

# 2014-2019年中国壁纸行业 深度研究与投资前景调研报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国壁纸行业深度研究与投资前景调研报告》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/55916542CW.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

据相关数据统计显示，2012进口壁纸生产原纸比2011年同比下降49%，全年供应量在1万左右，进入2013年国内壁纸用原纸供应量达0.76万吨，同比下降24%。

智研数据研究中心发布的《2014-2019年中国壁纸行业全景调查及发展趋势研究报告》对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。数据来源：中国建筑装饰装修材料协会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，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

### 第一部分发展现状与前景分析 1第一章 全球壁纸市场发展分析 1第一节 全球壁纸市场及发展趋势 1

一、2012-2013年全球壁纸市场分析 1壁纸行业是随着房地产热潮的逐步兴起，快速成长起来的朝阳产业。随着全球居民收入的提高和建筑规模的扩大，壁纸市场也在蓬勃发展。全球建筑行业的积极发展，尤其是大众多层住宅楼的大规模建造，是其发展的主要因素；同时由于90%的房屋售卖都不带室内装修，也促使对壁纸需求的不断扩大。因此，全球壁纸市场正经历快速发展的时期，呈现出良好的运行态势，行业运行将会迎来新的发展机遇。统计显示，2010年全球壁纸市场规模约184亿美元。2011年，全球壁纸市场规模增至207亿美元。2012年，全球壁纸市场规模为230亿美元。截止2013年，全球壁纸市场规模为256亿美元。2007-2013年全球壁纸市场规模

年份	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	市场规模 (亿美元)
	120	122	146	184	207	230	256	

数据来源：智研数据研究中心整理

二、2014-2019年全球壁纸发展趋势 1目前，市场上的壁纸品种繁多且层出不穷，诸如胶面PVC壁纸、纯纸壁纸、金属壁纸、液态壁纸等。近日，一种新型材质壁纸——无纺布壁纸开始走俏国内外高档家居市场，主要用于客厅、卧室或者书房装饰。因为用布艺制作的造型更有凹凸感，也更容易体现个性化。无纺布壁纸在欧美国家颇为流行，这种壁纸由于材质主要以棉、麻为主，不用纺织，因而环保性能优良。适应市场的需要，在日本，已有企业研发出一种新型无纺布壁纸。这种壁纸使用底纸和透气性能良好的纺织品夹住无纺布制成，而被夹住的无纺布含有一些特殊成分，能够吸收室内空气中的有害化学成分，防止病虫害，且具防霉、除臭的优异功能。以棉和麻为主要材质的无纺布壁纸，其制作过程是将一些纤维进行定向或随机的撑列，使其呈现纤网的结构，再用机械、热粘的方法加固而成。无纺布壁纸有两种。一种是通体都是无纺布的壁纸，这个品种具有尺寸稳定、伸缩率稳定的优点，在接缝处不会出现变形出缝的情况，适宜大面积铺贴。另一种则为纯纸表层和无纺布基层相结合的壁纸，它将无纺布的稳定性和壁纸的靓丽结合在一起，花色图案丰富，易于更换，能够满

足消费者个性化装修的需求。三、2014-2019年全球壁纸技术趋势 2第二节 2012年全球壁纸市场分析 4一、2012-2013年全球壁纸消费分析 42007年全球壁纸消费总量为52.1亿平方米，2008年全球壁纸消费总量为52.85亿平方米，环比增长1%，其中中国为4亿平方米，环比增长20%，增速为全球第一。全球总的消费量基本持平，中国增长速度最快，达到20%的增长。与欧美、日本等发达国家高达70-80%的市场占有率相比，在中国，壁纸作为内墙装饰材料的使用率仅为2-3%，人均消费壁纸仅为0.3平方米，而日本则为5.4平方米，目前中国壁纸的普及率依然不高，由此可见中国的墙纸市场潜力非常可观。据相关数据统计显示：2010年全球壁纸产量总量达到74.2亿平方米，市场规模约184亿美元。2011年，全球壁纸消费量达到82.11亿平方米，2012年消费量达到91.28亿平方米。截止2013年，全球壁纸消费量达到102.13亿平方米。

年份	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
全球壁纸消费量（亿平方米）	52.1	52.85	62.12	73.36	82.11	91.28	102.13

数据来源：智研数据研究中心整理

二、2012-2013年重点壁纸市场消费 4全球壁纸的重点消费国家除中国外还包括美国、日本、韩国、德国、俄罗斯等，其市场消费量如下表所示：2013年全球重点市场壁纸消费量（亿平方米）

年份	美国	日本	韩国	德国	俄罗斯
消费量（亿平方米）	11.3	8.6	3.4	5.8	6.1

数据来源：智研数据研究中心整理

三、2012-2013年中外壁纸市场对比 5从国内和国外市场对比来讲，有以下几个差异性：首先是产品，目前国内市场上最主流的产品都是进口产品，其产品的风格、设计、原创性为企业提供了非常丰富的血液和源泉。其次国外的企业在时间、历史、工艺以及设计方面，都有非常深厚的积淀，从而形成了他们行业生存的整套模式。第三严格规划，国外墙纸企业从设计出的样式、款式，是否符合市场未来的预期，都是经过事先严格规划的，是按照科学的手段一步一步去实现。而这些恰恰是我们现阶段所欠缺的。国内墙纸企业有的仅仅只是一个概念，缺乏的是实现这个概念的手段。为此，我们必须虚心的学习、模仿直至超越国外墙纸企业，这样才能为国内的老百姓提供性价比好的产品。

第三节 主要国家地区壁纸市场分析 5一、2012-2013年日韩壁纸市场分析 5二、2012-2013年德国壁纸市场分析 5三、2012-2013年俄罗斯壁纸市场分析 6

第二章 我国壁纸行业发展现状 7第一节 我国壁纸行业发展现状 7一、我国壁纸行业发展历程 7二、我国壁纸业发展的问题 10三、壁纸行业品牌发展现状 11四、我国壁纸技术发展现状 11

第二节 2012-2013年我国壁纸行业发展状况 11一、2012年中国壁纸行业发展回顾 11二、2012年中国壁纸的普及率情况 13三、2013年我国壁纸市场特点分析 14四、2013年我国壁纸市场发展分析 15五、2013年我国壁纸市场存在问题 15

第三节 2013-2014年中国壁纸行业供需分析 16一、2013年中国壁纸总消费需求 16二、2013年中国壁纸原纸供给分析 16三、2013年中国壁纸市场需求分析 16四、2014年壁纸消费容量及其潜力 17五、2014年中国壁纸市场发展空间 17

第三章 中国壁纸行业经济运行分析 18第一节 2012年壁纸行业运行情况 18一

、2012年壁纸行业运行情况 18二、2012年壁纸行业十大品牌 18第二节 2012年壁纸行业产量分析 20一、2012年我国壁纸产量分析 20二、2012年我国壁纸消费需求 21第三节 2011-2013年壁纸行业进出口分析 21一、2011-2013年壁纸业进出口总量及价格 21二、2011-2013年壁纸行业进口总量及价格 22三、2011-2013年壁纸行业出口总量及价格 23 第四章 中国壁纸消费市场分析 24第一节 壁纸消费者需求特征分析 24一、壁纸逐渐受到家装的青睐 24二、顾客要求不断提高，崇尚自然健康 24三、满足家庭装饰对个性化、人文化的追求 24四、朋友推荐最受欢迎 24第二节 2012年壁纸市场消费需求分析 25一、需求推动壁纸市场扩张 25二、壁纸品牌推广整体软装 25三、壁纸企业觅得市场商机 26四、未来壁纸市场份额展望 26第三节 2011-2013年壁纸消费市场分析 26一、2012年壁纸市场消费者偏好 26二、2012年壁纸的消费市场分析 27三、2012年各界对壁纸市场分析 27四、2013年壁纸市场消费者偏好 27第四节 2012年壁纸市场消费者调查分析 28一、壁纸市场认可度 28随着中国经济的发展，壁纸作为一种家庭装饰的内墙材料正在逐渐得到人们的重视和认可，目前家用壁纸在中国的保有量虽然仅为5%左右，但增长幅度却达到每年20%以上，而且这种势头正在逐年扩大。由于壁纸独特的机理和富于个性化的使用效果，已经有相当一部分消费者在装饰自己新居时会考虑局部或全部使用壁纸，其中以有一定经济实力的中年人居多。二、不同材质壁纸的选择 28根据壁纸的分类，市场上各种类型壁纸销售比例大致为：PVC约占60-70%、纯纸占20%（其中韩国纯纸因其性价比较高约占纯纸销售的5成左右的份额，欧美风格的纯纸产品由于价格较贵，且风格较为古典，较少受到消费者尤其是北方消费者的青睐）、无纺纸虽仅占10%，但无纺纸上升势头最为明显，最有可能成为未来几年市场上壁纸销售的主力军；其它如天然材质、沙岩、玻璃珠、绒面纸等约占5%左右。三、最受欢迎的壁纸品牌 28目前，壁纸市场品牌众多，鱼龙混杂。调查结果显示，瑞宝壁纸以13.3%的认知度位居所有被调查品牌的第一位。紧随其后的是格莱美、柔然、欧雅等国内知名品牌。然而，分析数据不难发现，瑞宝虽然坐头把交椅，但其与格莱美、柔然、欧雅等品牌的差距其实并不大。这无疑说明，当前国内壁纸市场的竞争相当激烈。市场没有出现一支独大的状况，从某种角度来看，也许能更好促进市场的均衡发展。

数据来源：智研数据研究中心整理四、消费者最关注的问题 29五、消费者认为存在的问题 30六、消费者最能接受的价格 30七、消费者购买壁纸首选渠道 31

随着环保概念的深入人心，质疑建材产品的环保性能已成为消费者的思维惯性。建材企业一直以来也无法回避。这样的质疑同样出现在了壁纸的选购之中。从第6项和第7项的调查来看，消费者“左右为难”的心情显而易见。数据来源：智研数据研究中心整理调查数据显示，22.7%的消费者在选购壁纸时，主要是看中壁纸的环保性能，这也成为壁纸选购的首要因素。第五章 壁纸关联产业发展分析 32第一节 房地产行业发展分析 32一、2013年我国

建筑业总产值情况 32二、2013年我国建筑行业发展分析 33三、2014年房地产业市场运行情况 33四、2014年房地产市场走势与发展 39第二节 家装行业发展分析 52一、2013年家装行业发展情况分析 52二、2013年软装市场发展情况分析 53三、2014年家装行业发展趋势分析 54四、2014年家装行业市场规模预测 56第三节 建材行业发展分析 56一、2013年建材行业运行情况分析 56二、2013年我国建材市场发展分析 57三、2014年我国建材消费情况分析 59四、2014年我国建材市场供需分析 61第四节 涂料行业发展分析 62一、2013年涂料行业经济运行分析 62二、2013年我国涂料行业发展分析 69三、2014年涂料行业开年动向走势 70四、2014年涂料行业发展分析预测 72 第六章 壁纸行业投资与发展前景分析 74第一节 2012年壁纸行业投资机会分析 74一、2013年环保壁纸投资机会 74二、2014-2019年液体壁纸投资机会 75第二节 2014-2019年壁纸行业发展前景分析 75一、2014-2019年环保壁纸发展前景分析 75二、2014-2019年胶面壁纸市场前景分析 76三、2014-2019年防水壁纸市场前景分析 77 第二部分 市场竞争格局与形势 78第七章 壁纸行业竞争格局分析 78第一节 2012年壁纸市场竞争力分析 78一、2012年壁纸市场竞争力 78二、2012年壁纸市场畅销排名 78三、2012年壁纸市场占有率 78第二节 2012年壁纸行业竞争格局分析 79一、2012年壁纸行业竞争格局分析 79二、2011年壁纸市场竞争存在问题 80三、2013年壁纸行业竞争形势分析 80第三节 我国壁纸、涂料行业竞争分析 81一、壁纸、涂料行业竞争历程分析 81二、壁纸、涂料行业竞争现状分析 81三、壁纸、涂料行业未来竞争预测 81第四节 壁纸、乳胶漆市场竞争分析 82一、壁纸、乳胶漆市场竞争分析 82二、壁纸使用率与发展前景分析 82三、未来壁纸行业竞争策略分析 82 第八章 2014-2019年中国壁纸行业发展形势分析 84第一节 壁纸行业发展概况 84一、壁纸概述 84二、壁纸分类介绍 84三、2012年新型壁纸汇总 85第二节 2011-2013年壁纸行业市场情况分析 86一、壁纸业规模与利润状况 86二、2012年壁纸市场存在的问题 87三、2011-2013年金融危机的影响 88第三节 2014-2019年中国壁纸行业发展形势分析 89一、2014-2019年我国经济形势分析 89二、2014-2019年壁纸行业政策形势 102三、2014-2019年中国壁纸行业发展形势分析 103 第三部分 赢利水平与企业分析 104第九章 中国壁纸行业赢利水平分析 104第一节 总体规模分析 104一、2012年企业数量结构分析 104二、2012年新增企业数量分析 104第二节 成本分析 105一、壁纸行业成本分析 105二、2013年家装成本走势分析 106第三节 盈利水平分析 106一、2012年壁纸行业价格走势 106二、2012年壁纸行业利润分析 107 第十章 壁纸重点企业发展分析 108第一节 圣象(中国驰名商标) 108一、企业概况 108二、2012年发展状况 109三、2012年经营业绩 110第二节 玉兰(中国驰名商标) 110一、企业概况 110二、竞争优势 110三、2013年发展动态 111第三节 欧雅(中国驰名商标) 112一、企业概况 112二、发展状况 112三、广告策略 113第四节 爱舍(中国驰名商标) 115一、企业概况 115二、竞争优势 115三、2012年发展状况 115第

五节 布鲁斯特（中国驰名商标） 116一、企业概况 116二、产品介绍 116三、竞争优势  
117第六节 柔然（中国驰名商标） 117一、企业概况 117二、发展状况 117三、2012年品  
牌价值 118第七节 雅帝（中国驰名商标） 118一、企业概况 118二、产品介绍 118三、  
成功案例 118第八节 摩曼（中国驰名商标） 119一、企业概况 119二、壁纸特点 119三  
、2012年发展状况 119第九节 天丽（中国驰名商标） 119一、企业概况 119二、竞争优势  
120三、2012年发展动态 120第十节 格莱美（中国驰名商标） 120一、企业概况 120二、  
发展理念 120三、2013年发展动态 121第十一节 北京特普丽装饰装帧材料有限公司 121一  
、企业概况 121二、发展历程 122三、经营发展状况 123 第四部分投资策略与风险预  
警 124第十一章 壁纸行业投资策略分析 124第一节 行业发展特征 124一、壁纸生命周期  
124二、行业发展格局 127三、行业进入壁垒 127第二节 壁纸行业投资策略分析 128一、  
家居店投资策略分析 128二、壁纸行业投资策略分析 128三、液体壁纸投资策略分析  
128第三节 液体壁纸行业投资效益分析 129一、市场分析 129二、市场优势 129三、市场  
推广 130四、市场容量与前期投资 131五、投资效益分析 133第四节 壁纸行业投资策略  
研究 133一、技术开发战略 133二、产业战略规划 133三、业务组合战略 134四、营销  
战略规划 134五、区域战略规划 137 第十二章 壁纸行业投资风险预警 138第一节 2013年  
我国装建材投资风险分析 138一、2013年建材行业投资风险分析 138二、2013年我国建材  
行业风险抵御能力 138第二节 家居行业投资风险分析 139一、山寨名牌充斥家居市场 139  
二、小品牌急功近利促使抄袭 139三、市场变革或提高品牌门槛 140第三节 2013年我国对外  
贸易预警 140一、2012年我国对外贸易情况 140二、2013年我国对外贸易预警 141三、2013  
年人民币汇率变化及影响 144 第五部分发展趋势与规划建议 146第十三章 壁纸行业发展趋  
势分析 146第一节 2014-2019年中国壁纸市场潜力分析 146一、2014-2019年壁纸行业发展潜力  
146二、壁纸行业的振兴与可持续发展趋势 146第二节 2014-2019年中国壁纸行业趋势分析  
147一、2014-2019年中国壁纸行业趋势分析 147二、2014-2019年液体壁纸发展形势分析 148三  
、2014-2019年壁纸市场流行趋势分析 148第三节 2014-2019年壁纸行业发展趋势展望 149一  
、2014-2019年壁纸材质发展趋势展望 149二、2014-2019年壁纸行业营销趋势展望 150三  
、2014-2019年壁纸行业合作趋势展望 152四、2014-2019年壁纸品牌建设趋势展望 152 第十四  
章 2014-2019年壁纸企业管理策略建议 154第一节 壁纸品牌营销策略建议 154一、提炼核心价  
值 154二、整合宣传方式 154三、强化传播效果 154四、品牌塑造策略 155第二节 壁  
纸终端市场推广策略 155一、装修公司 155二、工程业主 155三、涂料店或其它建材店  
156四、其它推广对象 156第三节 液体壁纸营销策略和措施 156一、核心营销 156二、  
市场定位策略 156三、产品策略 157四、销售策略 157第四节 对我国壁纸品牌的战略  
思考 157一、壁纸品牌的特性和作用 157二、壁纸品牌价值战略研究 158三、我国壁纸品

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/55916542CW.html>