



2017 中国房地产产业链 战略诚信供应商研究报告

全联房地产商会产业链创新合作分会

Industry Chain Innovation Cooperation Branch of China Real Estate Chamber of Commerce

1 发布背景

主办方介绍	01
背景及意义	06
研究报告体系	07

2 报告成果

VRV 多联机空调类	09
电梯类	11
低压电器类	13
楼宇对讲类	15
停车设备类	17
热水器类	19
净水设备类	22
新风系统类	24
防水材料类	26
门窗类	28
厨房电器类	38
橱柜类	40
陶瓷卫生洁具类	42
建筑陶瓷类	44
地板类	46
石材类	48
建筑涂料类	50
保温装饰复合板类	53
照明灯具类	55
开关插座类	57
管件管材类	59
电线电缆类	61
其它类	63

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

主办方介绍

全联房地产商会介绍：

全联房地产商会是经民政部批准，注册登记为国家一级社团法人，目前是中国房地产界最具影响力的两大行业组织之一，为中华全国工商业联合会直属商会。商会目前拥有包括房地产开发商、部品供应商、规划设计企业及金融机构等在内的 5000 多家会员，其中三分之二的会员为房地产企业，核心会员单位包括富力地产、碧桂园、恒大地产、保利地产、万科地产、招商蛇口、新城控股、世茂地产、旭辉地产、阳光城、中国金茂、路劲地产、山水文园、当代置业等众多知名房企。

全联房地产商会第四届理事会

名誉会长 聂梅生 清华校友房地产协会会长

会长 张 力 广州富力地产股份有限公司董事长、总裁

副会长 (按姓氏笔画排序)

刁志中	广联达科技股份有限公司董事长
王 兵	中国建材股份有限公司副总裁，北新集团建材股份有限公司董事长
王建军	中国宏泰发展董事局主席
王振华	新城控股集团有限公司董事长
左 晖	链家控股董事长
田 明	朗诗集团股份有限公司董事长
冯 仑	万通投资控股股份有限公司董事长
刘 肖	万科集团副总裁、北京万科董事长兼首席执行官
刘天濠	中民投资管理集团有限公司总裁
许 雷	云南城投集团董事长
许永军	招商局蛇口工业区控股股份有限公司总经理
许世坛	世茂集团董事局副主席兼执行董事
许华芳	宝龙集团发展有限公司总裁
李 华	卓越置业集团有限公司董事长

李 辙	山水文园投资集团董事局主席
李从瑞	中国金茂控股有限公司总经理
李晓东	建银精瑞资本管理集团董事长
沈宏泽	光明地产集团总裁
杨 铿	蓝光投资控股集团董事局主席
何剑波	五矿地产有限公司总经理
沈东进	中交地产集团党委书记
宋广菊	保利集团党委常委，保利地产董事长
张 剑	远大住宅工业集团股份有限公司董事长
张 鹏	当代置业（中国）执行董事兼总裁
张民耕	盛世神州房地产投资基金有限公司董事长
张宝全	今典投资集团有限公司董事长
张雪舟	精瑞（中国）不动产开发研究院院长
张章笋	国瑞置业有限公司董事长
陈启建	甘肃省房地产业商会会长、华富集团董事长
陈建铭	上海三盛宏业投资（集团）有限责任公司董事长
林 峰	旭辉集团股份有限公司总裁
林昭远	越秀地产股份有限公司执行董事、副董事长及总经理
林荣滨	福建三盛地产集团董事长
林腾蛟	阳光城集团股份有限公司董事局主席
周 政	中粮集团副总裁、中粮置地董事长
周孟波	中国中铁股份有限公司副总裁
单伟豹	路劲地产集团有限公司董事局主席
耿建明	荣盛房地产发展股份有限公司董事长
莫 斌	碧桂园总裁兼执行董事
夏 进	中国电建地产集团有限公司董事长、党委书记
夏海钧	中国恒大集团董事局副主席，总裁
柴志坤	北京天鸿置业有限公司董事长
钱建蓉	中锐控股集团有限公司董事长
徐树山	天津环渤海房地产商会会长，津东集团董事长
徐晓亮	复星地产控股董事长
高一轩	京投发展股份有限公司副董事长、总裁
唐 军	首创置业集团总裁
黄文仔	星河湾集团董事长

监 事 长 王 宏 中建钢构有限公司董事长、党委书记

副 监 事 长 孟繁军 中国建筑金属结构协会秘书长助理兼联络部主任

秘 书 长 赵正挺

全联房地产商会产业链创新合作分会介绍：

全联房地产商会产业链创新合作分会是全联房地产商会的直属二级机构，以“共享、开放”为宗旨，以“建立生态产业链”为使命。是由全国百强房地产企业、金融机构、总包、装修设计、景观绿化、门窗幕墙、材料设备类供应商以及与房地产产业链相关的企业、团体和个人自愿结成的行业性、全国性、非营利性社会团体。

全联房地产商会产业链创新合作分会专家团组织机构：

名誉会长	聂梅生	全联房地产商会创会会长、清华校友总会房地产行业协会会长
发起人	赵正挺	全联房地产商会秘书长
监事长	孟繁军	中国建筑金属结构协会秘书长助理、中国房地产部品采购联盟常务副秘书长
副监事长	秦 晶	全联房地产商会会员部主任
会长	张晓梅	山水文园投资集团执行董事兼 CEO
副会长	杨丽兴	碧桂园控股副总裁
	欧阳捷	新城控股集团股份有限公司副总裁
	顾雪全	绿地控股集团有限公司采购副总
	陈嘉健	世茂集团采购公司总经理
	吴晨光	旭辉集团股份有限公司工程采购总经理
	谢远建	朗诗地产副总裁
	魏振波	山东华德隆建材科技有限公司总裁
	邓啟棠	蒙娜丽莎集团股份有限公司董事副总裁
	马俊清	北京米兰之窗节能建材有限公司董事长
	陈啸天	全联房地产商会企业研究分会秘书长、亿翰股份董事长
顾问	陈 音	当代节能置业股份有限公司执行董事、首席技术官
	孙克放	全联房地产商会顾问、原住建部住宅产业化中心副总工程师
	宫铁军	中欲睿信（北京）资产管理有限公司董事总经理
	高少义	全联房地产商会首席电子商务专家、旺材电商董事长

秘书长 马学明

执行秘书长 刘爱敏 山水文园集团总裁助理

副秘书长 吴彩萍 丁雪梅 张雨岚 朱传福 杜小林 柳臣成 张 雷 吕 彬

分会常务理事专家成员（按姓氏拼音排名）

鲍 磊	蔡开溢	曾志超	车 军	车永华	陈嘉健	陈 亮	陈 敏
陈 平	陈 音	陈志希	程楚斌	丁宝刚	丁雪梅	董雅滨	董智勇
董智勇	都 军	杜小林	冯 涛	傅申森	高 华	高 华	高建文
高 岩	葛敬然	宫铁军	古哲凡	顾雪全	郭 兵	郭海伦	郭跃权
杭国薇	郝 宇	黄冬梅	黄剑龙	黄 娟	黄书俊	黄雪梅	黄长青
季华俊	蒋知拉	旷开萃	蓝 青	黎惠嫦	李 爱	李 峰	李光耀
李琪勇	李守飞	李 铁	梁敏红	梁松英	梁艳杰	林 盛	林文彬
刘金荣	刘锦泉	刘萌军	刘卫群	刘长海	柳臣成	龙文凯	罗 丹
罗 贵	罗 京	吕 彬	麻永华	马书娟	孟 瑛	欧阳捷	裴建东
邱绍华	任军波	茹 芳	史成波	宋晨光	宋建立	宋书楠	孙 琼
孙兆松	谭新明	唐 俊	汪冬梅	王焕杰	王杰豪	王进峰	王李果
王 蓉	王石梅	王同生	王玉龙	韦有民	吴彩萍	吴晨光	吴大鹏
夏倩文	肖 欢	肖玉君	谢家春	谢远建	辛庆运	徐 雄	徐艳霞
许 黎	闫博毅	严太敏	杨 光	杨丽兴	杨 毅	杨 宇	杨 宇
叶月香	袁春鸿	岳 倩	张 波	张春生	张海新	张 箭	张 雷
张 向	张晓书	张雪松	张 宇	张雨岚	赵英武	赵玉兰	郑 彬
郑丹鹤	郑学群	郑 勇	周宇雯	朱传福	朱 杰	朱毅锋	

亿翰智库：

亿翰智库是一家以房地产行业的数据分析、行业研判、企业测评为核心的研究机构，隶属亿翰股份，其专注于行业趋势、企业模型以及资本价值等多维度研究及应用；定期向业内、资本市场等发布各类研究成果达数千次，亿翰智库力求打造中国房地产企业与资本的高效对接平台。由亿翰主导发起成立隶属于全联房地产商会的专业二级机构——全联房地产商会企业研究分会，旨在通过对宏观经济环境、行业发展脉络、企业竞争格局的分析，结合企业自身禀赋，形成针对房地产企业的研究平台，着力提升房地产企业的核心竞争力，推进中国房地产行业的健康发展。

旺材电商：

旺材电商是由广联达软件股份有限公司联合全联房地产商会与中国建筑金属结构协会共同发起并建立的中国领先的房地产行业交易与互联网金融服务平台。

新商业文明下的“旺材电商”顺应互联网 O2O 潮流的趋势，正走在“覆盖地产企业最多、合作资源最丰富、交易服务最完善”目标的路上，致力于通过“房地产全供应链信息化，降低采购成本，提高采购效率，增加融资渠道”的电子商务与互联网金融对地产采购行业产业链的优化进程。

为进一步推动新型地产采购行业产业链电子商务的普及，“旺材电商”运用先进的信息化技术手段和优质的采购联盟平台信誉整合行业上下游资源，通过完整的信息情报资源服务功能和集约化的云部署策略，建立联合采购在线社区、供应链融资等基础性信息服务，帮助更多的地产开发和建材产品供应企业开拓市场、建立品牌、节省 IT 投资成本和企业宣传费用，并把互联网金融的实操性和专业性带入整个产业，助力更多的房地产企业谋得互联网时代产业升级成功之道。

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

背景及意义

改革开放以来，在我国房地产市场火热增长的助推之下，房地产产业链的相关行业也得到了迅猛发展，并取得了一定成就，在诸多行业领域呈现出了以民族品牌为龙头代表的局面，反映出我国制造业整体发展水平在不断提升。

2017 年是我国房地产行业的结构性机遇期，史上首次出现了 5000 亿规模房企（碧桂园前 11 个月销售额为 5347.7 亿），这即将过去的一年是少数优秀房企的钻石时代，而不再是过去的普涨局面。据国家统计局发布数据显示，2017 年 1-10 月份全国商品房销售额为 102990 亿元，增长 12.6%。在年底 11、12 月房企业绩的猛增助推下，也有望达到 2016 年 11.6 万亿大关，在今年整体市场严峻，调控加剧以及行业总额不增长的前提下能够逆势增长的房企，也更值得赢得市场尊重。据统计，今年房地产企业的千亿军团也有望从去年 12 家扩容到 16-18 家，市场集中度在迅速提升，预计 3-5 年后，前 30 强房地产企业将卖掉全国 70% 的房子。随着政策的长期化和市场周期的拉长，规模房企将更具竞争优势，因此，未来 3000 亿规模将有可能成为房企进入第一阵营的门票，竞争将更加激烈。

与此同时，伴随着房地产企业集中度的提升，也将促使产业链部品供应商的优胜劣汰，战略合作供应商的进入门槛得以提升。这就对贯穿房地产开发

上下游产业链的供应商提出了新的要求，诸如在加强产品品质保证、设计创新、成本控制，以及生产过程的绿色、节能、环保等综合方面的提升，都将促使产业链供应商不能仅满足于生产基本功能需求的产品，而是要朝着引领行业创新发展，加大科研投入，生产出代表行业最高发展水平和与人民日益增长的美好生活需要相匹配，且具有较高附加值的产品，使我们的生产从“制造”走向“智造”转变。

社会诚信如今已成为不容忽视的时代课题。中共十八大进一步强调诚信体系的建设，报告中曾六次提到诚信问题，并对诚信建设提出具体要求，并将诚信提升到社会主义核心价值观层面，构建“一处失信、处处受限”的信用惩戒大格局，让失信者寸步难行。全联房地产商会作为中国房地产界最具影响力的两大行业组织之一，本着“弘扬诚信精神、传递正能量”的宗旨，精心打造了“2017 年度中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告”，通过“客观、公益、公开”的原则，审视产业链年度成果，力求为广大会员和产业链相关人士呈现一本实用型的参考手册。

在此，要向给予本年度研究报告各项工作大力支持和帮助的各位领导、相关机构以及所有的专家朋友表示最真诚的感谢！

研究报告体系

数据来源:

本着“公益、客观、公开”的原则,“2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告”入围企业大名单数据的来源如下:

(1) 全联房地产商会主流房企会员分享的“企业年度合格战略供应商”数据;

(2) 产业链创新合作分会常务理事专家团(由百强房企主管工程采购和成本的专家组成)分享的核心战略供应商资源数据。

评审方法:

2017 年度中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告,是在全联房地产商会的组织下,分别召开了华南站专家评审座谈会、华东站专家评审座谈会以及华北站专家评审座谈会,由各专家团成员从企业规模、技术研发、品牌知名度、合作配合能力、售后响应速度等六大方面深入交流,得出报告成果的建设性意见。

报告成果中的品牌排序表现为入围品牌在房地产工程市场被房地产开发企业选择的首选率。为更加贴近产业链相关人士的使用习惯,本年度成果报告内相关比例是按照入围十强的综合品牌来统计,最后表现形式是按照各行业品牌属性划分呈现。。

“华南区”专家评审座谈会

2017 年 09 月 26 日,厦门空港花园酒店会议中心



“华东区”专家评审座谈会

2017年11月8日，全联房地产商会企业研究分会会议室（亿翰股份）



“华北区”专家评审座谈会

2017年11月10日，全联房地产商会会议室



2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

VRV 多联机空调类

一、VRV 多联机空调行业现状综述

我国中央空调市场在经历了 2015 年下滑和 2016 年回暖的基础上，在 2017 年上半年继续保持了增长态势，并在家装零售市场增长迅猛的带动下，2017 年上半年全国中央空调市场整体容量超过 400 亿元，同比 2016 年上半年的增长率达到 22.9%，市场增速创近年新高，这也是我国中央空调市场首次在半年内突破 400 亿元。过去的 2016 年多联机较 2015 年的增长幅度也超过 20% 以上，也是近几年来多联机产品增幅最高的一年。

随着经济发展水平不断提高，以及人们消费意识和消费习惯的不断提升，并受益于家装零售市场的极大带动，多联机产品仍然引领着中央空调市场潮流，未来家用中央空调市场将会成为下一个家用壁挂机市场，成为未来行业中的掌舵者。

从区域市场表现来看，华东依然是多联机工程项目市场的重镇，得天独厚的区域优势，多联机产品已经发展的十分成熟，该区域市场占有率高达 43.1%。其次，华南、华北和华中市场占有率均在 10% 以上，这几个区域也是多联机品牌近几年重点开拓的市场。西南、西北和东北市场占有率较低。

二、VRV 多联机空调行业发展趋势

1、多联机产品推陈出新仍在加速

强制热、带地暖、低噪音、高能效等已成为多联机产品研发的新方向。

2、家装零售市场持续爆发增长

随着精装修配套比例的逐渐提升和家用中央空调理念的加速普及，很多中高端的消费者已经将目光从传统的柜机、挂机转移到既不影响装修美观又具有优秀效果的家用多联机产品。

3、技术差距缩小，品牌竞争白热化

各大品牌厂家之间多联机产品的技术差距不断缩小，随着进入市场的厂家越来越多，多联机产品竞争更加激烈，在售后、渠道、价格等多个层面展开竞争，利润率的下滑也将成为市场新常态。

三、VRV 多联机空调品牌企业在房地产工程市场的表现

从入围品牌来看，VRV 多联机空调行业仍以日系外资和国产品牌占主导地位，综合排名前十大品牌在房地产工程市场的首选率达 86%，其中大

金空调凭借着专业的研发、生产等综合能力以及快捷的团队服务能力，以 26% 的首选率占据榜首，以美的、格力为代表的民族品牌凭借着完善的渠道优势和多元布局依旧表现不俗，位居首选前列。以冷

水机为主的约克、麦克维尔、特灵等欧美系品牌也逐步拓展了多联机市场，但在短期内还不足以撼动多联机市场格局。

■ VRV 多联机空调类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	大金	大金（中国）投资有限公司
2	日立	青岛海信日立空调系统有限公司
3	东芝开利	东芝开利空调销售（上海）有限公司
4	三菱电机	三菱电机（中国）有限公司
5	三菱重工	三菱重工空调系统（上海）有限公司
6	三菱重工海尔	三菱重工海尔（青岛）空调机有限公司

■ VRV 多联机空调类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	美的	美的集团股份有限公司
2	格力	珠海格力电器股份有限公司
3	海尔	海尔集团
4	海信	海信集团有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

电梯类

一、电梯行业现状综述

目前，我国已成为全球最大的电梯生产国和消费国。2016 年全国电梯产量 77.6 万台，发货 70 万台，电扶梯出口 7.64 万台，截至 2016 年底，我国在用电梯为 493 万台，已成为全球最大的电梯市场，年需求量、年产量均位列世界第一。据统计，目前全国有整梯制造企业 696 家，外资电梯制造企业约占 55% 的市场份额，本土电梯制造企业约占 45% 的份额。可以看出我国电梯行业呈现出外资品牌与本土品牌二元竞争的金字塔市场格局，并大致形成了四大梯队：第一梯队为三家合资企业，主要是通力、广州日立、上海三菱约占 35% 左右市场份额；第二梯队为十几家外资电梯主要以奥的斯（OTIS）、蒂森、迅达等为代表，约占 20% 左右的市场份额；第三梯队为康力、广日电梯、快意电梯等优秀民族品牌，约占 25% 的市场份额。第四梯队为其他 600 多家国内中小型民营企业，约占 20% 的市场份额。

二、电梯行业发展趋势

尽管我国的电梯产量和保有量增长较快，但市场需求仍有很大潜力。一是我国电梯人均保有量较国外发达国家电梯人均保有量水平仍有较大差距，约为日本的 1/2，约为欧洲平均水平的 1/5，韩国的

1/6 左右；二是电梯平均使用年限按 10 年计，保守估计每年仅改造更新电梯需求量就有 10 万台。因此，未来较长时间内我国仍将是全球最大的电梯市场。目前，行业也从一个发展的行业渐入到一个成熟的行业，形成了“强者越强，弱者越弱”的发展局势。未来电梯行业的竞争发展趋势。

1、综合服务能力急需加强

电梯产品运行的安全性、可靠性和舒适性除了取决于电梯产品的制造外，更大程度上取决于其安装、维修和保养服务的质量。电梯维保应由大量第三方维保公司负责逐步走向由厂商专业化维保为主，各大品牌企业应重视电梯综合服务能力的提升。

2、云技术、物联网的智能化

电梯智能化是发展智能建筑不可缺少的组成部分，利用电梯作为信息入口的特点，通过融合以云计算、物联网、大数据等新一代信息技术，实现电梯运行、使用、维保等过程的智能化管理来提高电梯的智能化水平，以满足日益增长的美好生活需要。

3、绿色节能、安全

伴随着我国绿色建筑的高速发展，打造高性能绿色产品已经成为电梯产业未来发展方向，以绿色科技推动行业发展成为电梯行业新的研究方向。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，电梯行业综合排名前十强品牌在房地产工程市场的首选率达 94%，以外资和合资品牌为代表的 10 大品牌占据着我国电梯市场的绝对主导地位，其中，前 5 名外资品牌首选率已达 75%。另有康力、广日、永大等五家民族电梯品牌入围，而数量众多的民族品牌转型维保服务或专注细分市场领域将会成为趋势。

据调研，房地产企业用户在选择电梯品牌时，安全仍然是考虑的第一要素，然后是服务、品质、配置和价格的综合考量，由于电梯产品的特性，名气大的品牌未必会更具优势，往往更青睐与在安装、服务和价格等综合方面性价比更高的企业合作。因此，在电梯产品竞争趋于同质化的背景下，具备高效服务能力和渠道管控优势的供应商将成为电梯品牌市场竞争的重要优势。

■ 电梯类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	日立	日立电梯（中国）有限公司
2	三菱	上海三菱电梯有限公司
3	通力	通力电梯有限公司
4	迅达	迅达（中国）电梯有限公司
5	奥的斯	奥的斯电梯（中国）投资有限公司
6	蒂森克虏伯	蒂森克虏伯电梯（中国）
7	奥的斯机电	奥的斯机电电梯有限公司
8	巨人通力	巨人通力电梯有限公司
9	东芝	东芝电梯（中国）有限公司
10	富士达	华升富士达电梯有限公司

■ 电梯类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	康力	康力电梯股份有限公司
2	广日	广州广日电梯工业有限公司
3	永大	永大电梯设备（中国）有限公司
4	西子	西子电梯科技有限公司
5	东南	东南电梯股份有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

低压电器类

一、低压电器行业现状综述

低压电器行业是一个充分国际竞争、市场化程度较高的行业，我国低压电器产业经过几十年的发展历程，已构成比较完好的工业体系，现有产值约 200 亿元，生产厂家达 1500 家左右，产品品种超过 1000 个系列。并已形成了国有、民营、外资企业“三足鼎立”的局面。

从市场情况看，以施耐德电气、西门子等国际电气品牌企业垄断着我国低压电器行业的高端市场，代表性的跨国公司主要包括施耐德（以中压、低压元器件和成套设备为主）、西门子（高、中、低压元器件和成套设备、变压器等）等。行业的中端市场则主要由国内优秀企业德力西、正泰等品牌领衔，形成了以产品技术、服务能力、销售渠道为核心的竞争格局。行业的低端市场则由众多中小型企业围绕产品价格进行竞争，以销售同质化、技术含量低的低端低压电器产品为主，市场竞争激烈。

随着市场全球化，外资企业与国内企业的市场相互渗透成为低压电器行业发展的必然，这种渗透包括国内企业的高端产品向国外市场渗透，而外资

企业的产品将向国内中低档和三四级市场渗透。

二、低压电器行业发展趋势

低压电器产业将逐步实现从低压向中高压转变、模拟产品向数字产品转变、中低端向中高端转变的趋势。产品研发已向高性能、高可靠性、智能化、模块化且绿色环保方面转型，在外观设计方面，将更加人性化和美观化。在新技术应用方面，万物相连、万物智能的时代已到来，最终将实现不同维度事物间的“终极相联”。

未来，不具备技术创新、产品设计、制造装备落后的企业将在行业洗牌中面临淘汰，而拥有第三代、第四代中高端低压电器产品，以及具有创新能力和先进制造装备的企业将在市场竞争中进一步脱颖而出，集中度也将会进一步提高。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，综合排名前十强品牌在房地产工程市场的首选率达 85%，其中，除了持续位居行业首选率前列的施耐德外，德力西电气凭借着先进的装备制造能力、优质的全系列产品完善的解

决方案以及服务覆盖网络，赢得了众多房地产企业用户的青睐，并以 12% 的占比在房地产工程市场首选率位居综合品牌第二位；另外，良信电器、正泰

电气、泰永长征等其他民族品牌也表现不俗，在激烈的市场竞争中脱颖而出。

■ 低压电器类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	德力西	德力西电气有限公司
2	良信	上海良信电器股份有限公司
3	正泰	正泰电气股份有限公司
4	泰永长征	贵州泰永长征技术股份有限公司
5	天正电气	浙江天正电气股份有限公司
6	北元电器	北京北元电器有限公司

■ 低压电器类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	施耐德	施耐德电气（中国）有限公司
2	西门子	西门子（中国）有限公司
3	ABB	ABB（中国）有限公司
4	海格	海格电气（惠州）有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

楼宇对讲类

一、楼宇对讲行业现状综述

随着人们对生活品质追求的不断提高，使得彩色可视对讲产品迎来了发展的春天。楼宇对讲系统虽然在国内的发展时间不长，但由于其市场前景看好，时至今日，生产厂商已猛增至 260 家左右，并不断朝着集成化、智能化、信息化方向发展，与电视监控、防盗报警、门禁管理、智能停车场等共同组成了安防产业。

楼宇对讲系统作为保障居住安全的重要屏障，被人们喻为居家生活的“守护神”。当前，时代变革的步伐势不可挡，在下一轮巨变——物联网技术颠覆世界之前，抢占家庭和社区入口之争已经打响。楼宇对讲系统作为打开智能家居市场的一把金钥匙，也是连接智慧社区的重要纽带，其巨大的潜在市场已经受到各行各业的瞩目，如今随着互联网企业和更多竞争者先后加入，也加剧了行业的洗牌速度。

二、楼宇对讲行业发展趋势

1、可视彩色对讲占据市场主流，全数字对讲产品呈增长趋势。在国家政策的大力支持和各地平

安城市等项目的建设带动下，可视对讲产品发展迅速已经占据了目前国内楼宇对讲产品市场的大部分份额。

2、TCP/IP 需求激增，组网方式三分天下。随着国内住宅小区规模及户数的不断扩大，用户对楼宇对讲联网方面以及功能集成方面的需求也越来越高，如何解决信号的远距离传输、信号的抗干扰能力及信号的多通道传输等都对楼宇对讲的联网性能提出了更高层次的需求。

3、楼宇对讲与安防其他行业互联互通。十三五规划里，明确提出建设物联网应用基础设施和服务平台，推进物联网重大应用示范工程建设，加之“智慧城市”理念的提出和推进，“开放小区”城市规划建设意见的出台，对城市安防的要求越来越高。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，楼宇对讲行业综合排名前十强品牌在房地产工程市场的首选率达 86%，行业整体市场集中度在逐年较高。以立林、狄耐克、视得安罗格朗为综合品牌前三甲的工程市场首选率达

45%，也反映出随着上游供应商的原辅材料价格的普遍上涨，以及更多互联网企业的跨界进入，加速了楼宇对讲行业的洗牌进程。其中，作为行业领军企业代表的狄耐克公司适时迎合国家智慧城市战略，

顺势布局了智能家居、智能交通、环境健康、电梯物联网等板块，并率先实现了设备间的互联互通，推动了企业的规模化效应，各大系列产品也均到了众多房地产用户的青睐。

■ 楼宇对讲类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	立林	厦门立林科技有限公司
2	狄耐克	厦门狄耐克智能科技股份有限公司
3	安居宝	广东安居宝数码科技股份有限公司
4	慧锐通	慧锐通智能科技股份有限公司
5	冠林	福建省冠林科技有限公司
6	麦驰	深圳市麦驰物联股份有限公司
7	太川	珠海太川云社区技术股份有限公司

■ 楼宇对讲类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	视得安罗格朗	深圳市视得安罗格朗电子股份有限公司
2	霍尼韦尔	霍尼韦尔（中国）有限公司
3	ABB	ABB（中国）有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

停车设备类

一、智能停车设备行业现状综述

我国机械式停车设备行业起步于上世纪 80 年代，经过 90 年代引进国外技术和 2003 年以来的自主研发阶段，近年来随着汽车产业的快速发展，机械式停车设备行业进入快速发展阶段。据中国重型机械工业协会停车设备工作委员会统计，2016 年度我国 30 个省市自治区共 262 个城市新建车库，新建车库项目 2,215 个，同比增长 6.5%；新增机械式停车设备泊位数 728,643 个，同比增长 18%；国内销售总额（包括汽车专用升降机）1,333,386.84 万元，同比增长 20.2%。从产品来看，绝大部分新增机械式停车设备泊位为升降横移类（PSH），占 86.29%；其次是平面移动类（PPY），占 5.28%；简易升降类（PJS）占 4.92%；垂直升降类（PCS）占 1.97%；巷道堆垛类（PXD）占 1.09%；垂直循环类（PCX）占 0.36%，多层循环类（PDX）占 0.09%。从使用机械式停车设备的客户类型上看，住宅小区类客户占比最高。

智能停车管理系统属于安防行业的门禁一卡通

系统的一个子系统。是指将无线通信技术、移动终端技术、GPS 定位技术、GIS 技术等综合应用于城市停车位的采集、管理、查询、预订与导航服务，实现停车位资源的是实时更新、查询、预订与导航服务一体化，实现停车位资源利用率的最大化、停车场利润的最大化和车主停车服务的最优化。智慧停车是优化社会资源配置、提升城市形象、推动产业升级和促进生态文明城市建设的必经之路，具有良好的发展前景。

二、停车设备行业发展趋势

在机械式停车设备的分类中，升降横移类停车设备，特别是低层升降横移类停车设备技术含量相对较低，因其具备成本低、场地适应性强、停车数量多等优点，得到了广泛应用，市场占有率超过 80%。此类设备同质化程度较高，设备缺点为：一是提升速度慢、运行效率低；二是必须将车辆开入宽度不到 2.5 米的存取位置，车库人性化程度较差。随着人们对停车设备要求的不断提高，“高质、高效、高智能”的停车设备已成为行业发展方向。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，智能停车管理系统在房地产工程市场品牌首选率达 69%，其中，捷顺科技以

32% 的品牌首选率持续位居行业领先地位，以及上海亦源、狄耐克等品牌凭借着产业间互联互通的整合也发展迅猛，得到了众多房地产企业用户的青睐。

■ 智能停车管理系统类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	捷顺	深圳市捷顺科技实业股份有限公司
2	富士	深圳市富士智能系统有限公司
3	亦源	上海亦源智能科技有限公司
4	大华	浙江大华技术股份有限公司
5	海康威视	杭州海康威视数字技术股份有限公司
6	狄耐克	厦门狄耐克智能科技股份有限公司
7	安居宝	广东安居宝数码科技股份有限公司
8	车安	深圳市车安科技发展有限公司
9	立方	杭州立方控股股份有限公司
10	蓝卡	北京蓝卡科技股份有限公司

■ 机械式停车设备类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	西子	杭州西子智能停车股份有限公司
2	怡丰	深圳怡丰自动化科技有限公司
3	普腾	江苏普腾停车设备有限公司
4	通宝	唐山通宝停车设备有限公司
5	天辰	山东天辰智能停车股份有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

热水器类

一、热水器行业现状综述

2017年我国热水器行业有望迎来新一轮增长，市场整体规模增速预计达 5.1% 左右，总规模约达 5960 万台，电、燃、太阳能将一同发力，市场整体表现将会好于去年。预计，电热水器仍将保持稳定增长，市场总规模约 2793 万台，同比增长约 3.4%，增幅有小幅提升；燃气热水器发展势头不减，市场总规模预计达 2491 万台，同比增长约 12%，进一步抢占市场；太阳能热水器在出口市场继续取得进展，使得下滑程度有所放缓，市场总规模预计为 539 万台，同比下滑约 12.8% 左右。

行业发展来看，电热水器近年来在安全的基础上又进一步向舒适、方便的方向发展，从产品外观、操作方式、温度控制及加热时间预热等方面都有较大的技术进步，市场稳步增长；与电热水器相比，燃气热水器以加热快、用水量不受限制、出水量大、占用空间小等多方面的优势也得到了广大消费者的青睐。

随着竞争升级，目前市场品牌已基本形成相对稳定格局，市场越来越向主流品牌集中，竞争也越发激烈。在此背景下，不少中小及单一型企业陷入

了发展危机。因此，随着需求的多元化和生活品质提高，热水器行业面临着从产品、渠道、品牌和服务的深度变革。

二、燃气壁挂炉快速采暖热水器行业发展综述

2016 年我国燃气壁挂炉市场国内销量高达 210 万台万台，实现同比增速 48%，其中主要外资品牌增速在 20%-40% 之间，而主要国产品牌小松鼠、万和、万家乐等增速在 40%-200% 之间，主要是源于煤改气市场的爆发，增长明显。2017 年我国燃气壁挂炉市场依然增长势头不减，根据佰世越对上半年内销市场的监测，我国燃气壁挂炉行业同比实现 100% 增长。

以威能、博士为代表的德系品牌引领行业势头不减，民族品牌小松鼠、万和、万家乐增速明显，发展十分迅猛，韩系品牌庆东和意系品牌阿里斯顿首次入围品牌首选率前列。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，电热水器行业由于原材料的上涨，具有规模优势的龙头企业消化能力较强，品

牌优势突显。排名前五的品牌在房地产工程市场首选率达 80%，其中前三甲的品牌首选率达 60%。其中美的、海尔两族品牌加速了产品高端升级的步伐，都在集中发力，向行业龙头发起冲击。

在燃气热水器领域，以美的、海尔为首的民族品牌增长势头明显，不断缩小着与龙头外资品牌的差距，排名前五的品牌在房地产工程市场首选率达 62%，其中前三甲的品牌首选率约为 40%。

随着同为北漂成长起来的两家世界 500 强企业——美的集团与碧桂园集团签署了《美的碧桂园战略合作协议》，标志着双方成为全面战略优先

合作伙伴关系，这也将为美的系列产品在房地产工程市场提供了更多的增长空间。

在燃气壁挂炉领域，从渠道看工程市场的增速远高于零售市场，工程市场同比增速高达 174%。品牌表现来看，目前行业仍是由德国、意大利等外资品牌占据着主导地位，民族品牌小松鼠、万和、万家乐、海尔等都表现不俗，但短期内仍难以撼动外资品牌的市场主导地位。

■ 电热水器类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	A.O 史密斯（外资品牌）	艾欧史密斯（中国）热水器有限公司
2	美的	美的集团股份有限公司
3	海尔	海尔集团
4	万和	广东万和新电气股份有限公司
5	万家乐	广东万家乐股份有限公司

■ 燃气热水器类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	A.O 史密斯（外资品牌）	艾欧史密斯（中国）热水器有限公司
2	美的	美的集团股份有限公司
3	林内（外资品牌）	上海林内有限公司
4	海尔	海尔集团
5	能率（外资品牌）	能率（中国）投资有限公司

■ 燃气壁挂炉快速采暖热水器类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	威能（外资品牌）	威能（中国）供热制冷环境技术有限公司
2	博世（外资品牌）	博世热力技术（北京）有限公司
3	小松鼠	广州迪森家居环境技术有限公司
4	庆东（外资品牌）	韩国庆东纳碧安株式会社 （北京庆东纳碧安热能设备有限公司）
5	阿里斯顿（外资品牌）	阿里斯顿热能产品（中国）有限公司

净水设备类

一、净水设备行业现状综述

近年来，随着消费者健康饮水意识的不断提升，以及消费能力的大幅升级等多重因素，为我国净水行业发展创造了“温床”，净水行业未来将由家用直饮、商用净水、全屋净水三分天下。据统计，目前我国净水器行业约有 3000 个品牌，整机生产厂家约为 1500 家左右，但由于过去在行业标准和规范方面的缺失，市场上净水产品的质量参差不齐，中低端产品竞争日益激烈市场呈现出分化状态。近日，针对目前市场上净水机废水量过高的问题，由国家质检总局、国家标准委于 11 月 2 日发布了 GB34914-2017《反渗透净水机水效限定值及水效等级》国家标准，规定了严守用水效率控制的红线，随着新国标的发布，必将会淘汰一批高耗水产品，也将为 RO 反渗透净水器市场带来一场技术升级，新国标并将于 2018 年 11 月起正式实施。

当前我国家电整体市场相对低迷，但家用净水市场则保持着高速增长趋势，成为企业争相挖掘的金矿。由于我国净水器市场起步较晚，市场普及率仅为 5%，与欧美及日本等发达国家 75% 的普及率相比仍存在较大差距，未来市场发展潜力巨大。据中怡康测算，2012 年净水设备零售总额仅占到家电整体市场的

0.5%，2016 年这一数字已上升至 1.8%，2017 年全年总规模约 336 亿元，同比增长 21%，从市场增速来看当前市场渐趋理性，长远前景仍看好。

随着供给侧改革和消费升级的不断深入，2017 年我国净水行业虽然继续保持稳定增长，但市场已经趋于回归理性，行业将在震荡中砥砺前行，面临着在持续强烈的外部因素推动过程中逐步向偏产品内部结构提升的转变，围绕家用、商用、整体解决方案和售后服务等方面的提升，成为了净水企业关注的重点。

二、净水设备行业发展趋势

在产品创新方面，就家用直饮机而言，消费者已经不仅仅满足于净水设备基本的净化功能，净水企业应深挖用户痛点，加速产品升级；全屋净水而言，消费者不仅要净化饮水，对生活用水的净化也有迫切需求，同时不同细分人群的饮水需求也会有所不同，针对产品的产水率、智能化、人性化研发和体验也将成为行业发展新趋势。

在核心技术方面，净水器“核心”技术缺乏是制约行业未来发展的瓶颈，“以 RO 反渗透滤芯为例，不仅 RO 反渗透膜基本都是进口的，而且我国能够生产滤芯的企业也屈指可数，加快提升企业

研发的“核芯”能力，成为了净水企业未来发展必须面对的首要任务。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从综合入围品牌来看，前 10 强品牌在房地产工程市场的首选率达 80%，其中，前 5 位品牌的首选

率达 61%，表现出净水产品在工程市场的集中度已较高。从市场表现来看主要分布为以 3M、怡口等外资为首的一线高端品牌和以美的、安吉尔等民族品牌为代表的主流中端市场格局。其中，安吉尔通过多年来致力于高端净饮水产品的技术创新和研究，企业发展迅猛并在房地产工程市场的份额不断攀升。

■ 净水设备类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	3M	3M 中国有限公司
2	怡口	昆山怡口净水系统有限公司
3	A.O. 史密斯	艾欧史密斯（中国）热水器有限公司
4	滨特尔	滨特尔贸易（上海）有限公司
5	霍尼韦尔	霍尼韦尔（中国）有限公司
6	BWT 德国倍世	上海毅口美联水处理设备有限公司
6	恩美特	上海正辉康居环保科技股份有限公司

■ 净水设备类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	美的	美的集团股份有限公司
1	安吉尔	深圳安吉尔饮水产业集团有限公司
2	沁园	浙江沁园水处理科技有限公司
3	海尔	海尔集团
4	浩泽	上海浩泽净水科技发展有限公司

新风系统类

一、新风系统行业现状综述

随着我国人民群众收入水平的不断提升和消费观念的进一步升级，新风系统应运而生，在提供人们健康空气的同时，也为新风行业带来新的发展机会，当前我国新风市场正值起步爆发阶段，大众消费者对空气净化的消费意识已经形成，预计未来新风产业将达万亿规模。据不完全统计，我国现有新风企业约 300 多家，但其中在国内建有厂房或有生产线的新风品牌可能仅有两位数。据统计，2016 年我国新风系统市场规模达 61 亿元，2017 年全年预计将实现 90 亿元左右，同比增长约 50%，相比家电市场中其他品类的同比增长情况，新风行业处于快速成长期，在外部环境的进一步助力下，预计到 2020 年新风市场规模将突破 500 亿元，行业发展空间巨大。

由于新风行业目前尚处于长成期，针对家用和商用产品还没有清晰的标准定义，行业通常把风量小于 $1000\text{m}^3/\text{h}$ 的新风机定义为家用产品，大于 $1000\text{m}^3/\text{h}$ 的新风产品划归为商用新风产品。目前来看，市场中家用壁挂式新风机的风量大多在 60-

$350\text{m}^3/\text{h}$ ，柜式新风机的风量大多在 $250-800\text{m}^3/\text{h}$ ，吊顶式新风机的风量一般为 $250-1000\text{m}^3/\text{h}$ 。商用新风机的风量更大一些，一般风量可以达到 $1000-2000\text{m}^3/\text{h}$ ，一些大型空调机组可以达到 $3000\text{m}^3/\text{h}$ 以上，甚至上万的风量。

从各类产品的品牌格局来看，落地式新风机基本上以国产品牌为市场主导，壁挂式新风机有一些外资品牌参与市场竞争，但大多外资品牌均为直接从国外进口产品到中国市场，普遍存在风量小的问题，在满足中国消费者需求方面可能会有一些制约；而吊顶式新风机市场相对成熟，大量的吊顶式新风市场被外资品牌所占据。从市场分布格局看，华北、华东是家用新风机最大市场，其次是华中区约占 10% 的份额，三大区域的市场总量达到 80%。

二、新风系统行业发展趋势

目前，吊顶式产品在我国的市场占有较高，相对而言市场发展较成熟。但从安装的便捷性来讲，壁挂式与柜式新风机更适合存量房市场，并且我国存量房的市场非常巨大，对用户来说，在不破坏现有装修的情况下，壁挂式或分布式的新风机拥有非

常好的市场潜力，因此，未来增长速度会加快。而吊顶式新风机由于更适合于新装修房安装，其增长与房地产市场的增长趋势比较吻合，至2020年时，复合增长率在29%左右。

未来，新风企业不仅需要在树立品牌和产品研发上加大力度，同时要注重配套服务的重要性，为用户提供优质的设计、安装，以及对用户的使用指导，提升售后服务的品质。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

据悉，2017年上半年新风产品在房地产精装项目配套约8.6万套，全年预计达到22.7万套。虽然我国新风市场刚刚起步，洗牌尚未开始，但工程市场的品牌优势已显现。从入围品牌来看，以松下、

百朗为代表的外资企业凭借着品牌和技术优势位居首选率前列；而以兰舍、布朗、恐龙壹号等为代表的民族品牌也发展迅猛，通过不断的技术革新和渠道创新取得了不俗业绩，逐步缩小着与外资品牌的差距。

■ 新风系统类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	松下（外资品牌）	广东松下环境系统有限公司
2	百朗（外资品牌）	广东百朗新风系统有限公司
3	霍尼韦尔（外资品牌）	霍尼韦尔（中国）有限公司
4	兰舍	上海兰舍空气技术有限公司
5	爱迪士（外资品牌）	爱迪士（上海）室内空气技术有限公司
5	布朗	布朗（上海）环境技术有限公司

防水材料类

一、防水材料行业现状综述

据国家统计局发布防水行业经济分析：今年上半年，我国规模以上防水材料企业生产的沥青类防水卷材产量同比增长 11.4%。对行业而言，增长不只是数字和企业产能上的变化，其背后是防水市场越加规范、防水应用领域拓宽、产业政策及环保政策加码、产业升级、产品创新等。行业市场集中度明显增强，行业前 20 强企业，在销售收入增长和利润上都有大幅提升。

2017 年防水行业比较大幅度的增长是由我国整体经济增长和房地产基础设施增长带来的效果，越来越多的市场需求，给防水行业带来增长机遇。随着消费者对装修中防水的越发重视，使得防水涂料成为了家装的重要辅材之一。目前，我国防水涂料尚处在快速发展期，并以发展高分子涂料为主，据统计，防水涂料占防水材料总量的 27% 左右，近几年每年均保持 5-8% 的增速，现阶段总量近 200 万吨。其生产增长率高于防水卷材，也高于防水行业的平均值。JS 防水涂料、聚氨酯防水涂料等已成

为主流的防水涂料，分别占防水涂料总量的 57%、42%。但从环保角度而言，尤其是对 VOC 排放控制及溶剂型涂料使用条件的限制，防水涂料企业要从原料环保技术、装备制造、助剂制造及防水涂料施工机具等方面全面提升行业水平。

二、防水材料行业发展趋势

近 90% 的渗漏水问题都出现在仅占整个建筑或结构表面面积不到 1% 的细部节点部位。这些细部节点包括：女儿墙压顶、屋面防水层收头、出屋面管道、窗框周边防水、幕墙根部、地下室变形缝等。正是这些不到 1% 的面积上的缺陷，造成整个建筑出现各种渗漏水问题。因此，防水企业要从防水单品设计扩大到体系设计。

我国防水行业未来的发展目标是到 2020 年，达到国际先进水平，防水工程质量确保 20 年以上；到 2025 年，住房标准除因自然地理气候条件差异以外，各个领域、各个方面在国际上处于领先水平，建筑防水工程质量达到 30 年的国际先进水平，这就要求防水材料企业由制造商转变为系统服务商。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

防水材料产品的特性决定了其材料、施工和最终效能间是一个乘法关系，如果施工效果为0，那么无论材料多么优质，管理多么严格，最终结果都为0。从入围品牌来看，防水材料行业前十强品牌在房地产工程市场的首选率为86%，其中，排在前5位的品牌首选率达78%。

除了持续位于首选前列的品牌企业外，蓝盾防水凭借着专属定制设计、专业选材、匠心施工和远

程监管、终身维保的一站式防水系统化解决方案，位居品牌首选率第四位；以及本次新晋入围品牌蜀羊防水作为我国防水行业西部领军企业，近年来发展迅猛表现不俗。

■ 防水材料类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	东方雨虹	北京东方雨虹防水技术股份有限公司
2	科顺	科顺防水科技股份有限公司
3	宏源	潍坊市宏源防水材料有限公司
4	蓝盾	深圳蓝盾控股有限公司
5	卓宝	深圳市卓宝科技股份有限公司
6	凯伦	江苏凯伦建材股份有限公司
7	宇虹	潍坊市宇虹防水材料（集团）有限公司
8	蜀羊	四川蜀羊防水材料有限公司
9	禹王	盘锦禹王防水建材集团有限公司
10	德生	唐山德生防水材料有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

门窗类

一、钢质入户门类：

随着行业的深入发展，入户门产品设计正随着人们观念的转变而逐渐趋向人性化、装饰化、艺术化方向发展。现如今在 80、90 后成为新一代消费主力人群下，将需要更加注重产品的人性化和使用便捷性，也进入了一个消费者同时全面参与的时代。

在追求品质生活和美好家园的情形下，消费者

对高端入户门的需求也愈发重视，将会有越来越多的消费者愿意选择安装智能化、科技化、带指纹锁等多功能的高端入户门产品。据统计，我国高端入户门市场容量达数百亿元，未来几年行业仍将会保持高速增长的态势。

■ 钢质入户门类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	王力	王力集团有限公司
2	星月神	浙江星月门业有限公司
3	步阳	中国步阳集团有限公司
4	美心	重庆美心(集团)有限公司
5	索福	浙江索福绿建实业有限公司
6	盼盼(外资品牌)	亚萨合莱集团盼盼安居门业有限责任公司
7	群升	中国群升集团有限公司
8	新多	新多集团有限公司
9	赛银将军	浙江赛银将军门业有限公司
10	富新	富新泰丰门业有限公司

二、门窗系统类：

由住建部主持，中国结构金属协会主编的《建筑系统门窗技术导则》中，关于系统门窗和门窗系统的定义是：经研发可组成高品质高性能门窗产品的技术的集合，包含产品设计、制作、安装、后期维护等，其中产品设计为门窗材料、结构等设计。系统门窗是根据门窗系统提供的技术制作出的门窗，是实物的门窗。

目前，建筑能耗已占我国全社会总能耗的40%，其中门窗能耗占建筑能耗的45%~50%，占社会总能耗的15%~20%，门窗是引起建筑能源损失的主要原因，因此，建筑节能门窗的更新换代将是大势所趋。从节能的角度，传统门窗和系统门窗的整窗传热系数对比，系统门窗整窗节能数据较有优势。相同窗型相同系列产品，断桥铝合金系统门窗节能比传统门窗降低17%，塑钢系统门窗比

■ 门窗系统类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	米兰之窗	北京米兰之窗节能建材有限公司
1	墨瑟门窗	河北奥润顺达窗业有限公司
2	贝克洛	广东贝克洛幕墙门窗系统有限公司
3	奥为	上海奥为建筑节能科技有限公司
4	森鹰	哈尔滨森鹰窗业股份有限公司
5	智赢	山东智赢门窗系统有限公司
6	乐道	沈阳乐道铝建筑系统有限公司

■ 门窗系统类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	旭格	旭格国际建材（北京）有限公司
2	YKK AP	威可楷（中国）投资有限公司
3	阿鲁克	阿鲁克幕墙门窗系统（上海）有限公司

传统门窗降低 20%。除节能外，系统门窗的气密、水密、抗风压、隔声性能均优于传统门窗。

国内系统门窗发展时间虽短，但其产品各项性能优于传统门窗且价格相差不大，更容易被市场所接受。我国地源辽阔各地气候差异较大，而国内品牌更了解当地的情况，针对各地区不同地域、气候设计出适合当地的产品，以满足市场的不同需求。未来，随着房地产行业集中度的进一步提升，受项目品质的需求，越来越得到行业认可的系统门窗在成本允许的情况下进入主流地产。而系统门窗也会因广泛应用，成本有所降低，迎来更加广阔的发展空间。

三、铝合金型材类：

我国建筑铝型材产业始于 1980 年，经过三十几年的发展，中国建筑铝型材挤压工业从无到有，已发展到位居世界前列。近些年，我国型材行业发展迅猛，门窗企业新增品牌众多，显示了其行业实力的强盛和提升，与此同时，产品质量也在不断地提升，促进了全行业产量和消费量的迅猛增长，我国也一跃成为世界上最大的铝型材生产基地和消费市场。

近几年，我国仅华南地区新增门窗企业就超过 400 家以上。其中，大部分为铝门窗企业，由此可见，市场对铝型材的需求量仍相当大。目前，我国除西

■ 铝合金型材类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	兴发	广东兴发铝业有限公司
2	亚铝	肇庆亚洲铝厂有限公司
3	坚美	广东坚美铝型材厂（集团）有限公司
4	华建	山东华建铝业集团有限公司
5	凤铝	广东凤铝铝业有限公司
6	南山	山东南山铝业股份有限公司
7	和平	北京和平铝业有限公司
8	豪美	广东豪美铝业股份有限公司
9	奋安	福建奋安集团
10	力尔	力尔铝业股份有限公司

藏和海南省外，其他省区均有铝型材生产企业，其主要分布在广东省、华东以及东北地区，华南地区是最大的铝型材净输出地区，而华北地区则为最大的净输入地区。预计未来几年，我国型材产能和产量仍将保持稳定的态势，但产品的品种还会有所增

加，产品质量也会更加精益求精、产品附加值也更高、更节能环保。

四、塑料型材类：

目前，国际上 PVC 塑料型材与塑料门窗有两大体系，主要有以德国为代表的欧洲体系和美国、

■ 塑料型材类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	海螺	芜湖海螺型材科技股份有限公司
2	实德	大连实德集团有限公司
3	中财	中财招商投资集团
4	高科	西安高科建材科技有限公司
5	金鹏	天津金鹏集团
6	中德	山西中德投资集团有限公司

■ 塑料型材类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	VEKA	维卡塑料（上海）有限公司
2	LG	天津 LG 新型建材有限公司
3	迪美斯	迪美斯（太仓）窗型材有限公司
4	瑞好	德国瑞好聚合物（苏州）有限公司

加拿大的北美体系，其中普遍认为德国门窗技术最为成熟，并且适合中国国情。欧洲的塑料门窗生产始于 20 世纪 50 年代末，历史较长，标准体系比较完善，标准要求严格，国标标准也倾向于以欧洲标准为基础。

塑料门窗最大的优点就是节能。有关资料显示，塑料门窗的节能主要体现在 3 个方面。一是生产过程的节能。据悉，生产同样重量的 PVC 型材的能耗是钢材的 1/4、铝材的 1/8。二是回收再利用的节能。塑料门窗无须像回收金属门窗需要通过熔炼、铸锭、轧制等工序，只需将废旧料粉碎，或者掺入新料挤出型材。三是塑料门窗的保温性好且价格实惠。金属的传热系数较高，欲达到相关标准要求的

外窗传热系数限制值需要加断桥，仅这一道工序即会大大增加铝门窗的成本。

未来，行业发展方向将坚持以高端化、功能化、生态化技术为着力点，大力优化产品结构，重点发展高耐候 ASA/PVC 共挤彩色门窗型材，动态密封功能的 TPE 后共挤异型材，非铅盐稳定剂塑钢型材，高气密性、隔音塑料推拉窗等，并提升高端产品比重，逐步满足高端化、功能化、整体艺术化、智能化的市场需求。推动我国塑料异型材行业向环境友好型、资源节约型、科技创新型、先进适用型的战略方向转变。

五、建筑幕墙行业类

伴随我国经济持续快速发展与城市化进程的

■ 建筑幕墙行业类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	远大	远大中国控股有限公司
2	江河	江河创建集团股份有限公司
3	金粤	深圳金粤幕墙装饰工程有限公司
4	中航三鑫	中航三鑫股份有限公司
5	方大	深圳市方大装饰工程有限公司
6	嘉寓	北京嘉寓门窗幕墙股份有限公司
7	中南	浙江中南幕墙股份有限公司
8	金螳螂	苏州金螳螂幕墙有限公司
9	凌云	武汉凌云建筑装饰工程有限公司
10	星太	河北星太装饰集团有限公司

加快，在公共建筑装饰装修中，受高层、超高层建设项目快速增加，我国建筑幕墙装饰工程行业高速发展。过去几年，建筑幕墙装饰工程行业产值的增速高于产量的增速，建筑幕墙装饰工程行业增长的主要动力来自于产品升级带来的造价上升。数据显示 2016 年我国建筑幕墙完成工程总产值 3420 亿元，截至 2016 年底，我国建筑幕墙累计产量达到

13.32 亿平方米，同比增长 13.3%。

伴随着我国幕墙行业爆发式增长，行业内的竞争也愈发激烈。一方面，不断有建筑业其他领域的公司介入到幕墙行业中来；另一方面，原有的幕墙企业的发展开始逐渐出现分化，呈现出强者恒强的趋势。在当前行业趋于白热化的过程中，淘汰、整合成为不可避免的趋势，“马太效应”将逐步显现，

■ 建筑玻璃类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	南玻	中国南玻集团股份有限公司
2	信义	信义玻璃控股有限公司
3	耀皮	上海耀皮玻璃集团股份有限公司
4	金晶	金晶（集团）有限公司
5	台玻	台玻集团天津台玻有限公司

龙头企业凭借在资金实力、历史业绩和技术水平等方面的优势，在横向整合中将占据主导地位，不断扩大经营规模和市场占有率，而部分中小企业的生存将更加艰难，未来将面临被兼并或淘汰的命运。

六、建筑门窗幕墙五金类

据统计，目前我国建筑五金生产企业近 4000 家左右，占五金全行业企业数的 25%。我国建筑五

金行业已形成较完备的生产、流通与研发体系，造就了以珠三角、长三角、河北、河南、福建、山东等地为代表的建筑五金产业集群，各地区建筑五金产业链形成了良好的协同效应。与此同时，我国的中高端市场仍有很大一部分被外资品牌所占据。

随着门窗五金在门窗系统中扮演着越来越重要的角色，作为门窗中的附件，在为门窗提供配套时，

■ 建筑门窗幕墙五金类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	坚朗	广东坚朗五金制品股份有限公司
2	立兴杨氏	香港立兴杨氏集团
3	春光	春光五金有限公司
4	合和	广东合和建筑五金制品有限公司
5	兴三星	浙江兴三星五金有限公司

■ 建筑门窗幕墙五金类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	国强	亚萨合莱国强（山东）五金科技有限公司
2	诺托	德国诺托集团（中国）有限公司
3	丝吉利娅	丝吉利娅奥彼窗门五金中国公司
4	格屋	德国 G-U（格屋）集团
5	MACO	MACO 五金集团

它的优劣又直接影响着门窗的节能效果。预计 2017 年，我国门窗五金行业市场规模将达到 457.55 亿元左右。目前从行业发展来看，中高端市场占据的比例逐年在增加，随着时间的推移，未来中高端市场的市场份额也将会越来越大。

七、 建筑密封胶类

密封胶属于建筑业及工业装备制造业等行业的“添加剂”，虽然用量及成本占运用领域总成本的比例较小，但对于产品性能往往起到决定性作用，属于“小而精”的行业。全国规模以上密封用填料

及类似品制造业企业数量近五年来维持在 180~200 家，总体数量略有上升。

今年以来，从国家到地方大力提倡装配式建筑的发展，作为预制拼接式建筑，对密封胶行业也提出了要求，预制外墙长期暴露在室外环境中，密封胶需要具备优良的耐候性和无污染性；预制外墙属于多孔、碱性构件且拼接处需要承受较大的位移应力，密封胶需要具备优异的粘接性和抗位移能力；

对于需要粉刷的预制墙面，密封胶还需要具备优良的可涂饰性。

另外，随着《硅酮和改性硅酮建筑密封胶》(GB/T 14683-2017) 正式获得国家质检总局和国家标准委批准，将替代 GB/T 14683-2003 版，并于 2018 年 8 月 1 日起正式实施，这将推动我国建筑胶粘剂行业向健康可持续方向发展。

■ 建筑密封胶类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	白云	广州市白云化工实业有限公司
2	之江	杭州之江有机硅化工有限公司
3	安泰	广州集泰化工有限公司
3	道康宁（外资品牌）	道康宁（中国）投资有限公司
4	硅宝	成都硅宝科技股份有限公司
5	凌志	浙江凌志新材料有限公司

八、建筑遮阳类

近年来，我国建筑外遮阳产业增长迅猛，目前产品结构也由中低档向中高档全面转型升级。并已形成了江苏、浙江、上海、广东、湖南、山东建筑遮阳产业集群地，大批有实力的企业快速成长开始与国际接轨。到 2017 年，住建部相继发布了多项遮阳行业标准，其中涵盖了术语标准、通用要求、

产品标准、方法标准和工程技术规范等多方面。同时，各类建筑节能标准设计都强化了对遮阳的要求，北京、上海和江苏强制规范对遮阳系数的要求，湖南也在今年全面实施 65% 建筑节能强制标准，各地施工验收规范和标准图集也陆续出台，建筑遮阳行业标准体系基本建立。

尽管我国建筑遮阳行业发展势头迅猛，也取得一定成果。但由于行业企业整体生产规模较小，落

后产能占相当比重，总体工艺技术装备落后，与国外发达国家尚存在着明显的差距。未来，我国建筑遮阳行业要长足发展，还需重视和提高企业

抵御市场风险的能力、树立自主知名品牌、产品质量稳定性和加大科研投入等方面的投入。

■ 建筑遮阳类（电机、内外遮阳面料）— 国产品牌

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	杜亚	宁波杜亚机电技术有限公司
2	正见	上海正见门窗科技有限公司
3	创明	广东创明遮阳科技有限公司
4	名成	上海名成建筑遮阳节能技术股份有限公司
5	霸狮腾	常州霸狮腾特种纺织品有限公司
6	五岳	江阴五岳建筑节能科技有限公司

■ 建筑遮阳类（电机、内外遮阳面料）— 外资品牌

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	尚飞	尚飞帘闸门窗设备（上海）有限公司
2	森科	森科（南通）遮阳科技有限公司
3	亨特	荷兰亨特集团
4	法拉利	法国法拉利技术织物公司

九、门窗密封胶条类

对于密封条来说，降低材料的热传导率，可以有效地降低热量传递的速度；降低材料的压缩永久变形，可以使门窗的各个缝隙之间获得更好的密封效果，从而隔绝高温区向低温区的空气对流，保证整个门窗的节能效果。

目前，国外市场所采用的密封胶条材质主要有丁腈橡胶 (NBR)、三元乙丙橡胶 (EPDM)、热塑性弹性体 (TPE)、聚氨酯弹性体 (P)、硅橡胶 (MVQ)、氯丁橡胶 (CR) 等，其中，以耐老化性能和物理性能均十分优异的三元乙丙橡胶使用率最高，达 60%

以上。大型的门窗幕墙系统公司如旭格、海德鲁、阿鲁克等均大量使用三元乙丙材质的密封胶条。而在国内市场，三元乙丙橡胶 (EPDM)、硅橡胶 (MVQ)、增塑聚氯乙烯 (PVC) 等材料均有使用。但随着人们生活水平和环保意识日益提升，对室内环境有污染的 PVC、POE 塑料材料使用比例正在逐年减少，环境友好型的三元乙丙橡胶和硅橡胶的使用比例也在逐年增长。因其具有优异的低温性能，抗臭氧、耐紫外线、耐气候性和耐老化性优异，居通用橡胶之首，也将是今后节能胶条的发展趋势。

■ 门窗密封胶条类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	新安东	宁波新安东橡塑制品有限公司
2	海达	江阴海达集团
3	联和强	深圳市联和强实业有限公司

厨房电器类

一、厨房电器行业现状综述

厨房电器作为家电行业增长最快的板块，过去几年始终保持稳定增长态势。据中怡康数据显示，2016 年厨房电器市场零售额达到了 874 亿元，同比增长了 14%，增速提高了 3.4 个百分点。2017 年厨电市场将继续以高增长的态度继续挺进，全年厨电市场规模将有望突破 1000 亿元。

从品牌发展来看，马太效应明显，以老板、方太、美的、华帝等为代表的市场主流品牌一直保持稳定增长，而越来越多的中小品牌将会逐渐退出市场。但与国外较成熟的厨电龙头公司所占份额相比而言（例如：美国厨电市场中 GE 市场份额高达 33%，德国市场中博西所占市场份额高达 43%），我国厨电行业的集中度仍处于较低水平，厨电行业主流品牌的市场占有率仍存在进一步提升空间。

近年来，在我国房地产工程市场的带动下推动了整体厨房电器行业的蓬勃发展，不仅传统厨电产品油烟机、燃气灶继续保持稳定增长，而且嵌入式微波炉、电烤箱、电蒸箱和洗碗机也出现了爆发式的增长。

二、厨房电器行业发展趋势

从产品方面来看，大风量、大风压、自动清洗的油烟机已经成为引领行业的发展趋势；以及大火力、钢化玻璃的燃气灶产品市场份额得到了进一步提升并成为市场主流。以及随着整体厨房设计理念的普及和消费者对厨房一体化需求的提升，各厨房用品之间协调效应在不断加强，厨电橱柜一体化和嵌入式厨电将进入快速发展时期。

在伴随着“互联网+”和“物联网”等概念的兴起，许多智能化技术如定时提醒、WIFI 功能、远程操控等已经陆续在厨房电器产品上得到应用。未来，随着技术的不断深入，诸如视频娱乐、菜谱教学、智能烹饪等功能融合，将会极大提升消费者的使用体验和乐趣。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

当前，我国厨房电器行业中高端市场已经形成了以老板、方太、美的、华帝、西门子等品牌为主导的市场格局，其中，老板电器仍旧保持着持续的高速增长领跑行业。而美的、华帝的量额增长也不

容小觑均高于行业平均增速，向前列品牌位次发起挑战。从入围品牌来看，前十强品牌在房地产工程市场的首选率达 88%；其中，老板电器以约 27% 的首选率稳居榜首地位，而综合排名前 5 位的品牌

首选率达 75%，也反映出我国厨房电器领域的中高端市场，行业主流品牌占据了主导地位。

■ 厨房电器类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	老板	杭州老板电器股份有限公司
2	方太	宁波方太厨具有限公司
3	美的	美的集团股份有限公司
3	华帝	华帝股份有限公司
4	海尔	海尔集团
5	帅康	浙江帅康电气股份有限公司

■ 厨房电器类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	西门子	博西家用电器（中国）有限公司
2	嘉格纳	博西家用电器（中国）有限公司
3	博世	博西家用电器（中国）有限公司
4	Miele	德国美诺 Miele 公司
5	林内	上海林内有限公司

橱柜类

一、整体橱柜行业现状综述

近年来，随着消费者个性化消费需求的提升，国内整体橱柜占厨柜购置方式中的比例也正显著提升。2016 年全球整体橱柜行业市场规模约 600 亿美元左右，预计到 2018 年全球整体橱柜市场规模将到达 640 亿美元左右，数据表明整体橱柜市场规模在不断扩大。

目前，我国整体橱柜行业约有品牌 1,068 个，其中一线企业约有 78 家，占比为 7.3% 左右；二线企业约 176 家，占比为 16.5% 左右，总计占比不足 30%。其中行业龙头欧派家居的市场占有率仅为 8%，而与国外相比韩国橱柜龙头汉森的市占率早在 2013 年就已超过 20%。因此，对于我国整体橱柜行业而言，无论是行业集中度，还是龙头企业的市占率，未来都具备较大的提升空间。

当前，80、90 已成为市场新一代主流消费群体，而整体橱柜和定制家具以其个性化设计、高空间利用率、美观时尚、环保节约等诸多优点，将成为家居业发展的主流。并据资料显示，在 2016 年我国家具制造业市场规模近 1 万亿元，其中定制家居占

整体家具市场份额的 25% 左右，参照国外定制家居 60%-70% 的市场渗透率，定制行业在我国正处于快速增长期，市场空间广阔。在巨大的市场需求下，众多橱柜、衣柜、建材五金、电器等领域的企业纷纷向全屋定制转型。

二、整体橱柜行业发展趋势

当前市场环境下，橱柜企业的转型升级成了必然选择。随着新一代消费群体的崛起，对生活品质的追求带动了个性化风潮的兴起，为定制橱柜企业，在竞争激烈的传统市场中寻得了又一片蓝海。据统计，2016 年定制橱柜约 1200 亿市场规模，随着改善型需求的增加，我国定制橱柜市场规模将呈稳步增长态势。

未来，橱柜行业与非橱柜行业间的相互渗透将会是大势所趋，橱柜品牌只有不断提高品牌美誉度、加强与客户持续的粘性、提升产品品质和功能，才能在竞争激烈的市场中“破茧成蝶”。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，欧派家居凭借着深入人心的

品牌优势、先进的装备制造能力和卓越的产品品质以及完善服务网络等方面的综合优势，在我国橱柜市场占据着绝对的领导地位，并以 20% 的房地产工程市场品牌首选率占据榜首；综合品牌入围前十强的房地产工程市场首选率为 60%，也表明我国橱柜市场的

品牌集中度较低，龙头企业仍具备较大的市场增长空间。并随着越来越多的家居、衣柜、厨房电器等领域企业的跨界进入整体橱柜及全屋定制这一蓝海领域，未来市场激烈的竞争态势仍将延续。

■ 厨房电器类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	欧派	欧派家居集团股份有限公司
2	金牌	厦门金牌厨柜股份有限公司
3	博洛尼	博洛尼家居用品（北京）有限公司
4	皮阿诺	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司
5	志邦	志邦厨柜股份有限公司
6	柏厨	宁波柏厨集成厨房有限公司
7	中意	深圳市中意集团有限公司
8	海尔	海尔集团
9	大诚	大诚世纪家居（北京）有限公司
10	华帝	华帝股份有限公司

■ 橱柜类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	科勒	科勒（中国）投资有限公司
2	北美枫情	北美枫情（上海）商贸有限公司
3	柏丽	柏丽（中国）厨具有限公司

陶瓷卫生洁具类

一、陶瓷卫生洁具行业现状综述

我国陶瓷卫生洁具行业经过 30 多年的发展，已成为世界上最大的陶瓷洁具生产国和消费国。企业数量和产区不断增多，装备制造水平、产品质量水平、节水技术水平以及产品配套水平等都有很大程度提高。但同时也面临着，产品同质化现象严重，中低档产品居多，且世界级知名品牌还没有形成，与世界著名品牌相比差距仍很明显。

近年来，我国居民生活品质和消费水平不断提高，民族卫浴品牌几十年来的发展沉淀俨然不能完全满足市场需要，国内高端卫浴市场被国际品牌大幅占据，除了外资卫浴品牌的产品质量、设计等因素外，国内缺乏实力相当的竞争对手也是重要原因之一。因此，在短期内我国民族卫浴品牌还很难掌控国内高端卫浴市场的格局。

当前，卫浴行业的中高端市场需求越来越大，而低端市场发展愈发艰难。自去年年底开始，受环保影响，整个卫浴行业掀起了涨价潮，伴随着人工成本、企业环保成本的上升，卫浴行业也面临着洗牌，部分低端、劣质的卫浴产品和企业将淘汰出局，为注重产品品质的中高端品牌提供了更多的发展空间。

二、陶瓷卫生洁具行业发展趋势

当前，一线城市市场已趋于饱和，二、三线城市仍蕴藏着极大的市场潜力，这也将成为未来卫浴

市场的蓝海和企业新的布局重点。另外，除了对产品质量和功能方面的提升之外，绿色、节能、环保产品仍将是市场的主流。

同时，随着消费升级时代的来临，也为整体卫浴市场的发展带来了新的增长机遇，整体卫浴能够满足消费者追求高档化、多样化和个性化的需求未来发展广阔。而在产品创新方面，智能马桶、智能花洒、智能浴室柜、智能浴缸等卫浴产品越发受到年轻一代消费者的追捧和关注，智能卫浴产品将迎来高速发展期。

三、行业品牌企业在房地产工程市场的首选率

从入围品牌可以看出，我国陶瓷卫生洁具及卫浴五金市场仍是以外资品牌占据着绝对主导地位。陶瓷洁具方面，除持续位于品牌首选率前列的 7 家外资品牌外，还有箭牌、九牧等 5 家民族品牌入围。其中，外资品牌的贝朗卫浴表现抢眼，近年来凭借着设计理念、智能化和模式优化等方面的创新，在工程市场集中发力业绩持续攀升，并随着与碧桂园、富力等龙头房企战略合作的深入，夯实了自身地位的同时并向行业前列品牌发起了挑战。在卫浴五金方面，品牌首选率前 5 的也都均为外资品牌把持。随着外资品牌的渠道下沉，逐步走向二三线城市布局，对于民族卫浴品牌而言，市场竞争已日趋白热化。未来只有不断加强设计创新，提升产品品质，才有机会在激烈的市场竞争中占有一席之地。

■ 陶瓷卫生洁具类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	科勒	科勒（中国）投资有限公司
2	TOTO	东陶（中国）有限公司
3	乐家	乐家（中国）有限公司
4	美标	美标（中国）有限公司
5	唯宝	唯宝贸易（上海）有限公司
6	杜拉维特	杜拉维特（中国）洁具有限公司
7	贝朗	贝朗（中国）卫浴有限公司

■ 陶瓷卫生洁具类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	箭牌	佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司
2	九牧	九牧厨卫股份有限公司
3	恒洁	上海恒洁卫浴有限公司
4	惠达	惠达卫浴股份有限公司
5	航标	漳州万佳陶瓷工业有限公司

■ 卫浴五金类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	科勒	科勒（中国）投资有限公司
2	摩恩	摩恩（上海）厨卫有限公司
3	TOTO	东陶（中国）有限公司
4	汉斯格雅	汉斯格雅卫浴产品（上海）有限公司
5	高仪	高仪（上海）卫生洁具有限公司

建筑陶瓷类

一、建筑陶瓷行业现状综述

改革开放以来,我国建筑卫生陶瓷产业持续快速发展,已成为世界建筑卫生陶瓷最大生产国、最大消费国和最大出口国。目前,我国陶瓷产品主要以抛光砖、内墙砖(釉面砖)及抛釉砖、仿古砖为主流产品,呈现三足鼎立的市场格局。

随着我国建筑装饰行业的蓬勃发展,建筑陶瓷的市场规模不断扩大,预计 2017 年我国建筑陶瓷砖销量将达到 88.1 亿平米,销售规模将达到 5155 亿元。从行业整体格局来看,瓷砖市场品牌林立,市场集中度较低。据相关统计,我国规模以上(年主营业务收入达 2000 万元及以上)建筑陶瓷制品企业数量约为 1455 家,从零售销售额来看,我国瓷砖前十大品牌合计零售额约为 326.3 亿元,份额合计约为 9.85%,显示瓷砖市场极为分散。

今年以来,我国房地产市场步入新常态,建筑陶瓷企业不同程度地都遭遇到市场需求增速下滑、产能供给过大、库存增加、融资难、融资贵、环保压力和技改投入加大、劳资成本快速增加、企业盈利能力减弱等问题。行业发展面临着必须加速从规模粗放增长转向质量效率集约型增长,加快淘汰落

后产能步伐,从增量扩能为主转向调整存量、做优增量并存的方向调整,企业经营要由过去主要靠产量扩张和价格竞争,逐步转向质量型、差异化为主的竞争发展态势。

二、建筑陶瓷行业发展趋势

随着我国居民住房环境不断改善,社会人群对建筑装饰材料的美观程度提出了更高要求。高品质建筑陶瓷产品近年来向着艺术化、精致化、仿物化发展,在装修装饰中的应用方式呈现多样化趋势。在高品质陶瓷砖越来越受消费者青睐的同时,新兴的陶瓷薄砖和陶瓷薄板产品因其特性,在用于二次装修、翻新可以加快铺贴速度,减少建筑垃圾,有着较大的市场潜力。

近年来,国家持续鼓励、扶持具有节能、节材、轻质、坚固特点的陶瓷薄板等新型薄型化建筑陶瓷材料的发展,因为建筑陶瓷产品的薄型化可以从源头上降低建筑陶瓷生产所耗用的矿产资源和能源,对解决建筑陶瓷行业耗能、排放问题有重大意义,并能推动我国建筑陶瓷行业向着绿色化、节能化方向发展,也是实现建筑的绿色化和轻量化重要途径。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，建筑陶瓷行业前十名品牌在房地产工程市场的首选率达 70%，其中以蒙娜丽莎、马可波罗、冠珠、东鹏和诺贝尔排名前五的品牌首选率为 52%，显示主流品牌之间的竞争也日趋白热化。位居品牌首选率榜首的蒙娜丽莎凭借强大的技术实力，在国内率先研发出陶瓷薄板和配套的绿色化、智能化生产工艺。不仅在蓝海市场中抢得先机，还为我国的建筑陶瓷行业进一步转型升级开辟了新的

路径。据悉，蒙娜丽莎 IPO 首发申请已于 10 月 31 日获得证监会通过，这将成为佛山第一家瓷砖企业 A 股上市品牌。

■ 建筑陶瓷类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	蒙娜丽莎	蒙娜丽莎集团股份有限公司
2	马可波罗	广东马可波罗陶瓷有限公司
3	冠珠	广东新明珠陶瓷集团有限公司
4	东鹏	广东东鹏控股股份有限公司
5	诺贝尔	杭州诺贝尔集团有限公司
6	欧神诺	佛山欧神诺陶瓷股份有限公司
7	新中源	广东新中源陶瓷有限公司
8	博德	广东博德精工建材有限公司
9	斯米克	上海斯米克建筑陶瓷有限公司
10	简一	佛山市简一陶瓷有限公司
10	亚细亚	上海亚细亚陶瓷有限公司

地板类

一、地板行业现状综述

我国木地板行业发展较为成熟，行业集中度也较高。据统计，我国规模以上地板企业约有 437 家，过去几年木地板行业集中度呈现缓慢上升的趋势。在目前木地板行业整体供大于求的态势下，少数优质企业通过提高生产自动化水平、加大新品研发、主动营销创新等措施不断提高市场份额，进一步拉大了与其他品牌的差距。

目前我国大城市住宅木地板平均普及率为 25% 左右，中型城市住宅约为 10% 左右，随着，我国国民收入和整体消费水平的稳步提升，未来木地板产品的市场发展空间非常广阔。据预测：到 2020 年，大城市木地板平均普及率将达到 30%-35% 左右，中小城市木地板平均普及率将超过 15%，我国木地板行业总体呈增长趋势，预计到 2021 年，我国木地板行业销售收入将接近 1300 亿元。

二、地板行业发展趋势

1. 新材料的研发与创造

地板企业应加大技术创新，从环保、舒适度、

可循环利用、抗菌、净化空气等多方面出发，创造更多新材料地板产品。

2. 无醛地板的普及

地板作为消费品，其环保越来越受到人们的重视，未来无醛系列产品将是一个趋势，企业要在无醛基础上加大产品质量研发，创造出真正耐用环保的好地板，无醛系列产品再搭配上地板的舒适度及耐用性，必将成为趋势。

3. 竹地板的推广

竹子作为可再生资源，成才期比较快，完全能够满足中国地板市场的需求，目前国内竹地板普及率还不够高，这与消费者的意识和知识普及有很大关系，主要原因担心怕竹地板易开裂、发霉等。企业要加大技术创新力度，研发出质量更加稳定和成熟的产品。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，地板行业在房地产工程市场的品牌首选率为 83%，其中，前三甲的品牌首选率

与去年相比变化不大仍为 53%，继续占据着地板工程市场领域的主流地位。在行业竞争越发激烈，以及年轻一代消费群体的个性化追求情形下，出现了以和邦盛世为代表的中国“和文化”设计理念，将中国传统文化元素与现代家居观念甚至欧美风尚巧

妙结合，形成了独特的新中式品牌文化风格，其差异化的产品风格也受到了更多用户的青睐。

■ 地板类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	圣象	圣象集团有限公司
2	大自然	大自然家居（中国）有限公司
3	生活家	巴洛克木业（中山）有限公司
4	德尔	德尔未来科技控股集团股份有限公司
5	北美枫情（外资品牌）	北美枫情（上海）商贸有限公司
6	扬子	安徽扬子地板股份有限公司
7	宏耐	深圳宏耐建材有限公司
8	和邦盛世	和邦盛世家居股份有限公司
9	书香门地	书香门地（上海）美学家居股份有限公司
10	升达	四川升达林业产业股份有限公司

石材类

一、石材行业现状综述

过去 10 年，我国石材产量以年均 23% 速度在增长，目前年产量已超过千万吨，并占到了全球石材加工、生产量的近 20%，成为全球最大的石材生产大国。我国石材生产主要分布在福建、广东和山东三个省，其中福建与山东为原料与加工生产大省，而广东主要从事进口石材的加工，以上三省占我国石材生产 85% 的产量。我国石材行业历经 30 多年的发展，目前形成了有规模、上档次的三大产业集群：福建南安、广东云浮和山东莱州，并涌现出环球、万里石和华隆石业为三大产业集群代表的龙头骨干企业。

石材行业属资源依赖型和生态环境敏感型产业。近年来，随着我国对生态环境保护的加强，石材行业的技术创新和绿色可持续发展成为产业发展的必由之路。从目前行业发展来看，大量企业在产业价值链分工中尚处于生产加工阶段，而在国家公布的《制造业 2025》将为石材产业下一步的转型升级和产品创新指明了方向，石材企业由产品制造向提供产品和服务的转变是价值链延伸需要，也是消费升级的必然结果。

二、石材行业现状和趋势

创新发展是新时期下石材产业的重要任务之一，打造绿色矿山，提倡清洁生产成为行业发展的必然趋势。龙头石材企业应积极打造从矿山开采、板材加工、设计到安装施工的全产业链经营模式，并建立完善的设计、运输、安装、维护专业化服务体系 and 一条龙式服务。突破传统思维，树立品牌意识，通过技术创新以石文化为内涵，以创意设计为核心，大力发展新型石材产品的推广应用，例如石材保温复合，石材瓷砖复合等，提升企业的综合竞争力。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，石材行业前十强品牌在房地产工程市场的首选率为 62%，其中以环球、高时、华隆作为我国三大产区代表的前三甲品牌首选率达 39%。随着国家对生态环境保护的加强，以及我国房地产业发展增速趋缓，石材行业的传统发展模式也受到了很大的影响，大批企业面临转型和关停，这就需要传统石材企业在技术创新和细分市场等方面有所突破和创新。

■ 石材类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	环球	环球石材集团有限公司
2	高时	高时石材集团有限公司
3	华隆	山东华隆石业有限公司
4	万里石	厦门万里石股份有限公司
5	康利	康利石材集团
6	溪石	溪石集团发展有限公司
7	塔星	塔星集团
8	勇进	山东勇进集团有限公司
9	冠鲁	冠鲁集团
10	东成	东莞市东成石材有限公司

建筑涂料类

一、建筑涂料行业现状综述

根据《涂界》发布的“2017 年度世界十大涂料制造商排行榜”显示，2017 年世界十大涂料制造商总销售额达 622.222 亿美元，同比增长 0.665%，占全球涂料总销售额的 31.24%。按照行业集中度指数计算，2016 年世界涂料产业集中度指数 28.65%，说明目前世界涂料市场处于低集中竞争型市场结构，整个涂料产业市场集中度非常低，一直处于低凝聚力、高竞争力，产业呈现“小、多、散、弱”的特点。

当前，我国建筑涂料企业与外资企业在技术研发方面尚有一定的差距。目前，我国内墙涂料按质量高低可大概分为三类，第一类内墙涂料的 PVC 约为 80% 上下，主要应用于农村及工程市场；第二类内墙涂料的 PVC 约为 70% 上下，主要应用于工装及中低档家装市场；第三类内墙涂料的 PVC 约为 50% 上下，主要应用于少数高档家装市场，此类仅占内墙涂料总产量的约 5% 左右，说明我国约 95% 产量的内墙涂料为 PVC 高于 CPVC(约 65%) 产品，主要用于中低端市场。

据悉，国外消费者在选择内墙涂料时，往往把色彩选择作为涂装的首要问题，而我国消费者在选用

涂料时最担心的问题一般都是环保性能或质量。因此，国内涂料企业应从“重营销、轻研发”走向重研发、去除过度化概念炒作，以推动我国内墙涂料行业的健康发展。

二、建筑涂料行业发展趋势

近年来，随着原材料价格的不断上涨、产业升级、环保和安全生产的压力，将促使大量不合格小型企业关停，2016 年关停微型涂料企业 3000 多家。2017 年预计仍将有近 5 千家中小涂料企业倒闭，这将加速推动我国涂料市场向优秀品牌集中。未来几年，受益于我国稳健发展的房地产行业、一带一路、雄安建设、地下管廊、高铁、城镇化、新农村建设等国家基建投资及消费升级、旧房翻新等利好因素，将为涂料行业的品牌企业提供更大的发展空间。

随着居民对美好家园追求的不断提升，建筑外墙涂料除了具备自清洁能力、耐候性、防火性和美观性外，高装饰性建筑涂料——仿石漆受到了众多涂料企业的青睐，成为当下热门新型装饰外墙涂料代表，又称水包水多彩仿石涂料、真石涂料，多彩漆等，具有天然真实的自然色泽，适合于各类建筑

物的室内外装修，具备使用寿命长、易于施工，工期短、环保安全等特点，成为了未来发展趋势。

三、行业主流品牌市场占有情况

从入围品牌来看，建筑涂料综合排名前十强品牌在房地产工程市场的首选率达 94%，并形成了以

立邦、多乐士为代表的外资品牌和以三棵树、亚士漆、富思特为民族品牌代表的市场领军阵容，并占据着我国建筑涂料市场的主流份额。

■ 建筑涂料类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	三棵树	三棵树涂料股份有限公司
1	亚士漆	亚士漆（上海）有限公司
2	富思特	富思特新材料科技发展股份有限公司
3	华润	广东华润涂料有限公司
4	嘉宝莉	嘉宝莉化工集团股份有限公司
5	美涂士	广东美涂士建材股份有限公司

■ 建筑涂料类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	立邦	立邦涂料（中国）有限公司
2	多乐士专业	阿克苏诺贝尔太古漆油（上海）有限公司
3	SKK	四国化研（上海）有限公司
4	PPG	庞贝捷涂料（上海）有限公司
5	STO	上海申得欧有限公司

■ 多彩仿石漆类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	三棵树	三棵树涂料股份有限公司
1	亚士漆	亚士漆（上海）有限公司
1	华德隆	山东华德隆建材科技有限公司
2	磐彩	上海磐彩环保科技股份有限公司
3	SKK（外资品牌）	四国化研（上海）有限公司

■ 真石漆类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	立邦（外资品牌）	立邦涂料（中国）有限公司
2	三棵树	三棵树涂料股份有限公司
2	亚士漆	亚士漆（上海）有限公司
2	华德隆	山东华德隆建材科技有限公司
3	久诺	江苏久诺建材科技股份有限公司

保温装饰复合板类

(保温装饰一体板)

一、保温装饰复合板(保温装饰一体板)行业现状综述

当前,我国已颁发一系列的政策和法规,强制性地全面推行建筑节能。随着建筑节能技术不断深入,并通过引进国外新技术、新产品、新材料、新工艺在建筑中大力推广和运用,外墙保温取得了良好的成效。但与国外发达国家相比,我国建筑单位面积能耗仍是相近发达国家的 2-3 倍。在建筑中,热损失主要通过门窗和墙体散去,其中墙体的散热占据相当大的份额。因此,发展墙体保温技术和推广使用节能材料是我国建筑节能的必要途径。

2012 年住建部正式发布公告,推广保温装饰复合板。保温装饰复合板作为集装饰、节能、防火、防水、环保为一体的新型绿色建材,改变了目前中国保温材料(EPS、XPS、PU、岩棉等)、饰面材料(石材、陶瓷、铝板等)及涂料领域的形态,将半成品的保温、饰面材料、涂料产品在流水线上实现了成品化,将工序复杂并受到气候条件严重影响的现场施工改变为简单的现场装配,与传统保温

板薄抹灰系统及保温砂浆厚抹灰相比,具有装饰效果好,施工快捷、质量可控、成本更低等优点,尤其是石材保温装饰复合板与石材干挂加保温的传统方式相比,成本降低 1/3 以上,越来越受到市场青睐。

二、保温装饰复合板(保温装饰一体板)发展趋势

我国既有建筑量大面广且能耗高。目前,我国正处于城镇化快速发展的时期,全国既有建筑面积总计已经超过 400 亿平方米,其中城镇既有建筑保有量约为 140 亿平方米。而全国城镇既有建筑面积中仅 7% 是“节能”建筑。而在住宅建筑的围护结构能耗中,外墙占到了 34%,这些既有建筑的外墙翻新和节能改造,将为保温装饰复合板提供更大的发展潜力和市场前景。

当前,我国已将发展装配式建筑作为建筑转型的重大举措,从国家到地方已有 30 多个省市确定了加快发展装配式建筑的进程目标,保温装饰复合板作为建筑外墙保温装饰的优秀节能产品,是实现我国住宅产业化和推广节能建筑的重要捷径,也

是装配式建筑外保温饰面的最佳解决方案，众多大型开发商已经开始纷纷采用装配式方案，未来市场发展前景广阔。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从调研情况来看，融创、世茂等大型房地产企业的高端楼盘，都已开始大面积使用保温装饰复合板，也开始将保温装饰复合板单独纳入了企业战略集采库，从保温装饰复合板入围品牌来看，前五强品牌在房地产工程市场的首选率达 60%，其中，位居前两位的华德隆和亚士品牌首选率达 35%。华德隆通过近 20 多年技术研发和创新，将石材、仿石涂料、铝板等与各种保温材料完美复合，首次实现全自动化工厂生产，规模和专利数量业内第一，不断

挑战超高建筑上的应用，技术成熟且领先，石材保温复合板和仿石涂料保温复合板进行组合应用，已成为保温装饰一体化系统解决方案的引领者。亚士创能也历经十四的潜心研发和匠心打造的保温装饰成品板，也开始在各大主流房地产项目中得到广泛应用。

保温装饰复合板是建材部品化的典型代表，国内企业提前布局，引领市场，属于国际独创，远远领先于国际品牌，首次开创了民族品牌领先的局面。

行业当前面临的主要问题，在于各地保温节能政策不统一，导致保温材料选择受到制约，迫切希望行业上下游共同推动保温装饰复合板快速发展。

■ 保温装饰复合板（保温装饰一体板）类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	华德隆	山东华德隆建材科技有限公司
1	亚士创能	亚士创能科技（上海）股份有限公司
2	富思特	富思特新材料科技发展股份有限公司
3	立邦（外资品牌）	立邦涂料（中国）有限公司
4	威尔达	四川威尔达节能科技有限公司
5	固克	厦门固克涂料集团有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

照明灯具类

一、照明灯具行业现状综述

近年来，我国 LED 技术和产业发展得很快，无论是技术，还是产业都已经进入世界先进行列。在技术方面，我国白光半导体产业化光效已经和世界一流水平持平；从单色光方面来说，红、橙、黄、绿、青、蓝、紫各色光的发光效率都已经具有国际水平，其中黄光 LED 光效领先全世界。从产业方面而言，我国现在是 LED 的最大生产国，也是最大消费国和最大出口国。2016 年我国照明行业增速趋缓，全行业销售额达到 5600 亿人民币，与 2015 年持平；出口达 388 亿美元，比 2015 年下降 14%，出现此变化是由于整个 LED 照明增长的曲线从加速增长进入了减速增长的阶段，行业整体增长速度趋缓。

在企业状况方面，大企业经营状况普遍良好，基本完成了从传统照明向 LED 照明的转型，大部分照明上市公司实现营收利润双增长，并有多家上市企业已朝百亿目标迈进。而小企业经营出现困难，一部分企业相继转型，或退出照明行业的竞争。在产品状况方面，大部分企业从几年前单纯生产 LED 光源转向生产 LED 灯具，目前各类室内外灯具均可

采用 LED 作为光源，包括筒灯、平板灯、吸顶灯、室外照明用路灯、隧道灯、庭院灯、草坪灯等。

二、照明行业的发展趋势

照明行业未来努力发展的方向是智能照明系统，在为用户提供照明系统解决方案的同时还要提供服务。企业的发展不但要做大更要做强，在研发创新上加大投入，树立品牌意识。产品发展趋势应向 LED 灯具发展。目前 LED 灯具已覆盖了所有室内外灯具种类，景观照明几乎都是 LED 的天下，但产品质量是未来竞争的关键，随着灯丝灯的光效提高和成本下降，有望成为白炽灯的替代品。

我国照明产业经过多年的发展，已经成为全球最大的照明产品生产国和出口国，并在全球的市场占有率已超过 50%，未来的发展方向不仅是要做大，而是要做强，创造出中国企业的品牌，这将是我国照明灯具行业共同努力的目标。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，照明灯具行业在房地产工程市场集中度也越来越高，综合排名前十强品牌在房

地产工程市场的首选率达 85%；其中，综合排名前三甲的雷士、西顿、欧普三大品牌在工程市场的首选率约为 52%，占据照明灯具行业首选率的半壁江山，行业呈现出三足鼎立的局面。其中西顿照明凭借着专业设计能力、优秀的产品品质和极佳的品牌

美誉度，通过前期设计服务的深度参与，为客户提供专业的照明系统整体解决方案，获得了众多房地产企业用户的青睐。

■ 照明灯具类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	雷士	惠州雷士光电科技有限公司
2	西顿	惠州市西顿工业发展有限公司
3	欧普	欧普照明股份有限公司
4	三雄极光	广东三雄极光照明股份有限公司
5	TCL	TCL 照明电器有限公司
6	佛山照明	佛山电器照明股份有限公司
7	阳光	浙江阳光照明电器集团股份有限公司

■ 照明灯具类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	飞利浦	荷兰皇家飞利浦电子公司
2	欧司朗	朗德万斯照明有限公司
3	松下	松下电器（中国）有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

开关插座类

一、开关插座行业现状综述

长久以来，家用开关插座行业向来是一个关注度较低的行业，随着国民经济发展和消费者意识的增强，2016 年我国开关插座面板产品在新增商品房市场容量约 150 亿元，加上二次装修、办公、商业及农村市场需求，总体市场容量达 270 亿元。

当前，人们生活水平的不断提高，家用电器、消费类数码产品数量的增多，家庭用电环境正变得越来越复杂，而承载家庭用电重任的插座也越来越受到重视，行业也迎来了一次重大的革新。根据国家规定：2017 年 4 月 14 日起，国内所有插座必须完成新、旧标准交替转换。新国标四大主要规定为：

- 1、插座必须增加保护门，有效的保障了儿童用电安全。
- 2、电源线的直径有了相应标准，额定 10A 延长插座线从原来的 0.75 平方毫米提高到 1 平方毫米；额定 16A 的则从 1 平方毫米提高到 1.5 平方毫米。
- 3、插座材质必须为阻燃材料，要求插座产品在受热后不能起燃，或者起燃后 30 秒需自动熄灭。

4、产品命名和 3C 认证有了新要求，统一将为有带电源线产品称为“延长线插座”，不带电源线产品则为“移动插座转换器”。

新国标对行业最大的影响在于考验企业的“智造实力”。

二、开关插座行业发展趋势

我国开关插座行业整个市场渠道可分为：住宅、酒店和商业，其中，住宅市场所占份额最大（约 73% 左右）。目前行业格局为：以西门子、施耐德、西蒙、TCL- 罗格朗为代表的外资高端品牌；和以飞雕、公牛等为代表的民族电工品牌。据统计，2016 年行业前三名的品牌市场份额不足我国整个电工市场的 22%，说明行业的集中度较分散，市场集中度低，且低端产品仍占据主流，中高端产品占比相对较低。

随着消费者品牌意识的增强，和对产品时尚化、装饰化需求不断攀升，将会给装饰开关带来较大市场机会。目前，各大品牌均已推出装饰化的开关产品，销售结构也将不断向中高端方向发展，装饰开关市场份额增长越发明显，未来仍有巨大的提升空间。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

据悉，我国电工产品每年市场容量约有 90% 以上是来自于房地产工程市场的带动。从入围品牌来看，综合排名前十强品牌在房地产工程市场的首选率达 83%；其中，位居综合品牌前四位的均为外

资品牌，并占据品牌首选率约 60% 的占比；以飞雕、公牛、西顿等为代表的民族电工品牌首选率约为 20%。在电工产品巨大的市场容量下，民族品牌还需加大科研投入和产品创新，逐步向中高端市场发力。

■ 开关插座类（外资品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	西门子	西门子（中国）有限公司
2	TCL- 罗格朗	TCL- 罗格朗国际电工（惠州）有限公司
3	西蒙	西蒙电气有限公司
4	施耐德	施耐德电气（中国）有限公司
5	ABB	ABB（中国）有限公司

■ 开关插座类（国产品牌）

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	飞雕	飞雕电器集团有限公司
2	公牛	宁波公牛电器有限公司
3	西顿	惠州市西顿工业发展有限公司
4	正泰	浙江正泰建筑电器有限公司
5	鸿雁	杭州鸿雁电器有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

管件管材类

一、塑料管材行业现状综述

与欧美等发达国家相比，我国塑料管材行业起步较晚，但发展迅速，从 20 世纪 70 年代开始生产塑料管材，到 2008 年产量达到 459.30 万吨，超越美国成为世界最大塑料管材生产国。目前，我国塑料管材在数量、品种、规格上都得到了很大的发展，按材质可分为聚氯乙烯（PVC）管、聚乙烯（PE）管、聚丙烯（PP）管、聚丁烯（PB）管、ABS 管等，其中 PE 管材产量增长速度最快。2017 年预计我国的塑料管材市场份额将达到有一个新高点，生产量将达到 6800 万吨。

目前，国内较大规模的塑料管材生产企业约有 3,000 家以上，年生产能力超过 1,500 万吨。其中年生产能力 1 万吨以上的企业约为 300 家，有 20 家以上企业的年生产能力已超过 10 万吨，规模以上企业不断增多。发展至今行业已形成了产业功能聚集区，规模生产企业主要集中在广东、浙江、山东、河北，四地的生产能力、产量之和已接近全国总量

的一半。近几年来，住房城乡建设行业一直是塑料管材主要应用领域之一，每年塑料管材工程用量大约在 300-400 万吨左右，其中市政工程管材约占 2/3，建筑工程管材约占 1/3。随着“十三五”期间行业产业结构调整的不断深化，行业洗牌和落后产能的淘汰速度也将逐步加快，市场将逐步向具备品牌优势、有质量保障和有竞争实力的企业集中。

二、塑料管材行业发展趋势

长期以来，由于塑料管材大部分属于隐蔽工程材料，故而很多工程方在利润驱使下，一味的追求低价，导致工程质量堪忧。央视在 2013 年报道《“掺假管”真该管》，掀起了媒体声讨大幕。未来，质优价廉的塑料管材才是行业健康发展的方向。

随着科学技术的进步促进了塑料管材技术水平提升和应用的增长，塑料管材的新品种、新结构、新材料、新技术、新工艺及专利项目逐渐增多，高功能化的塑料管材科研得到重视，我国在钢塑复合管材、UHMWPE（超高分子量聚乙烯）等方面已具备一定的优势。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从入围品牌来看，前十强品牌在房地产工程市场的首选率达 78%，其中，首选率前 5 的品牌占比约为 58%，除了持续位于行业首选率领先地位的联

塑科技以外，公元、金牛等品牌也表现不俗，凭借优质的产品和卓越的服务，逐步缩小着与前列品牌的差距。

■ 管件管材类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	联塑	中国联塑集团控股有限公司
2	中财	浙江中财管道科技股份有限公司
3	伟星	浙江伟星新型建材股份有限公司
4	公元（永高）	永高股份有限公司
5	金牛角	武汉金牛经济发展有限公司
6	日丰	日丰企业集团有限公司
7	顾地	顾地科技股份有限公司
8	康泰	康泰塑胶科技集团有限公司
9	川路	成都川路塑胶集团有限公司
10	雄塑	广东雄塑科技集团股份有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

电线电缆类

一、电线电缆行业发展综述

电线电缆作为国民经济中最大的配套行业之一，是各产业的基础，其产品广泛应用于电力、建筑、民用、通信、船舶以及石油化工等领域，被誉为国民经济的“血管”与“神经”，与国民经济发展密切相关。按产值规模计算，电线电缆行业在我国机械工业的细分行业中，仅次于汽车整车制造和零部件及配件制造业，位居第二；是电工电器行业 20 多个细分行业中规模最大的子行业，占据约四分之一的产值规模。近年来，我国电线电缆行业保持了较快发展势头，继续在国民经济中占据重要地位。

电线电缆行业市场规模总体稳步扩大的同时，行业内企业发展呈现两极分化特征。随着生产成本上升、铜价大幅波动以及市场竞争加剧，部分生产低端产品的中小型电线电缆企业面临生存困境，纷纷退出市场。行业领先企业凭借品牌、技术、资金、管理优势持续推动新产品研发，不断拓展新的市场增长点，重点发展了环保电缆、城市轨道交通电缆、

新能源电缆、阻燃耐火电缆等特种电缆。经过多年发展，我国电线电缆行业产业集群已经形成，呈现出显著的区域性特征，华东地区和华南地区成为行业发展重点区域。以电力电缆为例，江苏、广东、天津、安徽、浙江五省的电力电缆产量合计占全国的比重为 58.27%。据预测，到 2020 年我国电线电缆产能有望突破 1.1 亿千米，产值突破 1.6 万亿元。

二、电线电缆行业现状和趋势

近年来，鉴于对建筑的安全考虑及重视，国家住房和城乡建设部颁布了编号为 GB50016-2014 的《建筑设计防火规范》，并在 2015 年 5 月 1 日已开始实施。该规范的出台对建筑消防的安全要求进一步提高，指出消防配电线路要么单独设置电缆井，要么必须使用矿物绝缘电缆，很明显使用矿物绝缘电缆将是最佳的选择方案。

在现代配电系统中矿物绝缘电缆有着广泛的使用空间，其耐火性、耐久性、安全性、可靠性、施工便捷和经济性是传统的电力电缆所无法取代的。

在国家政策的引导，以及房地产客户对建筑产品质量的重视下，使得矿物绝缘防火电缆的前景非常广阔，同时也为电缆企业提供了良好的发展机遇。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

我国电线电缆的主流市场仍是国家电网领域，目前在房地产工程市场的战略合作中还未成为主流，行业品牌在工程市场的表现也呈现分化状态。前十强品牌在房地产工程市场的占比不足 60%，而前 5

位的品牌占比已达 40%。其中，民兴电缆作为专注于房地产工程市场的代表，近年来通过在矿物绝缘电缆的潜心研究和持续科研投入，成为了矿物绝缘电缆的先锋，并已成为碧桂园、万科等房地产企业的战略合作伙伴，未来发展前景依然广阔。

■ 电线电缆类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	宝胜	宝胜科技创新股份有限公司
2	民兴电缆	东莞市民兴电缆有限公司
3	远东电缆	远东电缆有限公司
4	上上电缆	江苏上上电缆集团有限公司
5	中超	江苏中超控股股份有限公司

2017 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

其他类

节能材料类 — 2017 年度中国房地产工程市场首选供应商

泰诺风保泰（苏州）隔热材料有限公司

钢管类 — 2017 年度中国房地产工程市场首选供应商

天津君诚管道实业集团

工业漆类 — 2017 年度中国房地产工程市场首选供应商

河北晨阳工贸集团有限公司

管桩类 — 2017 年度中国房地产工程市场首选供应商

建华建材投资有限公司

硅藻泥类 — 2017 年度中国房地产工程市场首选供应商

辽宁盼盼新型建筑材料集团有限公司

建筑陶瓷类 — 2017 年度中国房地产工程市场新锐供应商

广东兴辉陶瓷集团有限公司

镶嵌式垂直太阳能类 — 2017 年度中国房地产工程市场首选供应商

山东豪客太阳能有限公司



全联房地产商会产业链创新合作分会

搜索微信号: crecc2015

网址: www.crepmc.com

电话: 010-51506973

邮箱: istrive@crepmc.com