛克地板，2012 年前 10 个月，我国已装拼的木制马赛克地板出口量同比增长了 70%。

出口量呈现下降的是已装拼的木制多层地板。2012 年 1-10 月我国已装拼的木制多层地板出口量累计 1072 吨，同比减少了 23.9%，出口额累计 140.6 万美元，同比减少了 30.7%。尤其是自 6 月以来，出口量同比显著下降，出口形势严峻。

中国制造网地板行业买家关注度排行可以看出，地板砖的关注度位居第一，其次是复合地板，木地板关注度位居第三，最后是竹地板。

瓷砖和木地板的搜索量排行中，印度高居榜首，其次是美国和英国。复合地板的主要市场中，美国搜索量位列第一，英国和加拿大居第二和第三位。尼日利亚对竹地板的青睐有加，搜索量排名第一，澳大利亚、英国、美国、南非分别位居第二至第五位。

一. 行业概况

目前，欧美是世界木地板生产和销售的重要地区。2007年欧洲木地板消费量达到11200万平方米，比2006年增长了4.90%。其中德国、西班牙和法国成为欧洲地板市场份额前三甲。而在生产方面，欧洲地板产业联盟成员公司也实现10030万平方米的生产量，其中瑞典仍然是欧洲最大的地板生产国，其次是波兰和德国。

欧美市场的木地板主要通过两个渠道销售，一是大众类的家居超市，二是相对高端的专业家居用品店。因此，欧美市场的地板企业在产品设计、性能、创新上竞争非常激烈，但是大部分企业的销售、渠道建设及售后服务都由其他专业公司负责。

目前地面装饰材料在全世界范围内的市场容量为每年140亿平方米，其中木地板所占比例不到20%，而中国只占不到10%。当前木地板行业发展环境良好，未来几年全球范围内木地板行业增长空间巨大。

目前，室内装修材料的环保节能化已经成为全球趋势。随着全球森林资源的减少，实木地板价格不断攀升。许多消费者开始将目光转向环保舒适的强化复合地板和实木复合地板。由于强化复合地板主要利用次小薪材，对林木资源的浪费较少，目前在日本及东南亚等国家被普遍采用。未来，高档强化复合地板和实木复合地板会成为一种国际化的消费趋势。

我国地板出口形势日益严峻 出口欧美困难重重

欧盟近日正式通过“木材及木制品规例和新环保设计指令”。该指令计划于2013年3月3日开始强制实施。从欧盟此次发布的官方解释来看，这项指令的初衷是希望进一步改善林业经营和采伐活动，阻止非法采伐的木材进入欧盟市场。

一直以来，美国和欧盟各国都是中国地板等家居行业的主要出口国。相关人士分析，欧盟新规执行后，必然导致企业增加采购成本，还要承担额外的认证费用，这对中小型地板出口企业将会产生较大影响，甚至可能会迫使相关企业退出欧洲市场。

根据这项指令的要求，今后出口欧盟的木材生产加工销售链条上的所有厂商，都必须获得FSC(森林认证)的身份证，即必须提交木材来源地、国家及森林、木材体积和重量、原木供应商的名称地址等证明木材来源合法性的基本资料。据悉，要作为原料的木材100%达到合法性或者拿到FSC认证在操作上有些难度。所以我国地板企业想要在欧盟继续占领相应份额的市场，就必须加大力度把控原材料的来源和品质，并且在生产流程上不断研发创新，生产出更环保型的地板产品。

对此业内专家也有自己的看法和不满，“从长远发展看，提高标准是有利于中国企业提升实力、增强国际竞争力的，但如果按照欧盟的标准，所有的木材都必须提交相应的合法资料证明，实施难度就太大了。中国木材与木制品流通协会秘书长陶以明表示，证明这些木材是否合法的最终鉴定权在欧盟，这也就是说，中国自己的鉴定欧盟是不认可的，那么企业为了出具让欧盟认可的所有的证明就要花费一大笔准备费用、鉴定费用等等，这就使企业的成本一下子大幅上涨。特别是很多中小企业。

事实上，在全球范围内作为原料的木材能够保证100%达到合法性或者拿到FSC的认证本身都是比较困难的。目前，全世界获得认证的木材大约只有10%，而中国市场上能够获得认证的木材还不到1%。所以说，依照目前的情况来看，我国地板企业想要再次打开欧盟那更为广阔的市场难度是相当大的。

地板出口美国遇瓶颈，木制品多出口东南亚。随着美国《复合木制品甲醛标准法案》正式实施，规定在全美供应、销售或制造的刨花板、中密度纤维板、硬木胶合板等木制品的甲醛释放限量已大幅度提高。以刨花板为例，甲醛释放量不得超过 0.09mg/kg，整整高出我国标准 1000 倍。这一《法案》的实施对我国输美木制品提出巨大挑战。以烟台为例，据了解，在近几年的发展中，烟台出口到欧美市场的木制品的比重逐步上升，已经占到了全市全部出口量的 1/3，但是 2012 年的出口情况并不乐观。“这一方面是受部分欧美国家的经济情况不景气影响，另一方面也是受到了美国《复合木制品甲醛标准法案》的影响。”烟台出入境检验检疫局植检处木材监管负责人表示，东南亚与欧美目前是烟台木制品出口的主要区域，总量可达 90% 以上。出口到欧美等国的木制品以房屋装饰为主，例如门、窗、地板等；而出口到东南亚等国家的木制品则以成品家具为主，如桌椅等。

内销市场亦不乐观

国内地板品牌在外销时，价格往往比国内低得多已成为一个普遍现象。但由于高额的成本和繁复的中间环节，不少做国内生意的地板企业仍然高喊利润低，甚至“无钱可赚”。

“外销政策、品牌影响力、销售网络、采购运输成本以及营销手段差异是造成国内外产品价差大的主要原因。”

安信地板产品规划部的一份报告显示，某款强化地板产品的出厂价是 70 元 / 平方米，出口到国外的价格为出厂价格减去 9% 的出口退税，再加上约 9 元的运输及进出口费用，到国外进口商仓库的价格约等于 73 元，约合 11.68 美元。而国内价格则为出厂价格加上 17% 的增值税，再加上运费及销售网络中 30% 的利润，到经销商仓库的价格约为 106.47 元。

如此看来，国内与国外在经销商层级的价格相差了 31%，再加上国内商家营销推广的成本，价格幅度相差 50% 也是常有的。然而，这其中的差价几乎没有流入企业手中，而是消耗在看不见的中间环节上。

尽管国内的税费及运营成本均高于国外，但是权衡过日益增长的成本压力和疲软的消费需求后，不少企业还是愿意加大国内市场的销售力度。加上欧盟等主要市场不断设置贸易壁垒，各种标准法案的陆续推出，加上频繁的针对中国地板企业发起反倾销调查，使得疲软的出口市场难度越来越大。

竹地板出口转内销失利。近年来，竹地板一直主攻国外市场，出口量逐年上升。而在国内的销售额只占木地板市场的 10%，销售状况不是十分良好。

近来，由于国家出口退税政策和国际性金融危机肆虐，国内竹地板出口受挫。众多竹地板企业纷纷将目光转向国内市场，但出口转内销并不顺利。

竹地板没有形成规模，缺少主流媒体宣传是竹地板发展无法形成市场潮流的主要原因。竹地板的社会认知度不高，消费者对其存在各种误解，造成在国内市场长时间萎靡。“舒适不比实木地板，实惠不比强化地板”是大部分消费者对其形成的刻板印象。

由于我国竹资源丰富和其生长速度快的特性，部分消费者又将竹地板归类为廉价、低档消费品，在一定程度上阻碍了竹地板向国内市场的延伸。

企业依靠“贴牌生产”，无法给企业带来高利润率。如安吉作为中国竹乡，基本依靠做贴牌，没有一个有国际影响力的品牌。

目前我国木地板行业的平均毛利率在 18% 至 30% 左右。其中强势品牌的毛利率约为 30%。受制于外贸，竹地板行业毛利率不到 25%。低毛利导致的低收入，无法支撑企业品牌化推广和宣传，是造成竹地板企业转内销不成功的原因之一。

地板行业发展趋势

地板产品规格越来越大。随着人们住房条件的不断改善和风格需求的不断变化，现在市场上无论是多层地板、三层地板还是强化地板，产品的规格在不断增大，宽度从以往的 125mm 标准宽度演变到今年的 150mm、200mm 甚至是 250mm 的宽度，长度也在变化。

地板产品更具个性化。地板铺装在某种程度上已演变成为一种居家的艺术，如何让自己的居住环境具备独特的品位已成为现代人装修所追求的目标，而地板则能很好地胜任此角色。因此在今年的地板花色设计上，各品牌可谓各显神通，例如圣象推出的横纹系列，独特的横纹表面处理配上欧美原创圣象独有的花色，彰显时尚同时又体现个性生活品位。

功能性地板需求增多。随着生活品质越来越受到关注，与传统工艺的地板相比，越来越多的新工艺被运用到地板中，如地热地板、免胶地板、拼花地板等已成为时下关注的焦点。

生产成本上涨 地板价格涨幅达 10%-40%。从价格走势来看，畅销木材受通胀的影响最为明显，其价格连月递增，涨势之猛令人咋舌。木质材料涨势不止，木材加工企业加紧备货。而在原木板材方面，不管是名贵的红木还是常见的木材品种，都出现了不同程度的上涨。从板材生产商和部分家具、地板公司了解到，近期国内外板材都不约而同的上调了价格，涨幅大约在 10%-40% 不等。据了解，由于生产成本不断上涨，厂家纷纷上调地板出厂价，这直接导致订单下滑。

二. 政策预警

阿根廷对进口自中国的瓷砖征收临时反倾销税

2012年8月28日,阿根廷经济与公共财政部外贸国务秘书处照会我驻阿根廷大使馆经商参处,通告根据其8月27日470号决议,决定对我瓷砖征收临时反倾销税,税号为69079000,税率为4.62美元/平米。决议于8月28日起生效,有效期6个月。

土耳其对华复合木地板作出反倾销日落复审终裁

2012年1月31日,土耳其对原产于中国和印尼的复合木地板作出反倾销日落复审终裁:取消对自中国和印尼进口的涉案产品的反倾销措施使对国内产业造成的损害继续或再度发审,因此决定继续对中国涉案产品征收35%的反倾销税,对印尼涉案产品征收25%的反倾销税,为期5年。涉案产品海关编码为44187200。

摩洛哥对华胶合板作出反倾销终裁

2012年9月5日消息,日前,摩洛哥外贸部对原产于中国的胶合板作出反倾销终裁,决定对自中国进口的涉案产品征收25%的反倾销税,为期5年。

2011年5月,摩洛哥对原产于中国的胶合板进行反倾销立案调查;2011年12月,摩洛哥作出肯定性初裁,声称经过两次进口咨询委员会审核,初步认定自中国进口的胶合板存在倾销,且倾销与损害存在因果关系,考虑对其实施25%的临时反倾销措施。

美国对华硬木装饰胶合板作出反倾销和反补贴产业损害初裁

2012年11月9日,美国国际贸易委员会发布公告,对原产于中国的硬木装饰胶合板作出反倾销和反补贴产业损害初裁,6位委员投票一致认为,涉案产品的倾销行为和补贴行为对美国国内产业造成了实质性损害。

根据该肯定性裁决,美国商务部将继续对涉案产品进行反倾销和反补贴调查,并将于2012年12月21日和2013年3月6日分别对该案作出反补贴初裁和反倾销初裁。

2012年10月18日,美国商务部对原产于中国的硬木装饰胶合板进行反倾销和反补贴调查,涉案产品海关编码为44121005.00、44123105.20、44123105.40、44123105.60、44123125.10、44123125.20、44123140.40、44123140.50、44123140.60、44123140.70、44123151.35、44123151.55、44123151.65、44123151.75、44123160.00、44123191.00、44123205.20、44123205.40、44123205.60、44123225.10、44123225.20、44123231.35、44123231.55、44123231.65、44123231.75、44123231.85、44123256.00、44123910.00、44123930.00、44123940.11、44123940.12、44123940.19、44123940.31、44123940.32、44123940.39、44123940.51、44123940.52、44123940.59、44123940.61、44123940.62、44123940.69、44123950.10、44123950.30、44123950.50、44129410.30、44129410.50、44129431.11、44129431.21、44129431.31、44129431.41、44129431.60、44129431.71、44129441.00、44129460.00、44129470.00、44129480.00、44129490.00、44129906.00、44129910.20、44129910.30、44129910.40、44129931.10、44129931.20、44129931.30、44129931.40、44129931.50、

44129931.60、44129931.70、44129941.00、44129957.10、44129960.00、44129970.00、44129980.00、44129990.00. 申请方要求对涉案产品征收 298.36% ~ 321.68% 的反倾销税，征收微量反补贴税。

韩国对华合成板进行反倾销调查

2012 年 11 月 9 日，韩国对原产于中国的合成板进行反倾销立案调查。涉案产品海关编码为 44123140、44123150、44123160、44123170、44123240、44123250、44123260、44123270 (2007 年之前是 44121340、44121350、44121360、44121440、44121450、44121460)。

涉案产品的产品描述：将木材切成薄的单板，再用胶粘剂粘合而成的多层板状材料，并使相邻层单板的纤维方向互相垂直胶合而成，且厚度在 6 毫米以上的厚板。

本案的倾销调查期为 2011 年 7 月 1 日 ~ 2012 年 6 月 30 日，损害调查期为 2009 年 1 月 1 日 ~ 2012 年 6 月 30 日。

本案的被选定企业：上海怡达国际贸易有限公司 (Shanghai International Trade YEE DA Imp. And Exp. Co. Ltd)、江苏连云港远泰国际贸易有限公司 (Lian Yungang Yuantai Internatioanl Trade Co. Ltd.)、上海 V-Joint 木业有限公司 (Shanghi V-Joint Wood Corp.)、南宁金轮木业有限公司 (Nanning Jinlun Woods Co. Ltd.)。

来源：山东国际商务网

三. 地板行业产量数据

- 2012年1-10月中国瓷砖产量统计

瓷砖 (平方米)			
产品	地区	1-10 月止累计	累计同比增长 (%)
瓷质砖	全国	5,071,160,901	9.37
	广东	1,433,530,029	13.32
	山东	685,160,600	-4.79
	辽宁	649,403,287	27.23
	福建	617,015,649	6.93
	江西	492,971,151	9.2
陶质砖	全国	1,505,270,241	6.26
	四川	391,114,801	-5.42
	福建	314,844,454	15.14
	广东	288,381,253	4.72
	陕西	123,458,645	61.59
	山东	111,963,509	-6.51
细炻砖	全国	181,804,378	51.3
	福建	166,434,706	58.05
	云南	8,350,320	84.75
	山东	2,298,722	-14.24
	上海	1,957,700	-16
	四川	1,135,227	16.12
炻瓷砖	全国	363,955,150	33.37
	福建	318,943,866	40.68
	山东	35,872,515	-18.79
	广东	9,138,769	354.64

- 2012年1-10月中国实木地板产量分省市统计

地区	实木木地板 (平方米)	
	1-10 月止累计	累计同比增长 (%)
全国	78,035,986	-1.86
浙江	28,325,058	-9.43
广东	14,234,589	11.77
吉林	10,783,306	23.75
辽宁	6,322,259	12.42
上海	4,731,203	-14.18
黑龙江	4,107,541	-14.82
河南	2,082,677	-1.62
河北	1,983,931	-5.2
安徽	1,255,069	-25.92
广西	1,042,222	126.62
四川	985,392	-25.4

地区	实木木地板 (平方米)	
	1-10 月止累计	累计同比增长 (%)
江苏	862,837	-10.16
贵州	268,815	-76.04
福建	241,402	-59.34
山东	226,543	63.26
湖南	196,184	45.83
重庆	177,094	51.49
江西	115,462	/
天津	94,402	17.65

● 2012 年 1-10 月中国复合木地板产量分省市统计

地区	复合木地板 (平方米)	
	1-10 月止累计	累计同比增长 (%)
全国	345,062,511	10.01
江苏	111,935,482	-4.61
辽宁	46,637,862	26.8
浙江	39,706,936	25.59
山东	34,481,282	20.89
吉林	25,784,450	17.71
上海	22,037,270	-6.73
湖北	18,554,377	69.41
安徽	16,918,841	56.29
河南	8,697,473	-3.4
广东	7,258,457	-29.46
福建	4,060,133	18.73
黑龙江	1,984,798	38.56
内蒙古	1,887,270	24.65
江西	1,305,819	58.56
北京	1,185,143	-23
云南	986,333	-15.26
四川	911,361	-57.97
湖南	463,947	25.71
天津	265,278	-28.3

来源：中国产业信息网

四. 2012 年中国地板出口情况

4.1. 2012 年 1-10 月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品 (HS:690790) 出口情况

4.1.1. 2012 年 1-10 月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口量和出口额

月份	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 $\pm\%$	
			数量	金额
1 月	628,395.0	168,193,768	-8.4	-10
2 月	408,602.3	107,445,844	35.3	34.7
3 月	632,901.6	166,916,603	23.1	22.1
4 月	739,940.8	211,225,862	25.2	30.1
5 月	814,230.7	270,074,339	10.1	29.9
6 月	716,001.3	247,786,083	0.1	25.3
7 月	834,316.4	290,512,368	10.6	35.4
8 月	676,011.0	227,701,994	-12.1	6.8
9 月	767,400.2	240,973,320	0.5	6
10 月	614,687.4	211,087,151	-4.9	15
1-10 月累计	6,832,486.6	2,141,917,332	5.4	18.3

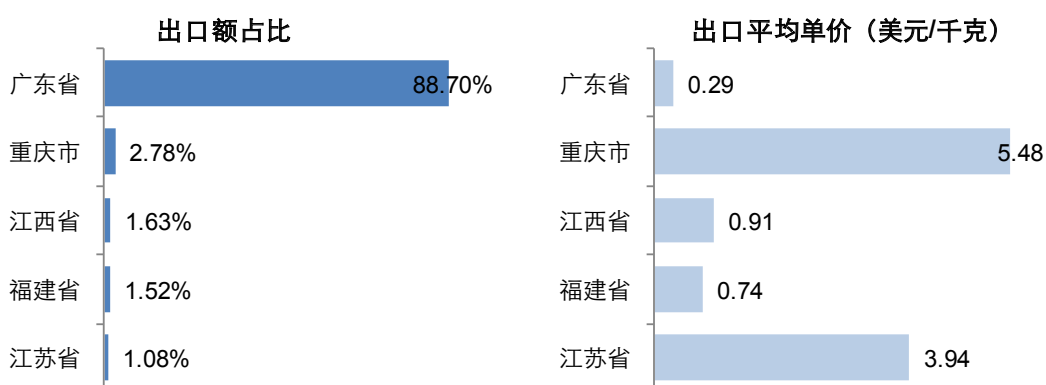
2012 年 1-10 月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口量累计 683.2 万吨，同比增加了 5.4%，出口额累计 21.4 亿美元，同比增长了 18.3%。

4.1.2. 2012 年 1-10 月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品主要出口市场

序号	国家	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 $\pm\%$	
				数量	金额
1	巴西	551,777.3	155,489,184	-10.5	-4.8
2	沙特阿拉伯	444,136.1	134,719,182	24.6	46.8
3	泰国	538,095.5	127,504,586	18.4	17.8
4	印度尼西亚	406,869.2	110,265,480	85.2	65.4
5	印度	342,649.5	100,653,908	-26	-18.5
6	阿联酋	229,929.8	77,988,240	7.5	8.8
7	马来西亚	194,709.5	71,494,125	32.3	67.5
8	新加坡	238,328.3	65,714,926	-6.1	21.7
9	越南	226,093.8	59,396,558	-6.7	-0.1
10	墨西哥	214,786.8	54,898,894	10.5	16.6

我国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口市场非常分散，2012 年前 10 个月对前十大出口市场的出口合计占我国出口总额的 45%，位列第一的巴西仅占 7%。从出口量增长情况来看，前十大出口市场中，我国对印度尼西亚、马来西亚、沙特阿拉伯出口增长显著，同比分别增长了 85.2%、32.3%、24.6%。

4.1.3. 2012年1-10月中国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口货源地及出口平均单价



我国未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品的出口货源地非常集中，2012年前10个月，广东省的出口额占全国出口总额的近90%。从出口平均单价来看，广东省出口单价也是五大出口货源地中最低的，价格优势显著。

4.2. 2012年1-10月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品 (HS:690890) 出口情况

4.2.1. 2012年1-10月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口量和出口额

月份	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
			数量	金额
1月	701,938.0	190,062,054	-6.6	-3.6
2月	450,406.5	113,543,854	29	24.7
3月	699,272.7	189,849,509	25.9	34.6
4月	777,641.4	245,308,209	16.4	33.9
5月	842,146.2	323,215,224	9	58.3
6月	831,380.8	329,032,218	10.7	49.2
7月	863,608.2	358,861,473	4.3	59.9
8月	816,634.0	312,161,793	-3.8	34.1
9月	871,272.4	313,581,618	13	42.1
10月	740,016.9	325,268,179	7.9	60
1-10月累计	7,594,316.9	2,700,884,131	8.8	40.8

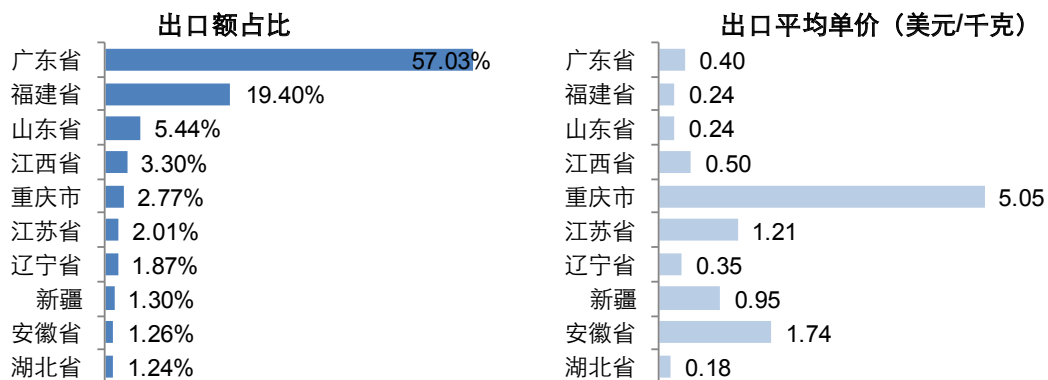
2012年1-10月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口量累计759.4万吨，同比增加了8.8%，出口额累计27亿美元，同比增长了40.8%。

4.2.2. 2012 年 1-10 月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品主要出口市场

序号	国家	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
				数量	金额
1	沙特阿拉伯	673,417.2	221,261,720	12.3	69.3
2	美国	552,783.9	185,127,795	9.5	31.2
3	阿联酋	284,294.3	123,747,952	1	22.3
4	韩国	409,802.5	105,759,390	9.6	17.2
5	马来西亚	131,578.5	100,524,072	0.3	118.7
6	澳大利亚	194,074.4	76,773,788	3.2	37.7
7	菲律宾	274,342.1	76,226,433	26.5	53.6
8	新加坡	265,389.8	75,904,148	-0.3	25.6
9	南非	210,557.5	73,505,058	24.9	101
10	印度	124,510.4	69,289,741	-1.5	59.5

我国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口市场也非常分散，2012 年前 10 个月对前十大出口市场的出口合计占我国出口总额的 41%，位列第一的沙特阿拉伯仅占 8%。从出口量增长情况来看，前十大出口市场中，我国对菲律宾、南非出口增长显著，同比分别增长了 26.5%、24.9%。

4.2.3. 2012 年 1-10 月中国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口货源地及出口平均单价



我国上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品的出口货源地非常集中，广东和福建是最主要的两大出口货源地。2012 年前 10 个月，广东省和福建的出口额占全国出口总额的 57.03%、19.4%。从出口平均单价来看，广东省和福建出口单价的优势也是比较明显的。

4.3. 2012年1-10月中国强化木(HS:4413)出口情况

4.3.1. 2012年1-10月中国强化木出口量和出口额

月份	数量(吨)	金额(美元)	比去年同期 ±%	
			数量	金额
1月	468.4	498,547	422.6	116.7
2月	560.5	861,467	995.2	390.3
3月	244.9	603,716	-51.5	-18.8
4月	193.9	330,236	-5.4	-31.8
5月	172.4	390,561	-24.3	-29.2
6月	262.4	428,587	-14.6	-36.2
7月	284.2	629,664	16.7	23.6
8月	352.5	667,174	3.9	-6.5
9月	377.1	445,944	68	-22.4
10月	258.7	445,674	-51.4	-42.9
1-10月累计	3,175.1	5,301,570	16.5	-2.4

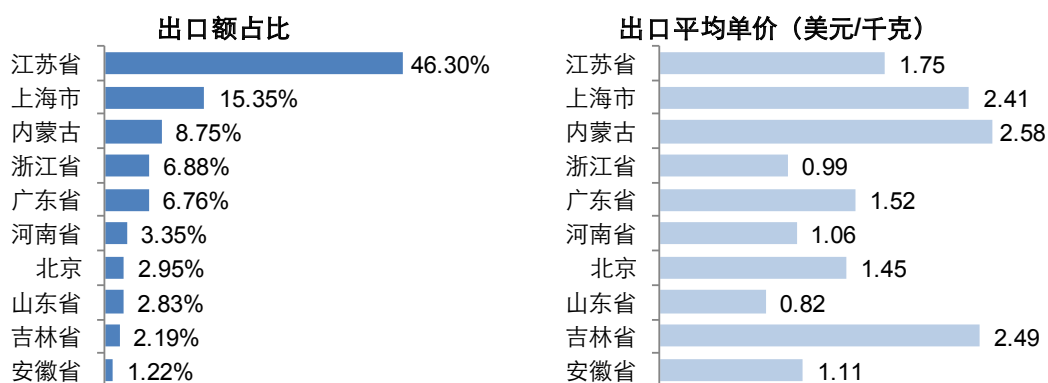
2012年1-10月中国强化木出口量累计3175.1吨,同比增加了16.5%,出口额累计530.2万美元,同比减少了2.4%。

4.3.2. 2012年1-10月中国强化木主要出口市场

序号	国家/地区	数量(吨)	金额(美元)	比去年同期 ±%	
				数量	金额
1	阿联酋	378.2	1,210,733	620	673.1
2	韩国	437.6	748,011	20.7	12.5
3	日本	247.2	555,060	292.8	209.9
4	台湾	304.5	438,281	6.1	-26.1
5	泰国	143.0	312,843	-9.8	-32.3
6	越南	169.7	164,420	468.2	23.7
7	印度	181.5	149,264	-58.2	-52.2
8	西班牙	31.5	145,868	3	1.2
9	智利	169.7	140,007	62	107
10	俄罗斯联邦	92.9	137,097	-16.7	-44.8

阿联酋、韩国、日本是我国强化木的三大出口市场,2012年前10个月,分别占我国强化木出口总额的23%、14%、10%。其中,对阿联酋、日本出口量同比分别增长了620%和292.8%,增幅之大,尤为值得相关出口企业加强关注。此外,同期,我国对越南的出口量增长了468.2%,但出口额增长仅23.7%。

4.3.3. 2012 年 1-10 月中国强化木出口货源地及出口平均单价



我国强化木的出口货源地主要集中在江苏、上海、内蒙古等地，其中，2012 年前 10 个月，江苏的出口额占全国出口总额的近一半。从出口平均单价来看，江苏省出口单价较上海和内蒙古有一定的优势。

4.4. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制马赛克地板 (HS: 441871) 出口情况

4.4.1. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制马赛克地板出口量和出口额

月份	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
			数量	金额
1 月	12.9	24,782	/	/
2 月	1.1	2,295	-92.9	-91.9
3 月	8.6	16,955	/	/
4 月	54.5	95,757	251.6	207.2
5 月	10.7	17,346	/	/
6 月	29.7	54,677	/	/
7 月	0.0	0	-100	-100
8 月	2.7	8,992	-75	-62.1
9 月	0.0	0	/	/
10 月	0.0	0	/	/
1-10 月累计	120.2	220,804	70	48.4

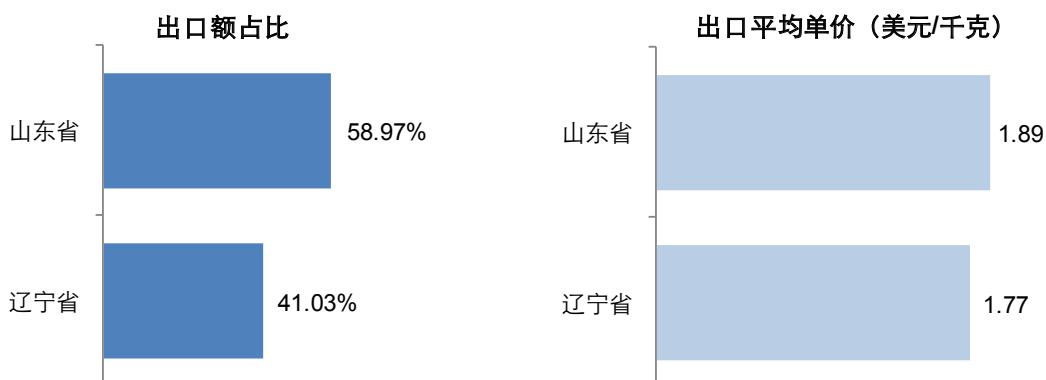
2012 年 1-10 月中国已装拼的木制马赛克地板出口量累计 120.2 吨，同比增长了 70%，出口额累计 22 万美元，同比增长了 48.4%。从各月份出口量对比来看，1 月、4-6 月为出口旺季。

4.4.2. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制马赛克地板主要出口市场

序号	国家	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
				数量	金额
1	法国	95.809	172,611	461.2	274.2
2	美国	19.3	35,960	/	/
3	东帝汶	2.662	8,992	/	/
4	伊拉克	2.47	3,241	/	/

我国已装拼的木制马赛克地板出口市场非常集中，2012 年前 10 个月，我国对法国出口此类产品累计 95.8 吨，占我国同期出口总量的 80%。

4.4.3. 2012年1-10月中国已装拼的木制马赛克地板出口货源地及出口平均单价



山东和辽宁是我国已装拼的木制马赛克地板的两大出口货源地，从出口单价来看，两地出口平均单价相差不多。

4.5. 2012年1-10月中国已装拼的竹制多层地板 (HS: 44187210) 出口情况

4.5.1. 2012年1-10月中国已装拼的竹制多层地板出口量和出口额

月份	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
			数量	金额
1月	4,849.6	8,021,549	22.4	15.8
2月	2,637.1	4,477,396	28.2	25.4
3月	3,446.2	7,270,740	11.4	11.6
4月	4,328.7	8,946,554	17	35.1
5月	4,226.8	8,545,550	-29.1	-22.4
6月	3,984.0	8,271,521	-15.1	-4.4
7月	3,786.9	6,679,209	-22.8	-24.5
8月	4,430.5	7,976,324	3.9	7.4
9月	4,145.6	7,712,217	8.9	13.9
10月	4,862.9	8,856,812	26	12.8
1-10月累计	40,698.4	76,757,872	1	3.4

2012年1-10月我国已装拼的竹制多层地板出口量累计4.07万吨，同比增长了1%，出口额累计7675.8万美元，同比增长了3.4%，增幅有限。10个月中，有3个月出口量同比下降。

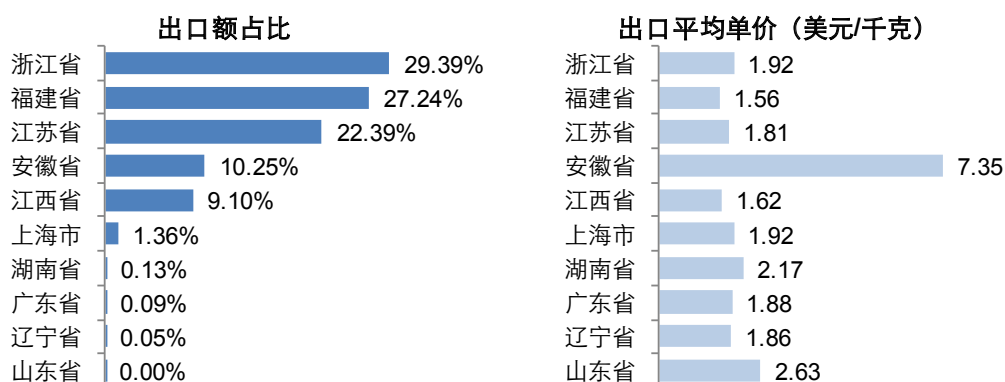
4.5.2. 2012年1-10月中国已装拼的竹制多层地板主要出口市场

序号	国家	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
				数量	金额
1	美国	26,250.9	52,391,236	-12.2	-7.8
2	加拿大	1,944.7	3,261,506	-24.4	-19.8
3	澳大利亚	1,577.8	2,409,079	141.2	133.5
4	荷兰	1,282.4	2,351,179	4.5	2.1
5	德国	785.3	2,117,767	92.1	122.4
6	波兰	1,403.4	1,974,757	262.1	242.7

序号	国家	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
				数量	金额
7	埃及	1,196.2	1,819,255	6617.4	6811.8
8	蒙古	530.6	1,277,879	4428.2	7645.2
9	俄罗斯联邦	891.3	1,131,350	0.6	7.1
10	墨西哥	721.6	948,517	9.3	5.8

美国是我国已装拼的竹制多层地板最大的也是最主要的出口市场，2012 年前 10 个月，我国对美国出口此类产品总计 5239.1 万美元，占我国出口总额的 68%。从同比增长情况来看，美国市场的需求在减少，然而，同期，澳大利亚、德国、波兰、埃及、蒙古自我国进口已装拼的竹制多层地板数量同比均大幅增长，增长势头迅猛。

4.5.3. 2012 年 1-10 月中国已装拼的竹制多层地板出口货源地及出口平均单价



浙江、福建、江苏、安徽、江西是我国中国已装拼的竹制多层地板五大出口货源地。从出口平均单价来看，浙江、福建和江苏出口单价相差不多，显著低于安徽，具有价格优势，占有较大的出口市场份额。

4.6. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制多层地板 (HS: 44187290) 出口情况

4.6.1. 2012 年 1-10 月中国已装拼的木制多层地板出口量和出口额

月份	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
			数量	金额
1月	96.6	124,631	61.4	109.4
2月	48.4	36,888	18.3	-53.4
3月	79.7	74,299	142.9	114.3
4月	121.1	270,441	106	380.5
5月	196.7	244,201	35.7	62.9
6月	164.8	179,428	-65.3	-83.5
7月	98.9	127,256	-60.5	-47.5
8月	110.1	142,362	-17.5	13.3
9月	87.3	122,400	-41.5	20.9
10月	68.4	84,976	10	-8.6
1-10月累计	1,072.0	1,406,882	-23.9	-30.7

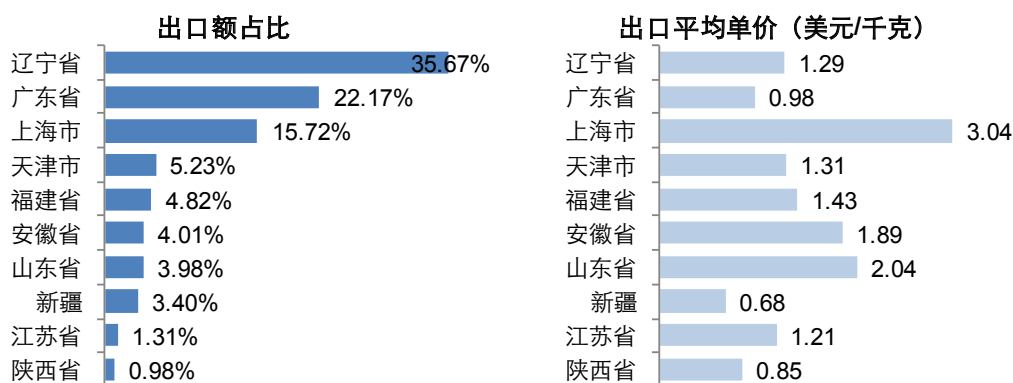
2012 年 1-10 月中国已装拼的木制多层地板出口量累计 1072 吨，同比减少了 23.9%，出口额累计 140.6 万美元，同比减少了 30.7%。尤其是自 6 月以来，出口量同比显著下降，出口形势严峻。

4.6.2. 2012年1-10月中国已装拼的木制多层地板主要出口市场

序号	国家 / 地区	数量 (吨)	金额 (美元)	比去年同期 ±%	
				数量	金额
1	朝鲜	375.333	456,350	148.7	211.2
2	澳门	254.727	250,206	23.7	16.7
3	安哥拉	67.5	192,813	1193.8	4512.8
4	台湾	62.248	77,216	9013.9	936.7
5	肯尼亚	55.763	73,201	/	/
6	加拿大	25	52,376	5.7	48.7
7	津巴布韦	28	52,200	0.0	0.0
8	哈萨克斯坦	70.6	47,859	-58.4	-50.6
9	日本	11.804	33,594	1305.2	220.1
10	土库曼斯坦	18.65	28,814	0.0	0.0

朝鲜、澳门、安哥拉是我国已装拼的木制多层地板前三大出口市场，分别占我国出口总额的32%、18%、14%。从以上表格中可以看出，虽然我国已装拼的木制多层地板整体出口形势严峻，出口量整体下降，但对前十大出口市场中的朝鲜、安哥拉、台湾、日本的出口量和出口额增长十分显著。

4.6.3. 2012年1-10月中国已装拼的木制多层地板出口货源地及出口平均单价



辽宁、广东和上海是我国三大已装拼的木制多层地板出口货源地，分别占我国出口总额的35.67%、22.17%、15.72%，合计占73.56%。从出口平均单价来看，三者中，广东的价格最低，辽宁略高于广东，上海价格较高。

五. 2012 年全球地板行业主要需求市场分析

5.1. 2012 年 1-8 月全球未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品 (HS:690790) 主要进口国家和地区

进口国家 / 地区	进口额 (千美元)	比去年同期
法国	169,627	-12.25%
美国	142,636	19.85%
尼日利亚	133,156	66.41%
俄罗斯联邦	132,556	19.30%
巴西	125,317	-5.94%
德国	117,087	14.65%
泰国	114,656	33.70%
比利时	66,223	-25.02%
瑞士	64,100	4.44%
英国	59,153	-10.58%

以上所列十大未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品进口国中,有 6 个国家进口额同比增长,其中增幅最大的是尼日利亚,同比增长了 66.41%,其次是泰国,同比增幅为 33.7%。出口额同比下降的国家有法国、巴西、比利时、英国,其中,降幅最大的是比利时,同比下降了 25.02%。

5.2. 2012 年 1-8 月全球上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品 (HS:690890) 主要进口国家和地区

进口国家 / 地区	进口额 (千美元)	比去年同期
美国	745,631	9.44%
法国	648,984	-8.45%
德国	332,884	-10.07%
俄罗斯联邦	293,195	1.00%
英国	205,732	-8.04%
加拿大	171,657	22.30%
澳大利亚	135,504	1.45%
韩国	122,377	-7.89%
智利	115,280	25.56%
奥地利	115,260	1.62%

以上所列十大上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品进口国中,有 6 个国家进口额同比增长,其中增幅最大的是智利,同比增长了 25.56%,其次是加拿大,同比增幅为 22.30%。出口额同比下降的国家有法国、德国、英国、韩国,其中,降幅最大的是德国,同比下降了 10.07%。

5.3. 2012 年 1-8 月全球强化木 (HS:4413) 主要进口国家和地区

进口国家 / 地区	进口额 (千美元)	比去年同期
法国	16,437	18.94%
澳大利亚	15,094	88.51%
波兰	14,934	40.37%
比利时	10,458	-26.99%
土耳其	10,168	-37.02%
荷兰	9,428	74.33%
英国	9,127	14.42%
意大利	8,332	-30.15%
韩国	7,354	41.89%
德国	6,896	-5.88%

以上表格中所列十大强化木进口国中,有 6 个进口额同比增长,分别是法国、澳大利亚、波兰、荷兰、英国、韩国,其中,澳大利亚增幅最大,同比增长了 88.51%,荷兰其次,增长了 74.33%。进口额同比下降幅度最大的国家是土耳其,降幅为 37.02%,其次是意大利,同比下降了 30.15%。

5.4. 2012 年 1-8 月全球已装拼的木制马赛克地板 (HS: 441871) 主要进口国家和地区

进口国家 / 地区	进口额 (千美元)	比去年同期
德国	9,801	-2.90%
瑞士	3,213	2.26%
法国	2,653	-9.30%
奥地利	2,124	-13.48%
美国	2,003	-20.64%

2012 年,全球已装拼的木制马赛克地板市场低迷,五大进口国中,四个国家的进口额同比下降,仅瑞士的进口同比微增 2.26%。

5.5. 2012 年 1-8 月全球已装拼的多层地板 (HS: 441872) 主要进口国家和地区

进口国家 / 地区	进口额 (千美元)	比去年同期
德国	178,202	9.10%
瑞士	104,709	-7.01%
美国	85,192	12.10%
比利时	70,651	0.48%
瑞典	65,719	-0.20%
意大利	62,982	-18.80%
英国	61,808	10.98%
奥地利	61,671	8.38%
俄罗斯联邦	59,069	-9.55%
法国	46,610	10.57%

2012 年 1-8 月全球已装拼的多层地板 (含木地板和竹地板) 主要市场的需求有增有降。德国、美国、英国、奥地利、法国进口额同比增长,增幅均在 10% 左右。瑞士和意大利、俄罗斯联邦的进口额同比减少,降幅分别为 7.01%、18.80%、9.55%,意大利的降幅最大。

六. 2012 年全球地板行业主要出口市场分析

6.1. 2012 年 1-8 月全球未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品 (HS:690790) 主要出口国家和地区

出口国家 / 地区	出口额 (千美元)	比去年同期
中国	1,689,628	20.73%
意大利	1,069,411	-2.44%
德国	128,807	4.01%
西班牙	97,175	6.26%
葡萄牙	55,125	-6.97%
土耳其	51,635	9.50%
波兰	43,663	-8.74%
荷兰	30,344	15.21%
捷克	25,039	-9.95%
法国	21,089	-3.20%

中国是全球最主要的未上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口货源国，2012 年 1-8 月出口额同比增长了 20.73%。意大利仅次于中国，在出口市场中占有较大市场份额，2012 年 1-8 月出口额同比减少了 2.44%。

6.2. 2012 年 1-8 月全球上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品 (HS:690890) 主要出口国家和地区

出口国家 / 地区	出口额 (千美元)	比去年同期
中国	2,062,171	37.98%
西班牙	1,731,500	0.94%
意大利	1,663,330	-8.13%
土耳其	346,406	16.15%
墨西哥	237,375	9.88%
巴西	174,079	-4.05%
葡萄牙	167,722	-5.02%
德国	156,834	-6.45%
波兰	123,827	9.92%
马来西亚	74,608	29.28%

中国、西班牙、意大利为全球最主要的三大上釉的大陶瓷砖、瓦、块及类似品出口货源国。从以上表格中可以看出，2012 年前 8 个月，三个市场中，仅中国出口额同比有明显的增长，增幅 37.98%。意大利的出口情况堪忧。

6.3. 2012 年 1-8 月全球强化木 (HS:4413) 主要出口国家和地区

出口国家 / 地区	出口额 (千美元)	比去年同期
土耳其	22,965	-38.69%
德国	20,720	-12.51%
意大利	11,378	-6.42%
荷兰	9,406	118.69%
比利时	9,269	-42.98%
西班牙	8,687	-13.67%
爱沙尼亚	7,939	-16.29%
波兰	5,949	-35.86%
罗马尼亚	5,255	-8.70%
中国	4,411	-2.24%

以上所列十大强化木的出口货源国中，仅荷兰的出口额同比增长了 1 倍多，其他国家均同比下降。

6.4. 2012 年 1-8 月全球已装拼的木制马赛克地板 (HS: 441871) 主要出口国家和地区

出口国家 / 地区	出口额 (千美元)	比去年同期
德国	4,088	-7.01%
奥地利	3,174	-6.43%
波兰	3,165	-29.81%
匈牙利	2,392	30.35%
墨西哥	1,778	64.63%

2012 年前 8 个月全球已装拼的木制马赛克地板主要出口货源国中，德国、奥地利和波兰出口额同比下降，波兰降幅最大，同比下降了近 30%。匈牙利和墨西哥分别增长了 30.35%、64.63%。

6.5. 2012 年 1-8 月全球已装拼的多层地板 (HS: 441872) 主要出口国家和地区

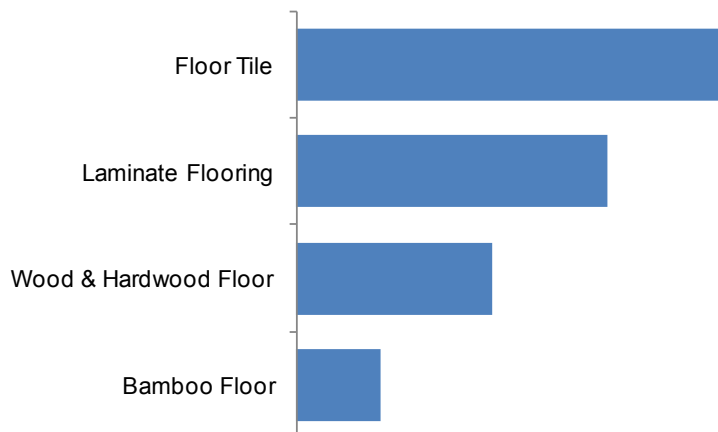
出口国家 / 地区	出口额 (千美元)	比去年同期
奥地利	172,247	-5.06%
瑞典	138,627	2.59%
德国	123,096	-1.21%
波兰	104,595	-9.95%
立陶宛	68,629	21.36%
中国	61,388	0.02%
比利时	47,943	7.08%
芬兰	40,852	-0.63%
塞尔维亚	37,076	-7.57%
荷兰	32,528	9.31%

2012 年前 8 个月，以上表格所列的十大已装拼的多层地板（含木地板和竹地板）主要出口货源国的出口额有增有降，增幅最大的是立陶宛，降幅最大的是波兰，同比下降了 10%。

七. 2012 年中国制造网数据分析

7.1. 中国制造网地板行业买家关注度排行

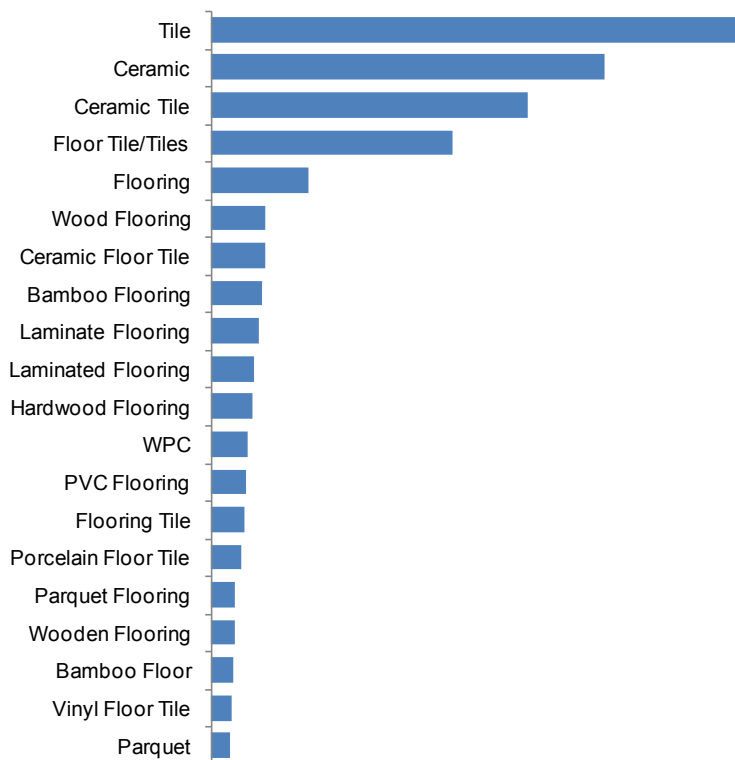
2012年1-11月中国制造网地板行业买家关注度排行



地板行业买家关注度排行可以看出，地板砖的关注度位居第一，其次是复合地板，木地板关注度位居第三，最后是竹地板。

7.2. 中国制造网地板行业热搜关键词

2012年9-11月地板行业热搜关键词



以上图中所列地板行业热搜关键词可以看出，以瓷砖为代表的地板砖的关注度遥遥领先，这与地板各子行业的关注度排行不谋而合。复合地板、木地板和竹地板同样仍然是地板行业买家关注的焦点。

7.3. 中国制造网地板行业买家分布

2012年1-12月Ceramic Tile TOP10买家分布

国家	百分比
印度	21.34%
美国	18.51%
英国	16.62%
巴基斯坦	7.51%
尼日利亚	7.36%
俄罗斯联邦	6.32%
马来西亚	5.93%
阿拉伯联合酋长国	5.80%
其他	5.40%
以色列	5.21%

统计时间截止2012年12月20日

2012年1-12月Wood Flooring TOP10买家分布

国家	百分比
印度	30.10%
英国	25.72%
美国	16.15%
澳大利亚	6.07%
韩国	4.80%
以色列	4.48%
加拿大	4.19%
巴西	3.08%
沙特阿拉伯	2.78%
墨西哥	2.63%

统计时间截止2012年12月20日

2012年1-12月Bamboo Flooring TOP10
买家分布

国家	百分比
尼日利亚	26.72%
澳大利亚	19.19%
英国	17.70%
美国	10.07%
南非	5.72%
德国	5.06%
墨西哥	4.59%
印度	4.33%
俄罗斯联邦	3.63%
马来西亚	2.99%

统计时间截止2012年12月20日

2012年1-12月Laminate Flooring TOP10
买家分布

国家	百分比
美国	30.31%
英国	12.55%
加拿大	12.12%
俄罗斯联邦	9.40%
亚美尼亚	8.67%
印度	7.17%
泰国	5.29%
澳大利亚	5.20%
塞尔维亚共和国	5.04%
土耳其	4.24%

统计时间截止2012年12月20日

印度对瓷砖和木地板的需求旺盛，搜索量均居榜首，在前十大需求市场中所占份额优势显著。此外，亚洲市场中，巴基斯坦、尼日利亚和马来西亚值得关注。

美国是我国地板最主要的需求国之一，对各种地板均有较大的需求，其中，复合地板的需求在前十大需求国中占比近 1/3。此外，北美市场中，加拿大和墨西哥也不同忽视，加拿大对木地板和复合地板的需求居前十位，墨西哥在木地板和竹地板的需求市场中同样占一席之地。

欧洲市场中，英国、俄罗斯联邦的需求较为旺盛。此外，德国对竹地板较为青睐。在竹地板前十大需求国中位列第六。

中国制造网行业分析专家组 (IAR Team) 成立于 2009 年 5 月，从最初的舆情监测到现今的行业分析和市场分析，集中了一批对数据有极高敏锐度的科研专才以及对行业走势有良好把握的经济研究人员，共同致力于为企业提供专业、精准的行业和市场分析报告。

IAR Team 联系方式

联系人：张莉 (女士)

电话：86-25-6677 5112

邮箱：iar@made-in-china.com



Made-in-China.com



- 本报告为焦点科技股份有限公司制作。报告中的所有商标、标识等为各商标权人所有。未经原商标权人的书面许可，任何组织和个人不得侵犯商标权人的合法权益。
- 报告中的文字、图片、图表等均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，没有经过原版权人的书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。
- 本报告中的相关数据由公司研究员采用市场收集等方法获得。由于收集来源、范围的限制，报告可能未能完全反映市场情况，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。
- 本报告只提供给客户作为参考资料，不运用于商业用途，对涉及到的相关法律问题本公司不承担法律责任。