



作者：鲁光远、王中净、朱
嘉林

电话：010-58352887

邮箱：luguangyuan@xinhua.org

编辑：刘 琼

审核：范珊珊

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



瓷砖行业集中度提升，龙头产能扩张将继续

受到政策、渠道以及消费者品牌意识觉醒等因素的影响，瓷砖行业的市场集中度有望快速提升，龙头企业将普遍受益。

成本控制能力事关瓷砖行业的核心竞争力，由此导致规模优势将会愈发重要，瓷砖产能的快速扩张在今后一段时间将会进一步提速。

目录

一、瓷砖行业市场集中度有望快速提升.....	3
二、成本控制能力是瓷砖行业的核心竞争点.....	6

图表目录

图表 1：规模以上建筑陶瓷企业销售额（亿元）.....	3
图表 2：三大瓷砖上市企业市场占有率.....	4
图表 3：建筑陶瓷五年内首选率变化.....	5
图表 4：规模以上建筑陶瓷企业数量.....	5
图表 5：瓷砖产能排名前十的企业.....	6

瓷砖行业集中度提升 龙头产能扩张将继续

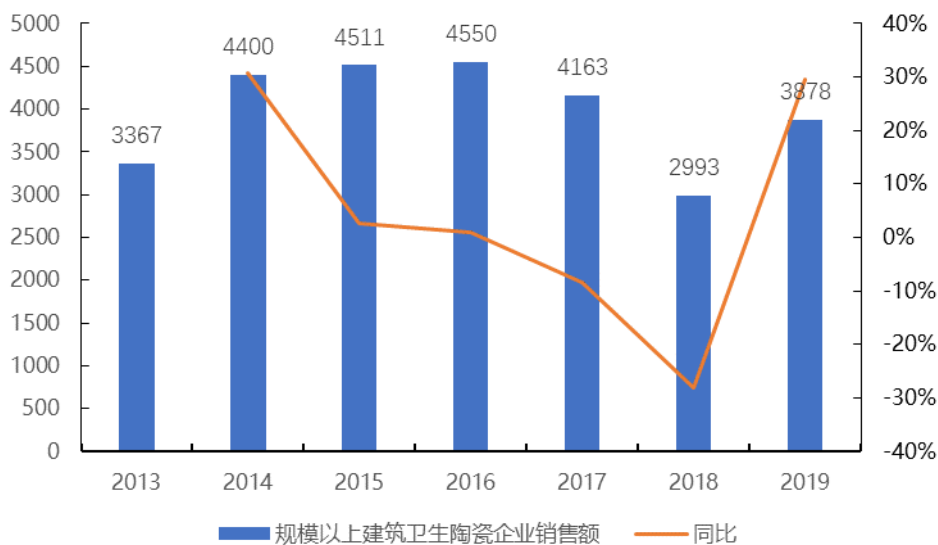
受政策、渠道以及消费者品牌意识觉醒等因素的影响，瓷砖行业的市场集中度有望快速提升，龙头企业将会普遍受益。

成本控制能力事关瓷砖行业的核心竞争力，由此导致规模优势将会愈发重要，龙头企业产能扩张趋势将延续。

一、瓷砖行业市场集中度有望快速提升

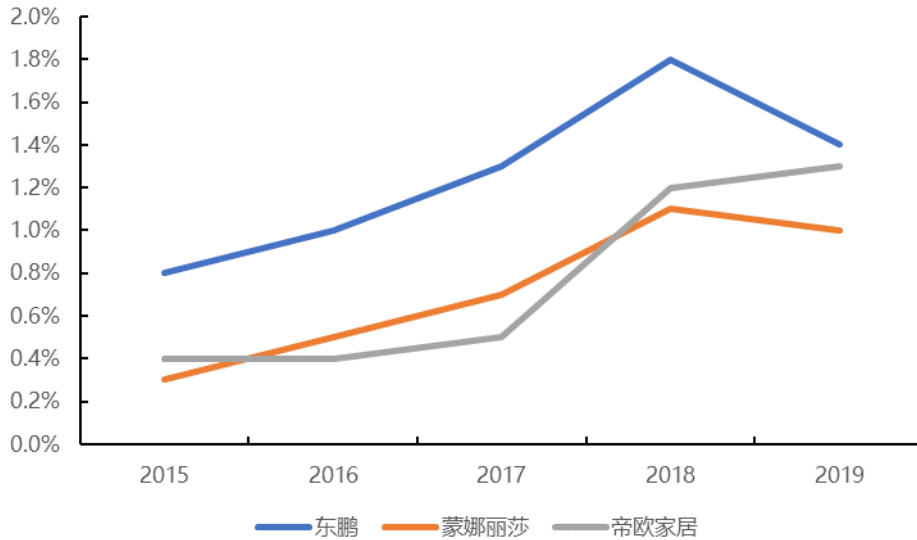
中国是瓷砖生产大国，但产业集中度不高，2020年前十大瓷砖企业的集中度也只有18%。2019年中国规模以上建筑陶瓷企业销售额达到3878亿元，同比增长29.6%，但行业格局却比较分散，目前三大上市公司（东鹏控股、蒙娜丽莎、帝欧家居）的市占率分别为1.43%、0.97%、1.28%。即便是龙头唯美集团（品牌为马可波罗）其市占率也不足3%。

图表 1：规模以上建筑陶瓷企业销售额（亿元）



来源：中国建筑卫生陶瓷协会、新华财经

图表 2：三大瓷砖上市企业市场占有率



来源：Choice、新华财经

但值得关注的是，受益于政策推动、工程渠道快速发展、品牌意识觉醒等因素，瓷砖行业的市场集中度正在逐步提升。

政策层面：传统陶瓷行业为高能耗、高污染行业，近年来大量有关于陶瓷行业的政策法规相继出台，不断提升陶瓷行业的环保标准；相应的，陶瓷行业的生产成本也逐渐增加。政策对行业的影响主要体现在产能减少、成本增加。

例如，2019年发改委颁布《产业结构调整指导目录（2019年本）》，要求淘汰土窑、倒焰窑、多孔窑、煤烧明焰隧道窑、隔焰隧道窑、匣钵装卫生陶瓷隧道窑。生态环境部最新公布的《污染天气重点行业应急减排技术指南（2020年修订版）》，该指南将建筑陶瓷企业划分为A、B、C、D四级，在重污染天气预警期间，BCD类企业会被要求限产甚至停产，唯有A级企业不受影响。

其次政策对于行业的影响也体现在成本的增加。例如2019年，拥有45家建陶企业的临沂产区，开始实施清洁能源改造，“煤改气”后仅剩21家陶瓷企业、35条生产线；安徽芜湖鸠山经济开发区仅有的3家陶瓷企业也因为煤改气政策的推行而全部选择直接关停拆除。

工程渠道方面：工程渠道的市场集中度较高，主要是因为房地产偏向于选择产能供应以及服务能力较强的规模较大的陶瓷企业。此外，为了提升自身商品房的价值，房产公司也倾向于选择品牌力强的大企业的产品。短期来看，工程渠道的集中度高直接从数据上拉升了市场集中度，从长期来看，工程渠道的发展也是一个品牌对用户的培养过程。

图表 3：建筑陶瓷五年内首选率变化

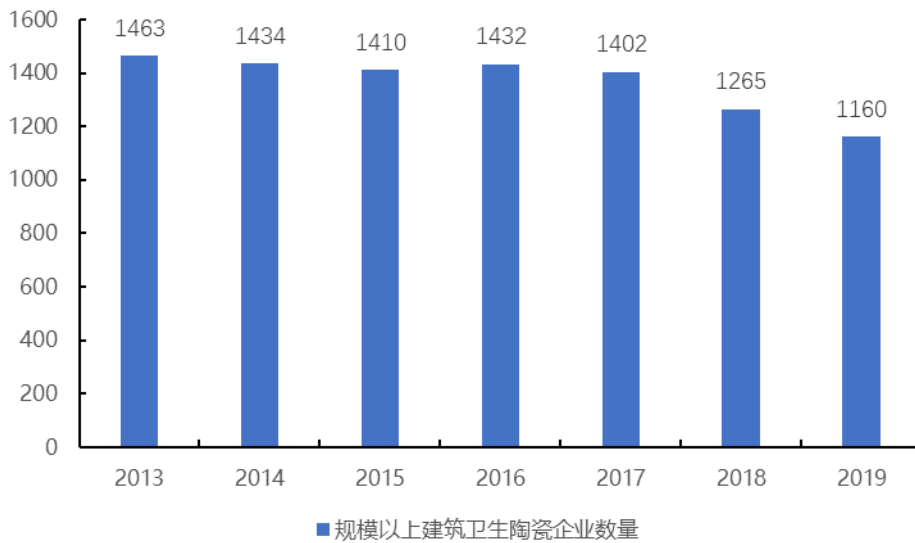
排序	2015		2016		2017		2018		2019	
	品牌	首选率	品牌	首选率	品牌	首选率	品牌	首选率	品牌	首选率
1	马可波罗	17%	马可波罗	18%	马可波罗	19%	马可波罗	20%	马可波罗	20%
2	东鹏	16%	东鹏	14%	蒙娜丽莎	16%	蒙娜丽莎	17%	蒙娜丽莎	17%
3	诺贝尔	15%	诺贝尔	13%	东鹏	14%	欧神诺	14%	欧神诺	14%
4	新中源	13%	新中源	12%	诺贝尔	12%	东鹏	13%	东鹏	12%
5	欧神诺	12%	蒙娜丽莎	12%	欧神诺	12%	诺贝尔	12%	欧美	10%
6	冠军	5%	欧神诺	11%	冠球	8%	欧美	8%	冠球	7%
7	金意陶	4%	冠球	4%	新中源	6%	冠球	7%	能强	6%
8	蒙娜丽莎	4%	金意陶	3%	欧美	3%	金意陶	4%	诺贝尔	3%
9	冠珠	3%	欧美	2%	能强	2%	能强	3%	简一	2%
10	简一	2%	简一	2%	亚细亚	1%	新中源	1%	亚细亚	1%
总计		91%		91%		93%		99%		92%

来源：中国房地产业协会、中国房地产测评中心、新华财经

品牌意识方面：虽然当前瓷砖行业的市场集中度较低，并且龙头厂商或品牌的全国化仍在布局当中，但不同品牌间的产品在终端市场上已经出现了价格差异，这说明瓷砖行业的品牌溢价已经形成，龙头企业的品牌影响力也正在构建，也会加速未来瓷砖行业的市场集中度提升。

数据显示，我国规模以上建筑卫生陶瓷企业数量持续下降，“十三五”期间，我国前十大陶瓷企业的集中度从 15%提升到 18%，全国瓷砖产能 20 大陶企共拥有瓷砖生产线 427 条，占全国瓷砖生产线总数的 17.5%；瓷砖年产能合计达 22.961 万平方米，占全国瓷砖总产能的 17.5%。产业集中度提升的趋势愈发明显（中国建筑卫生陶瓷协会）。

图表 4：规模以上建筑陶瓷企业数量



来源：中国建筑卫生陶瓷协会、新华财经

二、成本控制能力事关瓷砖行业的核心竞争力

行业集中度提升趋势确定性明显，但尚未出现真正意义上的全国化建陶企业，行业龙头即便已经初步构建起了自身的竞争壁垒，但优势并不突出，也还需要持续不断的对自身的竞争壁垒进行加深加固。我们认为，当前行业至少前十名企业都具有未来冲击行业龙头的实力。

图表 5：瓷砖产能排名前十的企业

排名	企业名称	生产线数量 (条)	年产能 (亿平方米)
1	新明珠集团	44	2.21
2	唯美集团	50	2.18
3	华硕陶瓷集团	18	1.49
4	宏宇集团	46	1.46
5	东鹏控股	31	1.43
6	新权业企业	13	1.41
7	蒙娜丽莎集团	35	1.33
8	昊晟企业	17	1.15
9	新锦成集团	21	1.06
10	顺成集团	22	1.04

来源：中国建筑卫生陶瓷协会、新华财经

相对来讲，瓷砖行业没有太强的技术壁垒，在品质评价方面又有大量可以量化的技术指标，再加之在当前阶段市场集中度低，真正有全国影响力的企业尚未出现。至少在目前，品牌力并不是行业的核心竞争要素，即便未来行业集中度提升，全国性的品牌出现，瓷砖行业品牌力的重要性预计

也难以达到很高的水平，相对应的，成本控制下所体现出的性价比优势将成为决定行业内企业发展的根本。

成本的控制可以划分为生产成本和渠道成本，其中生产成本是关键（因为瓷砖行业是性价比致胜的行业，相对来说，生产成本优势能够承受住相对更大的渠道成本，给与经销商更大的盈利空间，进而促进渠道的发展）。生产成本的控制主要通过扩张产能和销量进而产生规模效应实现，同时在不同的区域扩张产能也能够有效缩短运输距离，压缩流通成本，覆盖更多销售区域。

根据中国建筑卫生陶瓷协会的信息，2020年来，虽然全国不少陶企被淘汰出局，但龙头陶企扩张异常迅猛，蒙娜丽莎集团、东鹏控股、欧神诺等上市陶企大肆跑马圈地，点火投产的新生产线接踵而至，产能规模日新月异，快速增长。此外，新明珠集团计划在江西生产基地再投资10亿元，规划建设5条智能化生产线；宏宇集团在广西藤县拿地约2600亩，投资总额不低于20亿元，规划建设12条陶瓷生产线；诺贝尔集团投资50亿元落户安徽芜湖，规划建设15条高端、智能建筑陶瓷生产线和1条TCM特种建筑陶瓷膜生产线；外墙砖龙头旭日集团与湖南攸县签订10亿元投资协议。江西太阳陶瓷集团、瑞阳陶瓷集团仍处于扩张状态，2020年均与高安市政府签约新基地项目，产能规模仍有较大增长空间。

上市瓷砖企业具有行业内靠前的规模体量，同时具有融资便利，在未来的产能扩张浪潮中可以借助资本市场进行融资进而占据相对优势。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。