



2016

中国房地产产业链战略诚信供应商公益榜单

市场分析手册

全联房地产商会

China Real Estate Chamber of Commerce

CONTENTS

目 录

1 榜单背景

全联房地产商会介绍	03
全联房地产商会产业链创新合作分会介绍	05
联合机构	07
榜单说明	08

2 榜单成果

VRV 多联机空调类	10
电梯类	12
厨房电器类	14
卫生洁具及五金类	16
低压电器类	18
开关插座类	20
建筑陶瓷类	22
石材类	24
地板类	26
楼宇对讲类	28
防水材料类	30
照明灯具类	32
橱柜类	34
热水器类	36
建筑涂料类	38
门窗类	41
其他类	51

2016 年度中国房地产战略诚信供应商公益榜

发布背景

主办方介绍：

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、恒大地产、碧桂园、保利地产、万科地产、世茂地产、招商地产、新城地产、旭辉地产、山水文园等众多知名房企。

全联房地产商会副会长名单

(按姓氏笔画排名)

副会长名单

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
刘天凛	中民投资资本管理有限公司总裁
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 轶	山水文园投资集团董事局主席

副会长名单

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

全联房地产商会产业链创新合作分会：

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、基础工程、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。

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 全联房地产商会常务副秘书长、中国房地产部品采购联盟秘书长

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

会长

张晓梅 山水文园投资集团总裁、中欧城镇化与产业可持续发展联席会副理事长

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高级副总裁

顾雪全 绿地控股集团有限公司工程合约部副总经理

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

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

秘书长

马学明

副秘书长

丁雪梅 吴彩萍 张雨岚 朱传福 吕彬

分会常务理事专家成员 (按姓氏拼音排名)

曾志超	车 军	车永华	陈 亮	陈 敏	陈 平	陈 音
程楚斌	董智勇	都 军	傅申森	高少义	高 岩	宫铁军
郭 兵	郭海伦	郭跃权	郝 宇	胡 樾	黄书俊	黄雪梅
黄长青	季华俊	蒋知拉	李 冰	李光耀	李 铁	梁敏红
梁松英	梁艳杰	林文彬	刘萌军	刘长海	龙文凯	陆赞初
罗 丹	孟 瑛	缪国栋	裴建东	邱绍华	任海军	任军波
茹 芳	史成波	宋晨光	宋书楠	孙克放	孙 琼	谭新明
唐 俊	汪冬梅	王杰豪	王进峰	王 蓉	王石梅	王同生
王 奕	肖玉君	谢家春	辛庆运	徐 雄	许 黎	杨 光
杨 毅	叶月香	岳 倩	张 波	张春生	张 箭	张 向
张雪松	赵英武	郑 彬				

百度：

全球最大的中文搜索引擎、最大的中文网站。

乐视网：

乐视致力于成为全球化的世界级互联网生态公司，通过跨产业垂直整合下的价值链重构，打破产业边界、实现跨界创新，打造基于视频产业、内容产业和智能终端的“平台+内容+终端+应用”的完整开放式闭环生态系统，被业界称为“乐视模式”。乐视垂直产业链整合业务涵盖互联网视频、影视制作与发行、智能终端、应用市场、电子商务、互联网智能电动汽车等；旗下公司包括乐视网、乐视致新、乐视移动、乐视影业、乐视体育、网酒网、乐视控股等，在乐视生态的完整布局下，乐视控股集团的企业理想是建成一个对产业有巨大影响力的生态系统，通过持续创新，给予用户极致体验，改变人们的生活方式。

旺材电商：

旺材电商经过两年的业务实践证明，产业平台能为供需双方创造巨大的价值，无论是对远洋，天山，鲁商，山水文园等地产百强采购合作，还是对数十家中小地产商的高效服务，都获得了降低采购交易成本，提高成单速度，为金融征信提供通道的明显效益。2017年，旺材将进入2.0阶段，首发的10个地区数百家地产的项目与采购计划将同时上线，数个核心产品将进行全国团采，一些优秀供应商为旺材提供了专属网销产品，使旺材聚量能力提升到行

业独有的高度，在线招商、招标也将直接对接网店功能，在线推广将大大提高产业交易便利，招标贷；电子保函、电梯贷等一批金融产品将上线，使地产与建筑行业在全供应链合作中通过平台获得降低与金融服务的通道。

大猫网：

大猫供应链协同电子商务平台，整合互联网、物联网、大数据、云计算最新技术成果，为企业提供了“一网构建企业供应链竞争力”的产业电商环境，推动传统企业转型升级至“供应链优化竞争时代”。大猫平台帮助传统企业轻松克服“知识密集、技术密集、资金密集、人才密集”四大障碍，使企业快速实现“传统产业+互联网”。

大猫“六位一体”产业电商平台生态体系包括：

六位：产业供应链采购交易平台，生产性外包服务平台，贸易型外包服务平台，智能物流服务平台，智慧金融服务平台，企业级SaaS云服务平台。

一体：产业供应链协同工作平台。

大猫“三大支撑”体系：培训，代运营，大数据增值服务，为“传统产业+互联网”提供切实保障。

中国房地产招标采购工程师之家

中国房地产招标采购工程师之家秉承为招采行业从业人员“办实事，谋发展，同进步”的理念，团结行业招标采购工作者，就提升会员执业素养、规范执业操守，提高执业水平等方面开展了务实并卓有成效的工作，得到了众多产业链人士的好评。

目的：

从“公益、客观、公开”的角度审视产业链年度成果，“办成一本对中国房地产产业链人士实用型的参考手册”。

何谓“公益”：

全过程公开透明，不为上榜企业颁发证书、牌匾，仅为产业链提供一个客观公正成果展示。

数据：

依托全联房地产商会 5000 家会员中的主流房地产开发企业会员分享的“企业年度合格战略供应商”数据，以及产业链创新合作分会 90 位百强房地产企业主管工程采购和成本的分会常务理事专家团的核心战略供应商资源分享，得出年度榜单的入围企业大名单。

评审方法：

评审阶段，为提高榜单的客观公正和实用性，在全联房地产商会领导的亲自带领下，分别在碧桂园集团总部召开了华南区专家评审座谈会、全联房地产商会会议室召开了华北区专家评审座谈会和在新城集团总部召开了华东区专家评审座谈会，在三大区域的论证评审会现场，专家团成员认真、客观、公正的从行业用户角度对榜单的上榜企业从企业规模、技术研发、品牌知名度、合作配合能力、售后响应速度、口碑美誉度等六大方面进行了深入交流。给予了榜单很多建设性意见和建议。

确认阶段，本着公开入围、公正评审、开放发榜的宗旨，在榜单发布前，将榜单成果再次和专家成员进行最终确认后正式发布。

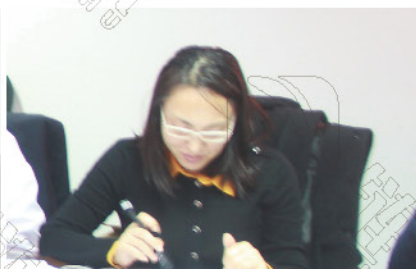
“华南区”专家测评会

2016 年 12 月 2 日，碧桂园集团



“华北区”专家测评会

2016年12月7日，全联房地产商会



“华东区”专家测评会

2016年12月9日，新城集团



备注：1、榜单中十强品牌排名：表现为十强品牌在房地产工程市场被房地产开发企业选择的首选率。

2、也欢迎各房地产企业和产业链分会各位专家给予监督和反馈，后期我们还将不定期发布供应商黑榜。

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

VRV 多联机空调类

一、VRV 多联机空调行业发展综述

自 1982 年开发出第一台 VRV 空调系统以来，经过 30 多年的发展，VRV 空调系统以卓越的系统性能和丰富的产品系列，充分满足了用户的各种使用和节能需求。具有：容量大型化、产品多样化、控制智能化、节能性、舒适性五大特点。

多联机空调容量大型化：VRV 空调系统拥有较高的机外静压，有效防止气流短路，提高了空调性能。管长限制更小，设计自由度更大。

多联机空调产品多样化：随着人们对生活品质的不断追求，各空调厂家开始致力于开发特殊空间的专用空调，现在，VRV 空调带给用户的不仅是温度的体验，更是温度、湿度和洁净空气的全新享受。

多联机空调控制智能化：与一般大楼空调全部开启不同，VRV 系统可独立或集中控制，还可以通过手机、iPad 等移动设备对空调进行远程控制，集中管理所有业主和租户，以及通过智能家居控制系统，随时随地实现对空调系统的智能掌控。

多联机空调具有良好的节能性：随着空调技术的日渐成熟，VRV 空调系统展现出了其优越的节能性。

多联机空调具有良好的舒适性：VRV 空调系统可

通过个性化、多样化的室内机形式，不仅满足用户对空调系统的个性化需求，还能带给用户不一样的舒适体验。

随着空调事业的蓬勃发展，VRV 空调系统仍将得到更广泛应用。

二、VRV 多联机空调行业现状

近五年来技术日臻完善和快速发展，越来越多的用户选择了多联机系统，市场潜力巨大，市场占有率也已超过传统的中央空调。但由于项目市场的下滑，和家装零售市场份额的增长，品牌竞争也愈加白热化，产品功能将进一步细分。

三、VRV 多联机空调品牌企业在房地产工程市场的首选率

2015 年度，全球多联机市场的规模大约为 121.2 万台（基于外机数），同比 2014 年度下滑 2.8%。中国市场成为全球多联机产品的主要销售市场，共计销售 69.5 万台，全球占比达到 57.3%。

从表中可以看出，在我国 VRV 多联机市场品牌格局方面，主要分布在两大品牌阵营，日系品牌和中国品牌。统计数据显示，大金以 32.2% 的品牌首选率位居榜单首位，外资品牌在市场的首选率合计 64.70%。而民族品牌在以格力、美的、海尔为代表

的带领下首选率达 31.96%，多联机迎来了快速发展的新一波浪潮。

而未入榜单前十强的欧美系品牌一直以冷水机组为销售重心，如约克、麦克维尔、开利、特灵、顿汉布什等品牌，这些机组的使用范围集中在工业、地产、

商业等领域。而近年来随着商业、工业市场的低迷，以上品牌也逐步开拓了多联机市场领域，市场竞争进一步加剧。

VRV 多联机空调类

品牌分类	品牌名称	企业名称	房地产工程市场 品牌首选率排名
外资品牌	大金	大金（中国）投资有限公司	1
	日立	青岛海信日立空调系统有限公司	2
	东芝	东芝开利空调销售（上海）有限公司	5
	三菱重工海尔	三菱重工海尔（青岛）空调机有限公司	6
	三菱电机	三菱电机（中国）有限公司	7
	三星	三星（中国）投资有限公司	10
国产品牌	格力	珠海格力电器股份有限公司	3
	美的	美的集团股份有限公司	4
	海尔	海尔集团股份有限公司	8
	海信	海信集团有限公司	9

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

电梯类

一、电梯行业市场综述

近 10 年来，随着国民经济的持续发展、房地产行业的高速运行以及城镇化进程的加快推进，我国已经成为全球最大的电梯生产和消费市场。世界上主要的电梯品牌企业均在我国建立独资或合资企业，是电梯领域的世界工厂和制造中心。全球 70% 的电梯在中国制造，60% 至 65% 的电梯销售在中国市场。2015 年我国电梯产量为 76 万台，较 2014 年 70.8 万台产量增长幅度为 7.34%；销量为 70.6 万台，较 2014 年 64 万台，增长 6.6 万台增量为 10.31%；截止 2015 年底我国登记在用的电梯是 425.96 万台。目前我国电梯整梯许可制造企业有 696 家，其中持国家级发证的有 579 家，持省级发证的有 117 家。拥有许可证的安装改造维保企业 10316 个，其中总局发证的有 285 个，省局发证的有 10041 个。

存量市场：按照国际惯例，电梯的使用年限为 15-25 年，2000 年前后安装的电梯已步入“中年期”，我国电梯销量从 2004 年起爆发，此后 10 年年均复合增速达到 22%。预计未来 3 年我国实际更新、淘汰电梯在每年在 6 万台以上，且将保持较快增长。在我国房地产增量市场持续放缓的趋势下，维保业务成为提高企业服务、增加企业稳定可观收入的重要一

环。电梯维保业务正在成为电梯行业发展的“新蓝海”。发达国家著名电梯企业维保业务约占电梯需求的 50% 以上，未来维保服务需求潜力巨大。

二、电梯行业未来发展趋势

随着城镇化的发展，城镇人口的增加、人口结构老龄化，新建保障房、商品房、基础设施需求，既有电梯更新改造和既有旧楼加装电梯，出口快速增长等，都是支撑电梯行业快速增长的动力。

1、电梯产业发展格局发生显著变化，表现出强者更强，弱者更弱，行业已进入洗牌期。市场竞争机制和产业政策变化促进了产业结构布局加速向健康方向发展，部分品牌企业将投资区域指向中西部地区使产业区域布局更加合理。

2、新的第四代无机房电梯技术已成为电梯发展的目标。以及新一代电梯技术正在迅猛发展，当前最受关注的电梯新技术有：永磁同步技术、乘客识别系统、指纹识别系统、别墅家用生活电梯技术等。

3、电梯厂家越来越多的重视直销市场，建立区域、分公司，大力开展直销市场。

4、截止 2015 年末，国内电梯保有量 425 万台左右，电梯行业的后服务市场是一个比较大的市场，随着产品毛利润的下降，越来越多的厂家会将注意力转移到售后

服务市场。随着技术的成熟和行业标准的统一，售后服务将归属于电梯厂家或电梯厂家授权的主要企业。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

电梯行业是市场化程度较高、完全竞争的行业，从电梯性能角度来讲，民族品牌在中低速和高速领域的产品无论从技术还是质量已经可以与国际品牌相媲美；但在超高速电梯（大于 6m/s）市场领域仍由八家外资品牌占据主导。

从表中可以看出，上榜的外资品牌、合资品牌占据了房地产市场的绝对地位，品牌首选率达 88.08%，其中，以永大、康力、广日为代表的三家民族品牌在房地产市场的首选率占比为 10.80%。在随着我国城镇化进程以及各地保障房安居项目的加快推动下，民族品牌可凭借着良好的性价比和高质量的服务，逐步缩小与外资品牌的市场差距。

电梯类

品牌分类	品牌名称	企业名称	房地产工程市场品牌首选率排名
外资品牌	三菱	上海三菱电梯有限公司	1
	通力	通力电梯有限公司	2
	日立	日立电梯（中国）有限公司	3
	奥的斯	奥的斯电梯（中国）投资有限公司	4
	蒂森克虏伯	蒂森克虏伯电梯（中国）	5
	迅达	迅达（中国）电梯有限公司	6
	东芝	东芝电梯（中国）有限公司	11
	富士达	华升富士达电梯有限公司	12
合资、国产品牌	奥的斯机电（西子奥的斯）	奥的斯机电电梯有限公司	7
	巨人通力	巨人通力电梯有限公司	8
	永大	永大电梯设备（中国）有限公司	9
	康力	康力电梯股份有限公司	10
	广日	广州广日电梯工业有限公司	13

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

厨房电器类

一、厨房电器行业发展综述

据统计，2016 年中国厨电市场规模预计将达到 829 亿，同比增长 11.6%，厨电烟、灶、消品类增速放缓，但嵌入式新品类走俏，其中嵌入式市场规模将达到 60 亿，同比增长 77.6%。整体厨电仍旧保持一定的增长，吸油烟机、燃气灶仍旧占据厨电市场的较大份额，为家庭装修的一级配套家电，而嵌入式电烤箱、蒸汽炉、洗碗机等新品类涨势凶猛，因为随着我国中产阶级逐渐壮大，正在成为消费市场的主力，而以往单一化的消费形态也在向多元化转变。越来越多的 70、80 消费者愿意为获得更好的生活品质，而付出更高的成本。因此，追求健康、便捷的优质生活越来越得到消费者的关注及青睐。

我国厨电产业主要分布在“长江三角洲”和“珠江三角洲”两大产业集群。在行业各梯队品牌中逐渐形成了以德国嘉格纳、德国米勒和法国帝泽为代表的奢侈厨电品牌；以老板、方太、西门子为代表的主流中高端品牌市场；和以美的、海尔、华帝为代表的性价比品牌整体格局。

在我国厨电行业零售市场目前仍占有绝对主流市场，精装修市场只占比不足 10%，零售市场中的新房消费占比 70%，二次装修占比 21%。也反映出厨电领军企业的现金流都很充足。

二、行业品牌企业在房地产工程市场的首选率

从统计数据显示，榜单前十名品牌在房地产市场的首选率为 87.80%。其中，老板电器以 25% 的品牌首选率位居行业榜单首位，方太、西门子紧随其后，三强品牌的首选率达 60.75%，极高的品牌集中度也反映出厨电行业发展已较为成熟和稳定，前三位品牌牢牢占据着厨房电器领域的中高端市场份额，与其他品牌的档位区分已较为明显。

行业奢侈品领域的高端市场由嘉格纳、美诺、帝泽三家外资品牌把持，但所占市场份额极小；而作为目前行业主流的中、高端领域市场仍由老板、方太两大家族品牌占据主导着地位，厨房电器行业整体呈现出国产品牌强于国际品牌的欣喜局面。

厨房电器类

品牌分类	品牌名称	企业名称	房地产工程市场 品牌首选率排名
外资品牌	博西	博西家用电器（中国）有限公司	3
	嘉格纳	德国嘉格纳	8
	Miele	德国美诺	9
	帝泽	法国帝泽	10
国产品牌	老板	杭州老板电器股份有限公司	1
	方太	宁波方太厨具有限公司	2
	美的	美的集团股份有限公司	4
	华帝	华帝股份有限公司	5
	海尔	海尔集团股份有限公司	6
	万和	广东万和新电气股份有限公司	7

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

卫生洁具及五金类

一、卫生洁具行业目前发展现状及趋势

19 世纪中期，欧洲、美国等相继出现了现代卫生洁具制造工业雏形。我国卫生洁具行业起步于 20 世纪 80 年代，目前已成为全球卫生洁具生产与消费的第一大国家。经过三十余年的发展，我国进入了由外资洁具企业和本土洁具企业共同经营的市场。随着全行业技术的进步和行业分工的全球化，卫生洁具行业表现出以下特点：

- 1、整体市场呈现高档化、多元化、个性化等特点；
- 2、卫生洁具产品呈现节能化、环保化、健康化发展趋势；
- 3、卫生洁具生产技术、工艺以及国际标准不断提高；

随着国家产业政策和环保政策的进一步推进，2016 年 9 月，我国开始实施陶瓷卫生洁具环境标志认证，执行标准为《环境标志产品技术要求卫生陶瓷》（HJT296-2006），其对陶瓷洁具产品的放射性、铅和镉含量以及废渣回收率进行强制性要求，其放射性标准高于之前执行的《建筑材料放射性核素限量》（GB6566-2001）标准。国家一系列节能降耗政策的实施将进一步挤压落后企业的生产空间，促使企业加大研发投入、转变生产方式，新型洁具产品将迎来更大发展空间。

二、评定本行业内企业的最重要的 5 个考核指标

- 1、高温陶瓷：一般高温陶瓷要经过加长隧道窑

（80—100 米）18 小时 1200℃ 以上烧制而成。只有时间长，温度高，陶瓷的玻化过程才高，吸水率低（小于 0.2%）；不易粘臭，不易出现后期风裂。

2、施釉与质量：釉面厚度越厚（一般 0.8—1.2mm），表面就越平整光滑、毛孔少，一般高档产品都用高温微晶白洁釉，从而形成看得见摸得着、色如玉，质细腻、历久如新。

3、冲水技术：冲水管道施釉及进水、出水均静音，管道施釉造成内壁光滑，吸力强，不挂垢，不藏垢。

4、配件：座便器盖板、水箱及水封材料使用。

5、加大冲水管道：一般座便器管道内径为 43mm 左右，而高档产品内径全部为 50.8mm。

三、卫生洁具行业发展前景及地产企业的主流合作模式

截至 2015 年末，我国商品住房总量在 80 亿平方米以上，办公楼 1.80 亿平方米以上，宾馆等住宿房间 265.51 万间，餐饮机构经营面积 55.93 百万平方米，医院等卫生医疗机构 97.44 万家，为之配套的卫生洁具产品保有量巨大。商品房住宅中的卫生洁具产品的使用期一般为 8—10 年左右；办公楼、住宿、餐饮、医疗等商业营业用房为公共场所，其破损率及更新频率更高，一般 5—8 年左右就需更新。未来，因卫生洁具产品破损、样式陈旧、功能落后等因素，导致产品更新市场形成巨大增量需求。

卫浴企业与房地产企业的战略合作模式分为：

1、地产公司高度集采，总部统一采购和结算；2、地产公司签订准确集采（分为确定品牌、产品、区域3种模式），由项目公司负责采购和结算。3、地产公司签订相对松散型战略合作协议，由地区公司跟进实际情况再定品牌、产品、付款形式。

四、当前行业各主流品牌及市场占有情况

从表中可以看出，在我国卫浴市场各类品牌占有情况可大致分为4大群体，以杜拉维特（Duravit）、乐家（Roca）、高仪（Grohe）为代表的欧洲品牌；以科勒（Kohler）、美标

（AmericanStandard）为代表的美系品牌；以及东陶（TOTO）、伊奈（Inax）系为代表的日资品牌和以箭牌、九牧为代表的中国品牌。

据统计数据显示，上榜的外资品牌以83.10%的市场首选率占据着我国卫浴市场的绝对地位，五家民族品牌的市场首选率为13.40%，反映出由于品牌沉淀和积累的历史因素，民族品牌目前还很难与国际品牌在中高端市场领域相抗衡，要想在未来市场竞争中仍占有一席之地，应抓住我国城镇化进程以及保障房等安居工程的巨大市场机遇。

卫生洁具及五金类

品牌分类	品牌名称	企业名称	房地产工程市场品牌首选率排名
外资品牌	科勒	科勒（中国）投资有限公司	1
	TOTO	东陶（中国）有限公司	2
	乐家	乐家（中国）有限公司	3
	美标	美标（中国）有限公司	4
	杜拉维特	杜拉维特（中国）洁具有限公司	5
	唯宝	德国唯宝 Villeroy&Boch 公司	6
	汉斯格雅（五金）	汉斯格雅卫浴产品（上海）有限公司	7
	高仪（五金）	高仪（上海）卫生洁具有限公司	8
	摩恩（五金）	摩恩（上海）厨卫有限公司	9
	贝朗	贝朗（中国）卫浴有限公司	15
国产品牌	劳芬	瑞士劳芬（中国）有限公司	15
	箭牌	佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司	10
	惠达	惠达卫浴股份有限公司	11
	九牧	九牧厨卫股份有限公司	12
	恒洁	广东恒洁卫浴有限公司	13
	航标	漳州万佳陶瓷工业有限公司	14

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

低压电器类

一、低压电器行业发展综述

目前，在我国低压电器中、高端市场份额中主要由外商投资企业和少数民族品牌企业为主。施耐德、ABB、西门子三大国际品牌以产品技术先进、网络完善、生产制造能力领先，获得了业内众多用户的认可，在国内高端市场占有着主导地位。低压电器行业在我国的制造商超过了 1600 家厂家，品牌众多，但质量及服务能力参差不齐。近年来，随着民族企业愈加重视产品的研发和制造的投入，努力提升产品质量、服务综合水平及品牌美誉度，逐步缩小着和国际一线品牌的差距。

从技术研发角度而言，目前低压电器企业主要分为三类，其中，高端品牌企业作为行业中的技术引领者，主要有施耐德、ABB、西门子三大合资企业，该类企业掌握了低压电器行业最先进的技术，引领低压电器行业的发展方向。其次，中高端品牌企业成为了行业内的积极推动者，该类企业主要有良信电器、TCL- 罗格朗、德力西等品牌，此类企业具有较强的研发能力，能够及时洞察行业技术的发展，技术水平处于领先地位，企业经营管理规范，重视行业研究及品质、品牌提升。最后一类的中低端品牌具有产品同质化和依靠性价比进行竞争的企业。

另外，由于行业门槛较低厂商众多，多数小型企业多以小作坊形式分工合作，缺乏产品一致性，厂家之间的代工贴牌现象严重，且市场上充斥很多伪劣产品。因此，质量与安全性能存在较大隐患，所以低压电器产品的战略选择也是业内人士最为关注的行业之一。根据相关机构统计显示，2015 年行业产销近十年首次出现负增长，超过百分之五十的企业出现销售额收入下降，企业利润增长率及利润下降，从而导致很多企业创新不足，核心竞争力持续下降，制造水平提升缓慢，竞争主体将愈加多元化和白热化。

二、评定本行业内企业的最重要的 5 个考核指标

- 1、企业规模：注册资金（衡量一个企业规模大小最直接参数），主营销额及销售形式（低压元器件销售额 6 亿以上的企业，合作过程中的供货能力较强，工程市场为企业的主营形式）、完善的网络覆盖、资源整合能力。
- 2、硬件设备：企业实验室投入、自动化程度、研发投入。
- 3、原材料使用情况：高端材料、低端材料、再生料。
- 4、产品的一致性：终端、配电、双电源、工控等主要元器件。

5、产品各项技术指标：CCC、TUV、CE、UL环保认证及可靠性试验、温度、湿度、烟雾试验等指标。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

低压电器行业根据性能、价格可分为高、中、低三类产品，市场中占有最大份额的是利润较低的中低端产品，而主要大部分利润集中在高、中端产品上。现随着国内企业在技术实力和制造工艺方面的不断提升，已有少数民族品牌开始逐步掌握了新一代低压电器的核心技术，在中高端市场领域中，具备了可以逐步替代国际品牌的实力。

从统计数据显示看，低压电器行业在房地产工程市场表现为：由四家外资品牌和六家民族品牌占据市场主导地位，十强品牌在房地产工程市场的首选率达85%；其中，施耐德仍以绝对优势占据行业榜首，与另三家外资品牌的占比合计为42.50%；而以良信电器、德力西、正泰为代表的三家民族品牌首选率为33%，反映出行业内的优秀民族领军品牌正凭借着不断的研发投入和完善的售后服务保障，逐渐缩小了与国际品牌的差距。

低压电器类

品牌分类	品牌名称	企业名称	房地产工程市场品牌首选率排名
外资品牌	施耐德	施耐德电气（中国）有限公司	1
	ABB	ABB（中国）有限公司	4
	西门子	西门子（中国）有限公司	6
	海格	海格电气（惠州）有限公司	8
国产品牌	良信	上海良信电器股份有限公司	2
	正泰	正泰电气股份有限公司	3
	德力西	德力西电气有限公司	5
	常熟开关	常熟开关制造有限公司	7
	上海人民	上海人民电器开关厂集团有限公司	9
	长征	贵州长征开关制造有限公司	10

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

开关插座类

一、开关插座行业发展综述

墙壁开关行业由上世纪 60 年代发展至今，全国生产开关企业大约有 1500 多家，电工品牌接近 2000 个。开关行业最早由澳洲奇胜和日本松下公司分别引进 86 型开关和 120 型开关进入中国市场。86 型开关发展至今，除了个性化工艺（覆膜、金属、玻璃、电镀），在主流领域，共经历了四代变化。

开关插座的未来发展趋势是：安全、个性化和智能化。开关插座作为控制电气装置设备，安全需求是须首先满足的，应采用安全阻燃材料及安全保护门减少儿童触电危险；满足安全需求后，从中、高端产品占据 65% 市场份额可以看出，个性化定制将是大势所趋；智能化是安全需求和个性化需求的融合及升华，在当前智能家居产品盛行下，模块式的智能开关将成为未来发展的主要趋势。

二、评定本行业内企业的最重要的 5 个考核指标

我国开关插座厂家约 2000 多家，行业产品同质化严重。企业规模与实力、研发能力及设备投入、产品品质及管控、品牌传播、销售网络及售后服务等方面成为了评价主流品牌的主要指标。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从统计数据显示看，开关插座行业榜单十强品牌在房地产工程市场的首选率达 83.35%。其中，外资品牌的首选率占比达 59.51%，而以飞雕、德力西、鸿雁、西顿、正泰为代表的民族品牌占据了 23.84% 的首选率。在巨大的市场容量下，民族品牌还应加大企业技术研发和产品创新能力，缩小与国际品牌的差距。

开关插座类

品牌分类	品牌名称	企业名称	房地产工程市场 品牌首选率排名
外资品牌	西门子	西门子（中国）有限公司	1
	施耐德	施耐德电气（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
	ABB	ABB（中国）有限公司	7
国产品牌	飞雕	飞雕电器集团有限公司	5
	德力西	德力西电气有限公司	6
	鸿雁	杭州鸿雁电器有限公司	8
	西顿	惠州市西顿工业发展有限公司	9
	正泰	浙江正泰建筑电器有限公司	10

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

建筑陶瓷类

一、建筑陶瓷行业发展综述

建筑陶瓷行业是高能耗、高消耗、高污染、低产出的代名词，经过三十多年的发展，目前主要产区分布在：广东、福建、河北、四川、江西、山东六大区域，据统计全国累计有 2527 条生产线；年产量达 110.35 亿平方米。分别为全抛釉：318 条线，年产量 10.1 亿平方米；仿古砖：498 条生产线，年产量 16.46 亿平方米；抛光砖：837 条生产线，年产量 38.93 亿平方米；陶质瓷片：786 条生产线，年产量 41.6 亿平方米；小地砖：79 条生产线，年产量 3.09 亿平方米；薄瓷板：9 条生产线，年产量 0.17 亿平方米。

品牌众多，集中度低。陶瓷行业有多达 2000 个瓷砖品牌，但具有一定规模（年销售亿元以上品牌）的比例仅有 10% 左右，按国内瓷砖市场 3000 亿体量计算，行业最大规模企业所占比例不到 3%。目前形成诺贝尔、蒙娜丽莎、马可波罗、东鹏第一集团军的局面。

二、建筑陶瓷行业发展前景

在我国提出构建生态可持续发展环境的背景下，产业发展正从增量扩能转向调整优化存量、做优做强增量并存。未来产业以产品品牌、质量、服务为核心的内涵式、创新性发展成为主导。大力发展薄型砖、

加湿瓷砖、吸甲醛健康瓷砖、防静电瓷砖、自洁性瓷砖、蓄热、蓄光型建筑陶瓷、仿石和仿木类瓷砖等功能产品，将成为未来产品的主流方向。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率：

房地产企业在与建筑陶瓷企业的战略合作过程中，更多的会考虑和关注建筑陶瓷企业的品牌影响力、产品质量、科研实力、服务能力、企业产能、履约能力等方面的综合考量。

从统计数据显示看，蒙娜丽莎以 18.29% 的品牌首选率以微弱优势位居榜单首位，前三强品牌的差距并不大。上榜十强品牌在房地产工程市场领域的品牌首选率达 90.64%；其中前五名品牌的首选率达 73.84%，也反映出建筑陶瓷领域一线陶瓷品牌企业之间的竞争已极为激烈。

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	诺贝尔	杭州诺贝尔集团有限公司
4	东鹏	广东东鹏控股股份有限公司
5	欧神诺	佛山欧神诺陶瓷股份有限公司
6	冠军	信益陶瓷（中国）有限公司
7	博德	广东博德精工建材有限公司
8	简一	佛山市简一陶瓷有限公司
9	冠珠	新明珠集团
10	金意陶	广东金意陶陶瓷有限公司

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

石材类

一、石材行业发展综述

随着我国经济发展进入新常态，以及国际经济缓慢而脆弱复苏，石材行业的发展也经受了国内外市场的双重考验，石材产量增幅继续回落，企业开工率严重不足；主营业务收入及成本增幅继续回落，企业亏损面继续扩大；主营业务利润及利润总额增速回升，产品结构调整初见成效；投资增幅平稳增长，行业转型升级稳步推进；差异化竞争、抱团发展新成共识；企业库存压力、资金压力不断加大，石材进口大幅下降，创五年来最低纪录；深加工、高附加值产品在出口中的比重不断提升，石材出口贸易额持续快速增长，再创历史新高。

2015 年全年，板材产量增速继续回落，规模以上企业大理石板材产量 3.5 亿平方米，比上年同期增长 11.5%，增速较上年回落 5.7 个百分点；规模以上企业花岗石板材产量 6.7 亿平方米，比上年同期增长 9.7%，增速较上年回落 3.7 个百分点。2015 年，建筑装饰用石开采投资累计 518 亿元，比上年同期增长 11.4%，比上年增速高出 14.9 个百分点。建筑装饰用石加工投资累计 1704 亿元，比上年同期增长 13.1%，比上年增速回落 22.2 个百分点。从投资的区域分布看，由于东部地区对于矿山开采的限制，投

资下降。投资的分布基本与资源开发程度相符。广西、湖北、河南和广东的开采投资增速均超过 60%，领跑西、中、东部。

伴随着新兴产业集群不断涌现，粗放型发展模式将会有所改善，园区化发展成为趋势，市场业态不断升级，产品结构调整初露端倪，目前石材行业产品结构调整向家装、复合板、合成石等转移步伐加快，但力度和深度与国外石材企业相比，还存在较大差距，专业化、精尖化水平普遍不高，产品附加值还较低，按照发达国家的石材工业水平，合成石发展可占到装饰石材的 20%~30%，从这个趋势来看，我国未来的人造合成石将达到 4000 万~6000 万平方米的规模，值得深挖。

二、战略合作过程中房地产企业关注石材企业的要点

石材与地产之间的关系不言而喻。目前国内石材市场仍然以工程业务为主，主要是石材供应商与房地产商之间的战略合作，这部分业务占石材销售市场的 90% 以上。大型的石材企业与知名的房地产企业形成长期、稳固的战略合作关系，在这种业务模式中，石材企业的主要利润来自销量的规模，其单位的利润相对来讲非常低，只有依靠销售量的规模来提升整体销售利润。

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

地板类

一、地板行业发展综述

根据国家十三五规划建议，树立节约循环利用的资源观，推动资源利用方式根本转变，加强全过程节约管理，大幅提高资源利用综合效益。地板行业中实木复合地板和强化复合地板符合了国家节约资源和保护环境的基本国策，主要利用速生人工林的可再生林木资源，加工简易，能源消耗量低、温室气体排放少，属于循环经济范畴，符合可持续发展的要求。以及《林业产业振兴规划》、《林业产业政策要点》的发布和关于集体林权制度的改革，都将进一步解放和发展林业生产力及动力，促进了地板行业向健康持续方向发展。

房地产去库存和城镇化加速为木地板行业提供广阔的市场空间。未来受房地产去库存和城镇化的政策刺激，如保障性住房、二胎政策、财政补贴、税收减免、将农民纳入住房公积金体系、放松户籍、金融信贷政策支持等，房地产行业将出现新的发展机遇，房地产库存高企的局面得以改善。随着国发经济发展和生活水平的提高，消费者对地板的需求不再局限于功能需求，木地板产品因具有健康环保、装饰美观、个性化需求等优势，未来我国木地板市场潜力巨大。

但是，我们仍是一个森林资源相对贫乏的国家，人均森林占有面积仅为 1.9 亩，为世界人均占有量的五分之一，因此，我们急需提高木材综合利用率。从资源结构看，我国优质阔叶树种稀少，尤其适宜做实木复合地板表

板的柞木、曲柳、枫木、桦木所占的比例更少，由于资源价格的上升，挤压了实木复合地板和实木地板产品的利润空间，对地板生产企业产生一定影响。

二、地板行业现状及企业核心指标

目前，我国木地板企业有 5000 多家，其中多为粗放型经营的小规模企业，产品层次混乱，风格抄袭严重，集中度低，产品同质化严重，众多企业缺少真正的自主知识产权和品牌效益。因此，关于地板企业的生产规模、研发能力、质量把控能力、供货能力和服务体系等指标成为了衡量企业的核心内容。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从统计数据看，地板行业上榜十大品牌在房地产工程市场首选率为 77.2%，其中，前三强品牌的市场首选率占比达 53.4%，与后面品牌的差距逐步拉大。其中，圣象凭借着在强化复合地板领域的绝对优势位列行业榜单首位；而作为多层实木复合地板的代表大自然、生活家两大品牌紧随其后。

随着生活水平的不断提高，消费者对地板的舒适和环保性能越发重视，多层实木复合地板也将成为行业发展的主流。在行业竞争越发激烈的情形下，地板企业更应该在产品个性化和差异化方面进行创新，像和邦盛世所研发的文艺地板，就已得到了地产企业和用户的追捧。

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	北美枫情	北美枫情（上海）商贸有限公司
5	扬子	安徽扬子地板股份有限公司
6	德尔	德尔国际家居股份有限公司
7	菲林格尔	上海菲林格尔木业股份有限公司
8	宏耐	深圳宏耐木业有限公司
9	和邦盛世	佛山市鹏邦木业制造有限公司
10	安信	安信伟光（上海）木材有限公司

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

楼宇对讲类

一、楼宇对讲行业发展综述

楼宇对讲行业经过了 20 多年的迅猛发展，在当前互联网技术的推动下，正朝着全数字化过度，未来 2-3 年的时间内，全数字对讲代替模拟对讲已经成为必然，带动整个行业进入快速发展期。在国家相关积极政策的推动下，如“3 亿农民进城”、“乡村城镇化”、“保障性住房”、“三网合一”、“光纤强制入户”、“互联网+”以及智慧城市、智慧社区的逐步推动，加快推进了楼宇对讲产品向更多功能和细分市场的发展，也促使整个行业的同质化现象有所降低，更多的企业将寻求差异化发展战略。比如：视得安罗格朗把国外的养老产品引入中国作为企业差异化竞争的优势。

当前，在互联网+热潮的不断推进中，楼宇对讲作为家庭的第三块屏已成为家庭接入平台终端的接口，在地产商和用户之间具有了很强的融合度，所以在互联网+安防融合的进程中楼宇对讲企业已在智能社区或者智能家居中占据了天然优势。在此背景下创新、融合已成为行业发展的必然，比如：狄耐克凭借企业自主研发、制造和营销网络得天独厚的优势，迎合国家智慧城市、智慧社区推广战略，企业顺势布局行业对讲、智慧家居、智能交通、环境健康、电梯物联网等关联产业，并实现各产业间的融合互通，效益年年攀升，截至今年 10 月份，整体增长 41.1%。

二、楼宇对讲行业发展前景

(1) 在房地产政策的不断调控下，作为产业链的楼宇对讲行业也难以持续保持高速发展，在此之下，企业应更加注重存量市场的拓展。

(2) 近期楼宇对讲行业因上游供应商原材料短缺、价格上调，导致楼宇对讲企业开始面临成本增长，价格却逐步走低的困局。

(3) 移动互联网的颠覆是不以我们意志为转移的，伴随着互联网企业逐步进军楼宇对讲行业，跨界整合现状越来越明显，未来如果楼宇对讲单纯的只是起到一个开门作用，被整合到其他集成平台里，那行业发展前景将岌岌可危。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

目前，行业的主流合作模式仍是以“战略集采”为主，通过战略集采，实现供应商企业为房产开辟定制化服务模式，减少中间采购环节，实现成本节约效能。

从统计数据看，以视得安、狄耐克等为代表的十强品牌在房地产工程领域首选率达 94.57%，其中，前三强的工程市场占有率近 52%，也反映出楼宇对讲行业品牌集中度逐年提高。并且在智能家居、智慧社区未来的巨大市场领域布局方面，以上一线品牌也走在了行业前列。

楼宇对讲类

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	狄耐克	厦门狄耐克电子科技有限公司
3	安居宝	广东安居宝数码科技股份有限公司
4	立林	厦门立林科技有限公司
5	慧锐通	慧锐通智能科技股份有限公司
6	冠林	福建省冠林科技有限公司
7	太川	珠海太川云社区技术股份有限公司
8	霍尼韦尔	霍尼韦尔（中国）有限公司
9	ABB	ABB（中国）有限公司
10	麦驰	深圳市麦驰物联股份有限公司

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

防水材料类

一、防水材料行业发展综述：

自改革开放以来，防水材料行业随着房地产如雨后春笋般发展起来。据统计，2015 年我国主要建筑防水材料产量约为 184,604 万平方米，同比增长 10%；2016 年建筑防水材料总产量预计将达 18.97 亿平方米，同比增长为 6.9%，其中防水卷材占比最大为 61.18%，防水涂料居第二，为 27.18%。2017 年预计建筑防水材料的增长将在 6% 左右，产量约为 20 亿平方米。其中，防水卷材和防水涂料的增速预计将分别达到 7% 和 8%。

由于防水材料行业属于轻资产行业，入门门槛低，市场上防水产品的质量参差不齐，据统计，防水材料行业前 50 名的企业市场份额仅占到 23% 左右，具有市场集中度低的特点，这也意味着行业在一定程度上，没有真正意义上的巨头企业来规范市场，引领市场的发展。由于长久缺乏自律和监管，加上在利益的驱使下，防水行业技术水平一直得不到有效提高，山寨横行，伪劣乘风，落后产能过剩，“高产能、高成本、高库存、低效益”的难题短期之内仍难以扭转，行业目前尚处于微利的态势。

二、防水材料行业未来发展前景

从目前我国建筑高达 90% 以上的渗漏率可以看出，行业具备提供真正符合社会需求的不渗漏防水工

程仍然不足。面对未来既有建筑屋面翻新、绿色建筑、一带一路等政策推动下的无限商机。当下，防水材料企业应加大研发投入和创新能力，着重提高产品质量和使用寿命，明显降低防水工程渗漏率，优秀品牌企业应发挥示范引领作用推动行业建立防水工程质量保证保险制度，尽快由生产型企业向服务型制造业转型，营造公平正义、共建共享的防水市场格局，主动抵制恶性市场竞争，推动防水材料行业尽快实现高质量、高效益、绿色可持续发展。

2017 年，受益于海绵城市、装配式建筑、综合管廊、绿色建筑、特色小镇等方面建设的大力推行，将为防水材料行业带来巨大的发展商机。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从统计数据看，防水行业榜单十强品牌的市场首选率已近 91%，其中，以东方雨虹、科顺、卓宝、潍坊宏源四家品牌占比为 72.77%，也说明了在渗漏率居高不下的压力下，更多的地产企业更愿意选择行业优秀品牌进行战略合作，由于防水产品的“三分产品，七分安装特性”，更有很多的责任地产企业通过签订“包施工、包材料”的合作模式，来确保项目的防水质量。此形势下，未来行业的竞争将愈加激烈，优秀品牌的市场集中度将会进一步提高。

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	卓宝	深圳市卓宝科技股份有限公司
5	蓝盾	深圳蓝盾控股有限公司
6	凯伦	江苏凯伦建材股份有限公司
7	德生	唐山德生防水材料有限公司
8	禹王	盘锦禹王防水建材集团有限公司
9	大禹	辽宁太禹防水科技发展有限公司
10	宇虹	潍坊市宇虹防水材料（集团）有限公司

照明灯具类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	欧普	欧普照明股份有限公司
2	雷士	雷士光电科技有限公司
3	西顿	惠州市西顿工业发展有限公司
4	三雄极光	广东三雄极光照明股份有限公司
5	飞利浦	荷兰皇家飞利浦电子公司
6	TCL	TCL 照明电器有限公司
7	松下	松下电器（中国）有限公司
8	欧司朗	欧司朗（中国）照明有限公司
9	阳光	浙江阳光照明电器集团股份有限公司
10	佛山照明	佛山电器照明股份有限公司

橱柜类

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	皮阿诺	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司
4	志邦	志邦厨柜股份有限公司
5	博洛尼	博洛尼家居用品（北京）有限公司
6	柏丽（外资品牌）	德国柏丽
7	中意	深圳市中意集团有限公司
8	海尔	海尔集团股份有限公司
9	我乐	南京我乐家居股份有限公司
10	柏厨	宁波柏厨集成厨房有限公司

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

热水器类

一、热水器行业发展综述

热水器的生产制造已有 100 余年的历史，我国的热水器发展史，从最开始的燃气（液化气）热水器独霸市场，到后来的电热水器大行其道，之后随着天然气的普及，燃气热水器再度兴起，发展到今天为燃气热水器和电热水器二分天下；空气源热泵和混合式热水器则刚刚兴起市场占有仍较低；而太阳能热水器在城镇农村地区使用更为广泛。2016 年我国热水器整体市场的规模预计达 3840 万台，零售额为 600 亿元，分别增长 8.7% 和 10.3%。其中，燃气热水器市场规模预计为 1534 万台，零售额为 297 亿元，分别增长 12.6% 和 16.0%；电热水器市场规模预计为 2184 万台，零售额为 280 亿元，分别增长 7.0% 和 6.0%。行业发展趋势于成熟，品牌集中度越来越高。

智能产品将成为热水器行业未来发展的主流趋势，在国家提出转型升级战略后，热水器作为家电领域的一个重要组成部分，行业智能化发展明显提速，企业通过高水平的工业设计进行系统创造，采用了众多领先的技术和高标准的部品，集智能操控、节能环保、时尚美观、可靠安全为一体的智能化热水器产品成为行业发展潮流，能够满足从舒适热水向智能交互、恒温、记忆等智能化方向迈进。智能热水器产品也迎来了前所未有的发展机遇。

二、热水器主流产品的主要关注点及市场前景

电热水器产品主要关注点为：内胆和加热棒。产品需经过严苛的内胆承压测试，即使温度变化促使内胆膨胀也要保证产品的安全性；深度研发高质量的加热棒以大大降低结垢量。

燃气热水器产品主要关注点为：整机安全质量的认证标准等级；核心部件如燃气阀门、点火控制装置、电磁阀、熄火保护装置、燃气稳压装置、遥控装置等可靠性实验数据；以及对有毒气体 NO_x 的排放标准。保证产品的安全、稳定、舒适性。

电热水器行业未来发展应更多关注如何将快速电热水器和储热电热水器合二为一；而燃气热水器未来关注的将是如何提升冷凝技术。

三、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从统计数据看，电热水器在房地产工程市场的品牌集中度已很高，上榜的五强品牌在工程市场首选率为 87.3%。其中，由外资品牌 A.O 史密斯与两家民族品牌海尔和美的占比达 81.30%，形成三分天下格局。

在燃气热水器领域，仍然是由 A.O 史密斯以 24.50% 的市场首选率领先于其他品牌，与电热水器相同的是由万和、万家乐另外两家民族品牌紧跟其后强势上榜，品牌市首选率均已赶超两家日系品牌。

在壁挂炉（全称：燃气壁挂式快速采暖热水器）市场领域，缘于从欧洲兴起并历经几十发展的成熟产品，因此可以看出市场仍是由德国、意大利、韩国和日本等外资品牌占据着主导统治地位，尤其是威能凭借着德国品质在我国消费者心目中多年来树立的良好形象，占据了工程市场超过65%的首选率，由于核

心配件如比例阀、水泵等技术仍掌握在外资厂商，所以，在本领域内民族品牌目前难以与国际品牌形成真正的竞争。

热水器类

产品分类	房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
电热水器	1	A·O史密斯	艾欧史密斯（中国）热水器有限公司
	2	海尔	海尔集团股份有限公司
	3	美的	美的集团股份有限公司
	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	1	A·O史密斯	艾欧史密斯（中国）热水器有限公司
	2	万和	广东万和新电气股份有限公司
	3	万家乐	广东万家乐股份有限公司
	4	林内	上海林内有限公司
	5	能率	能率（中国）投资有限公司
壁挂炉热水器	1	威能	威能（中国）供热制冷环境技术有限公司
	2	菲斯曼	北京菲斯曼供热技术有限公司
	3	博世	博世热力技术（北京）有限公司
	4	法罗力	法罗力热能设备（中国）有限公司
	5	依玛	依玛（北京）供暖设备有限公司

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

建筑涂料类

一、建筑涂料行业发展综述

我国涂料行业产值增速大于产量增速，行业运行基本实现了稳中有进的目标，但下行压力依然较大，中国涂料市场厂家众多，产品结构不尽合理，质次价低的品种仍占据较大的市场比重。最大的涂料企业的市场占有率不超过 10%，排名前十位企业的市场份额不到 30%，显示出我国目前涂料行业市场集中度低，产品同质化高，技术研发依然成为众多涂料企业发展的短板。但随着我国向环境友好型社会的转型发展，以及行业对高 VOC 涂料产品及下游应用领域新政策法规的出台和“新环保法”政策的驱动，行业在环保、资金、成本、品牌的挤压下，众多小型涂料企业将难以生存，涂料产业集中度也将不断提高行业得以走向健康可持续发展。

伴随着国家大力推动城镇化进程，将达 40 万亿元的投资需求，这必将有效拉动内需，涂料作为房地产和基建设施的配套材料，在市场需求侧动下，仍将保持高速增长。并且在当前二手房逐渐唱主角的巨大存量市场下，以及消费者对环保、健康材料认知的不断增强，“多色彩、环保、健康、多功能”涂料市场需求量将倍增。“环保健康型”“功能型”“个性化”涂料将迎来高速增长期。

二、行业主流品牌市场占有情况

面对行业的激烈竞争，国内一线涂料品牌企业也在不断加大对自身科研创新能力、质量管理体系、供应链保障能力、服务保障能力以及企业资金管理能力等方面的体系建设。逐步缩小着与国际品牌的差距，目前外资高端品牌如：SKK、PPG 等，其市场占有率约为 5%；中高端品牌中以立邦、多乐士、三棵树、亚士等领军品牌市场占有率约为 15%；地方品牌和二、三线品牌仍占据着绝大部分市场份额约为 80%。从中可以看出在我国巨大的涂料市场中品牌市场集中度还很低。

涂料企业与房地产企业合作模式目前分为甲指甲供、甲指乙供、甲指乙双包，但在价值集采模式逐渐被大型房地产企业普遍采用的形势下，涂料行业议价能力将不断下降，中小型涂料企业将面临逐步被淘汰的格局。

三、涂保一体化发展

随着建筑工业化发展，建筑对保温装饰一体化技术的需求将更为旺盛，以及建筑产业工人的稀缺，涂保一体化迎来了前所未有的发展机遇。建筑保温成品板采用了工业化、成品化的思路，节省了资源，也显著地节省人力，通过工厂自动化生产，在工地机械化施工，大大节省了劳动力，同时其装饰效果更好。

四、行业主流品牌在房地产工程市场的首选率

从统计数据看，与零售和城镇市场不同的是，在房地产工程市场领域榜单十强品牌的首选率已达94.91%，其中，前五位品牌占比达77.65%。涂料行业品牌分为两个阵营，以立邦、多乐士为代表的外

资阵营和以三棵树、亚士为代表的民族品牌领军阵容。

随着保温装饰一体板和多彩漆、真石漆市场领域份额的不断扩大，利润也趋向于优势领军企业集中。未来在行业面临下行压力的形势下，众多中小涂料企业的生存空间越来越小，行业集中度仍将会进一步提高。

建筑涂料类

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	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
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
3	富思特	富思特新材料科技发展股份有限公司
4	SKK	四国化研（上海）有限公司
5	嘉宝莉	嘉宝莉化工集团股份有限公司
6	华润	广东华润涂料有限公司
7	美涂士	广东美涂士建材股份有限公司
8	固克	厦门固克涂料集团有限公司

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	亚士创能	亚士创能科技（上海）股份有限公司
1	华德隆	山东华德隆建材科技有限公司
2	久诺	江苏久诺建材科技有限公司
3	固克	厦门固克涂料集团有限公司
4	富思特	富思特新材料科技发展股份有限公司

仿石漆（多彩仿石、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	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	华德隆	山东华德隆建材科技有限公司
3	久诺	江苏久诺建材科技有限公司
4	富思特	富思特新材料科技发展股份有限公司

从市场应用看,随着中国城市化进程的快速推进,数量庞大的大型公共建筑、商业楼宇及高端住宅不断涌现,是近年来中国建筑幕墙需求快速增长的重要原因。从市场潜力看,城市地区尤其是沿海发达地区可用土地已近极限,因此高层和超高层建筑是最优选择,而幕墙是高层建筑的最佳外围防护结构。此外,中国是在建和拟建超高层建筑最多的国家,在建和拟建 150 米以上建

筑数量占全球的 41.40%,200 米以上建筑数量占全球的 48.50%,这将进一步推动幕墙行业的发展。

从行业竞争格局看,伴随我国幕墙行业的爆发式增长,行业内竞争亦愈发激烈。幕墙行业增长模式由追求规模转为追求综合效益,品牌度不再是用户选用幕墙企业的唯一竞争指标,而是更加关注幕墙企业在项目过程中的精细化服务、工程设计能力、配合响应能力等方面。

02 门窗系统类

所谓系统门窗,是指组成一樘完整的门窗各个子系统的所有材料(包括型材、玻璃、五金、密封胶、胶条、辅助配件及配套纱窗),均经过严格的品牌技术标准整合和多次实践的标准化产品,利用专用的加工设备和安装工具,并按照标准的工艺加工和安装的门窗。此外,它不仅仅只是材料成系统,还需要系统

技术支持,系统的售后服务,一站式服务的门窗才能真正成为系统门窗。

高性能系统门窗的制造涉及到多个相关行业、数十种上游产品,包括设备、型材、五金、玻璃、粘胶、密封件等等。然而即便应用了好的隔热的型材、节能

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	米兰之窗	北京米兰之窗节能建材有限公司
3	奥为	上海奥为建筑节能科技有限公司
4	WICONA	WICONA 中国
5	霍柯	霍柯建筑制品(北京)有限公司
6	阿鲁克	阿鲁克幕墙门窗系统(江苏)有限公司
7	YKK AP	威可楷(中国)投资有限公司
8	乐道	沈阳乐道铝建筑系统有限公司
9	贝克洛	广东贝克洛幕墙门窗系统有限公司
10	智赢	山东智赢门窗系统有限公司

玻璃、五金配件以及进口加工设备也并不能生产出高性能的系统门窗，系统门窗决不仅仅是各种高质量材料的单纯组合。真正的系统门窗，是组成门窗各个部件的完美有机组合，产品不仅需要考虑制造安装过程中的材料、设备以及各种工艺搭配组合，还需要考虑门窗上墙后的水密性、气密性、抗风压、机械力学强度、隔热、隔音、防盗、遮阳、耐候性、操作手

感等一系列重要的使用性能和门窗功能。

随着政府对低碳环保的倡导以及消费水平的提升，购房者越来越关注建筑节能方面的因素。人们对于门窗的要求，不再仅仅停留于挡风避雨和采光，更好的保温、隔音、防水、防风以及防尘性能逐步成为业主的一个重要参考因素。

03 建筑门窗外遮阳类

建筑的能耗有 50% 以上是空调能耗，空调能耗的一半是因为门窗损耗的，因此建筑门窗外遮阳意义是比较大的。外遮阳是使用某种物理的方式阻隔太阳辐射热和太阳光线通过建筑外围护进入室内，外遮阳装置同时能提高居住的热舒适性和光舒适性。真正的外遮阳必须要满足遮阳隔热、透光透景、通风透气三

个条件，只有这三个条件同时满足，才是真正的外遮阳。

外遮阳的分类

1. 百叶翻板类，包括铝合金翻板、玻璃翻板、太阳能翻板等；缺点是要求在建筑物新建时集成建造，成本太高。
2. 室外百叶帘，包括电动百叶帘和手动百叶帘；缺

房地产工程市场 品牌首选率排名	品牌名称	企业名称
1	WAREMA	望瑞门窗遮阳系统设备（上海）有限公司
2	爱屋 ALULUX	德国爱屋遮阳
3	森科	瑞士森科遮阳集团中国总部
4	名成	上海名成建筑遮阳节能技术股份有限公司
5	正见	上海正见门窗科技有限公司
6	伟业	北京伟业窗饰遮阳帘有限公司
7	创明	广东创明遮阳科技有限公司
8	湘联	湖南湘联节能科技股份有限公司
9	金星宇	南京金星宇节能技术有限公司
10	世典	杭州世典遮阳技术有限公司

点是易接灰，遮挡太阳光线时不透景，易变形，易损坏，维护难度大，机构可靠性不高，不适用于高层建筑。

3. 室外硬卷帘，包括铝合金（词条“合金”由行业大百科提供）硬卷帘、铝合金发泡硬卷帘、塑钢硬卷帘、PVC 硬卷帘和其他（木质等）；缺点是遮阳时也遮挡了光线，不透景，不透气，样式单一，无美观性。

4. 室外软卷帘，包括电动卷帘窗、曲柄摇杆驱动软卷帘和拉珠驱动软卷帘；缺点是用于室外抗风性能无法保证。

5. 遮阳篷，包括曲臂式遮阳篷、摆转式遮阳篷、斜伸式遮阳篷、折叠式遮阳篷、固定式遮阳篷和轨道式遮阳篷；缺点是成本昂过，机构可靠性能不高，抗

风效果差，不适用于高层建筑。

6. 遮阳膜结构，包括充气式膜结构和张拉式膜结构等。

外遮阳与内遮阳的优势比较

就节能效果而言，外遮阳的遮阳效果要优于内遮阳。安装室外遮阳系统可使室内温度降低 $7^{\circ}\text{C} \sim 8^{\circ}\text{C}$ ，节省 40%–60% 的空调能耗，安装室内遮阳系统可使室内温度降低 $4^{\circ}\text{C} \sim 5^{\circ}\text{C}$ ，节省 30%–45% 的空调能耗电量。并且，外遮阳系统在太阳辐射达到玻璃幕墙前就被遮挡在外，热量不会有机会进入室内。而内遮阳是太阳辐射进入室内之后再进行处理在室内扩散。

04

木窗和铝包木窗类

铝包木门窗就是断桥铝合金外包实木型材，它是在保留纯实木门窗特性和功能的前提下，是将隔热断桥铝合金型材和实木通过机械方法复合而成的框体。两种材料通过高分子尼龙件连接，充分照顾了木材和金属收缩系数不同的属性。

铝包木窗的主要受力结构为隔热断桥铝合金，内木可根据顾客的要求选择，有较高的抗压和抗折强度。再经过严格筛选，以及防腐、脱脂、阻燃等处理，

并采用德国高强度的黏合胶水和户外专用窗漆作图装层，使木材的强度、耐腐蚀性、耐候性等方面都得到了保障，可以经久耐用，防变形和抗老化。铝包木门窗的内实木体现自然和谐、充满大自然的韵味。外铝可采用氟碳后静电喷涂、电泳等处理方法，其结构坚固、美观大方。铝包木门窗就环保性、装饰性、节能性而言，高于铝合金门窗，从总体看，该门窗格局特点兼容，经济实惠。外铝内木，达到双重装饰的效果，

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
2	奥润顺达	河北奥润顺达窗业有限公司
3	森鹰	哈尔滨森鹰窗业股份有限公司

室内是温馨、高雅的实木门窗，室外从直观上则是高贵、豪华的断桥铝合金门窗，其铝合金表面可以喷涂各种颜色，以适应不同的建筑风格。

铝木门窗的最大特点是保温、节能、抗风沙。它

是在实木门窗的外侧包附了一层铝合金，是门窗的密封性更强，可以有效的阻挡风沙的侵袭。当酷暑难耐之时，又可以阻挡室外的燥热、减少室内冷气的散失；在寒冷的冬季也不会结冰，结露，还能有效的将噪音拒之窗外。

05

建筑玻璃类

高效节能与安全是未来建筑玻璃的发展方向

玻璃因其独特的光学性能，成为建筑物构件的重要组成部分。近年来，建筑玻璃从采光、装饰向着高效节能、控制光线、安全、改善环境等多功能化方向发展。智能调光玻璃、低辐射节能玻璃、真空玻璃、防火玻璃等新型功能玻璃已成为建筑玻璃行业的新宠。电致 / 热致变色玻璃可以根据人为意愿，对采光

进行调控，是一种智能化的节能玻璃。低辐射全钢化真空玻璃能够有效阻断室内外的热量和声音传递，是未来高效节能玻璃的发展方向。防火玻璃可以控制火势蔓延，是一种重要的安全玻璃。随着公共建筑窗体面积不断增大，清洁问题成为建筑物维护支出中的一项重大消耗，自清洁功能也是未来玻璃构件的一大发展方向。真空玻璃的保温、隔音性能优异，但是安全性问题制约了其推广应用。

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	蓝星	山东蓝星玻璃（集团）有限公司
4	耀皮	上海耀皮玻璃集团股份有限公司
5	北玻	洛阳浮法玻璃集团有限责任公司
6	金晶	金晶（集团）有限公司中国
7	台玻	台玻集团天津台玻有限公司
8	中玻	中国玻璃控股有限公司
9	格兰特	格兰特工程玻璃（中山）有限公司
10	洛玻	洛阳北方玻璃技术股份有限公司

智能玻璃和高安全功能玻璃将开启中国玻璃走向世界的新篇章

固态全无机电致变色镀膜玻璃适合大面积制备，其材料具有稳定性好、使用寿命长的特点，是最

有希望用于建筑幕墙和外窗的主动式调控节能玻璃，市场前景广阔。它与低辐射镀膜玻璃等被动式节能玻璃协同使用，可以最大限度实现建筑玻璃的节能，具有良好的经济和社会效益。

06

建筑门窗幕墙五金类

我国门窗五金制造企业是从东南沿海地区开始发展起来，主要集中于广东、浙江、山东等地。现阶段，广东、浙江、山东等地企业仍然保持着市场领先优势，具有较强的竞争力。依据项目的门窗型材不同，定位档次不同，区域不同所需要的门窗五金配件的种类、档次也不同。

在北方经济发达和较为发达地区的中高档楼盘，主要采用内平开下悬五金系统和内平开五金系统，这些五金系统多以进口品牌和少数国内知名品牌产品为主。南方经济发达地区，如深圳、广州等地，多以

外平开窗五金系统为主，多选用国内知名品牌产品。

我国中高端门窗五金市场大约占总体市场份额的 10%~15%，其中 5% 由国外品牌占据，剩下的 5%~10% 的门窗五金配件中、高档市场则由国内的知名门窗五金企业占据。从长期的市场发展来看，中国的门窗五金行业将继续呈现出规模不断壮大，产品覆盖面不断拓宽，国外品牌继续领跑中高端产品，国产自主品牌逐渐做强，行业综合竞争力得到提升的全新发展态势。

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	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	国强	亚萨合莱国强（山东）五金科技有限公司
5	合和	广东合和建筑五金制品有限公司
6	MACO	MACO 五金集团
7	立兴杨氏	香港立兴杨氏集团
8	格屋	德国 G-U（格屋）集团

07 建筑密封胶类

建筑密封胶是密封胶行业中最重要的重要组成部分。在建筑行业中,密封胶必须耐高温、低温,耐老化,耐水。近现代建筑业的快速发展,对建筑用密封胶的性能、质量不断提出更高的要求,同时也对建筑用密封胶的美观、环保等性能提出更高的要求,由最初在建筑上使用的桐油灰转变为氯丁橡胶密封胶,再发展到反应固化型的聚硫、聚氨酯、硅酮密封胶。随着人们对建

筑舒适、节能、防火、防霉、环保要求的不断提高,各种功能性的密封胶产品也逐渐满足各方面要求。

未来,行业企业应明确门窗幕墙发展趋势,把握系统门窗、装配式建筑等时代浪潮,明晰密封胶行业发展特点,增品种、提品质、创品牌,走国际化之路,走绿色、环保、节能之路。

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	道康宁	道康宁(中国)投资有限公司
3	安泰	广州集泰化工有限公司
4	思蓝德	郑州中原思蓝德高科股份有限公司
5	硅宝科技	成都硅宝科技股份有限公司

08 门窗密封胶条类

密封胶条是门窗配件中技术含量较高的密封零部件,随着对解决门窗噪音、灰尘、漏水、过早老化和脱落等问题的困扰、为人们提供一个美观、环保、舒适的生活及办公环境的需求增强,使得业内对密封胶条越发重视。密封胶条需要具有优异的耐阳光紫外线

老化、耐臭氧老化、耐高低温老化的抗劣化性,优异的耐高低温和防雨水性能,同时还要有低的压缩永久变形等性能。选用优秀的密封胶条可提升产品的竞争力,达到更好的气密、水密、隔音、隔热、抗风压。

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	瑞得	沈阳瑞得塑胶制造有限公司

09 铝合金型材类

全国现有生产许可证的铝材厂有 732 家，其中有隔热铝材生产许可证的铝材厂 400 家左右。我国原铝年产量接近 2000 万吨，近十年平均年增长 20%，基本处于历史高位，在国家建筑节能政策的促进下，节能铝合金门窗及隔热铝型材的需求也越来越大，技术水平全面提高，节能门窗需求量仍持增长态势。

据估算，我国每年需要 5 亿平方米门窗和 1 亿平方米的幕墙。在 5 亿平方米门窗中约有 3 亿是铝合金门窗；2015 年铝合金门窗面积 3.35 亿 m^2 ，总产值约 1407 亿元人民币；2015 年我国建筑幕墙面积 9500 万 m^2 ，总产值约 1140 亿元人民币。

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	华建铝业	山东华建铝业集团有限公司
4	坚美	广东坚美铝型材厂（集团）有限公司
5	南山	山东南山铝业股份有限公司
6	豪美铝业	广东豪美铝业股份有限公司
7	和平铝业	北京和平铝材有限公司
8	伟业铝业	广东伟业铝厂集团有限公司
9	高登铝业	广东高登铝业有限公司
10	奋安	福建奋安集团

10 塑料型材类

塑料型材以其优异的隔热保温性能被列为我国重点发展的建筑材料之一。塑料异型材、塑料管材、塑料板材等产品在中国已形成了一个庞大的化学建材产业链，中国已进入塑料大国的行列。但是，我国塑料

型材工业总体还处于国际产业链分工的中低端，高端产品开发能力弱，主要发展模式是依靠资源密集、产量增长、劳动力成本和环保标准低，企业间的竞争只能依靠低价进行，这使得企业的利润进一步被压缩，

恶性的低价竞争还伤害着企业的长期健康发展。

随着国家层面对环境的日益重视，淘汰落后产能，大力发展环保工业已经成为共识。在国家节能政策的

引导下，塑料型材市场将有更快的增长。面对激烈的竞争，企业应当掌握自己的核心技术，以技术、产品、服务来取胜。

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	金鹏	天津金鹏集团
5	高科	西安高科建材科技有限公司
6	柯梅令	柯梅令（天津）高分子型材有限公司
7	VEKA	维卡塑料（上海）有限公司
8	LG	天津LG新型建材有限公司
9	瑞好	德国瑞好聚合物（苏州）有限公司
10	科饶恩	河南省科饶恩塑材科技有限公司

11 钢质入户门类

防盗门全称为“防盗安全门”，从90年代第一樘问世以来，需求量以每年13.9%的速度增长。门业的需求量每年为1.7亿平方米；材质上从铁门、钢质门、铝合金门发展到不锈钢门、铜门。目前我国防盗门行业企业总数已超5000家，有“中国门都”称号的浙江永康就聚集了多达450多家防盗门企业，年产各类产品2500多万樘，出口700多万樘，占全国防盗门产量70%。

据调查，在防盗门行业中大部分企业都是以工程单

为主，真正的零售市场所占的份额都不大。由于行业特性，防盗门很大程度上是大规模的生产。这种规模化生产的结果是防盗门越来越缺乏个性，同质化严重，导致行业利润率降低。除了规模化生产造成的产品雷同之外，企业缺乏创新也是产品同质化的重要原因。

近年来，一些品牌防盗门企业在工艺、结构、节能环保、智能化、个性化定制等方面作了不断创新，加速了资源的优化配置，推进行业向集约化、成熟化方向发展，为行业注入了新的活力。

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	星月神	浙江星月门业有限公司
2	步阳	中国步阳集团有限公司
3	美心	重庆美心(集团)有限公司
4	王力	王力集团有限公司
5	盼盼	亚萨合莱集团盼盼安居门业有限责任公司
6	索福	浙江索福绿建实业有限公司
7	霍曼	霍曼(北京)门业有限公司
8	群升	中国群升集团有限公司
9	新多	新多集团有限公司
10	大力	浙江大力门业有限公司

2016 年度中国房地产战略诚信供应商榜单成果

其他类

断桥铝型材隔热条类 — 2016 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

管桩类—2016 年度中国房地产工程市场首选供应商

建华建材集团



全联房地产商会产业链创新合作分会

秘书长：马学明 电话：13701281960

邮 箱：mxm6886@126.com 网址：www.crepmc