



2018年度中国房地产产业链

战略诚信供应商

★ 研究报告 ★



全联房地产商会
China Real Estate Chamber of Commerce



全联房地产商会产业链创新合作分会
China Real Estate Chamber of Commerce Industry Chain Innovation Cooperation Sub-committee

目

录

弘扬诚信
树立品牌

CONTENTS



发布背景

主办方介绍.....	01
背景及意义.....	06
研究报告体系	07

报告成果

多联机中央空调类	15
新风系统类.....	17
电梯类.....	19
低压电器类.....	21
楼宇对讲类.....	23
智能家居类.....	25
智能停车管理系统类.....	27
热水器类.....	29
净水设备类.....	31
建筑防水材料类	33
建筑门窗综合类	35
钢质入户门及木门类.....	35
系统门窗类.....	37
建筑铝型材类	38
塑料型材类.....	39
建筑幕墙及玻璃类.....	40
建筑门窗幕墙五金类.....	41
建筑密封胶类	42
门窗密封胶条类.....	43
建筑涂料类.....	44
保温装饰复合板类	47
厨房电器类.....	49
橱柜类	51
陶瓷卫生洁具及五金类.....	53
建筑陶瓷类.....	55
地板类.....	57
石材类.....	59
照明灯具类.....	61
墙壁开关插座类	63
管件管材类.....	65
电线电缆类.....	67
其他类.....	69

PART 一 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。

PART 二 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 敏 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

副会长 (按姓氏笔画排序)

- 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

PART 三 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。

PART 四 全联房地产商会产业链创新合作分会专家团组织机构

首席战略发展顾问



葛梅生

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



刘哲

全联房地产商会顾问
中国建筑金属结构协会秘书长



孙克放

原住建部住宅产业化中心
副总工程师

发起人



赵正挺

全联房地产商会秘书长

监事长



孟繁军

全联房地产商会监事会主席、碧桂园集团执行会长
中国建筑系统门窗联盟执行理事长兼秘书长

副监事长



李晶

全联房地产商会
副秘书长

会长



张晓梅

山水文园集团执行董事兼CEO

副会长



杨丽兴

碧桂园控股副总裁



欧阳捷

新城控股住宅开发集团有限公司
高级副总裁

04 / 主办方介绍

2018 · 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告

副会长



谭琪

路劲地产集团有限公司
华南、华中区域总裁



郝宇

招商平安资产管理有限责任公司
财务总监



岳元

雅居乐
副总裁兼首席助理



谢远建

朗诗绿色集团有限公司
副总裁兼首席技术官



刘峰

旭辉集团
运营中心总经理



顾雪全

绿地集团工程合约部
总经理



黄娟

富力地产集团副总经理
兼材料供应公司总经理



陈嘉健

世茂集团助理总裁
兼采购管理中心总经理



马俊清

全联房地产商会会长助理
北京米兰之窗节能建材董事长



魏振波

山东华鲁建材科技有限公司
总裁



邓啟棠

蒙娜丽莎集团股份有限公司
董事副总裁



许滕徽

日丰企业集团有限公司
总裁



李刚桥

佛山市第一陶瓷有限公司
总经理



郭峻俊

浙江正泰电器股份有限公司
董事及副总裁



白爱托

杭州之江开关股份有限公司
副总经理

秘书长



马学明

全联房地产商会
副秘书长

常务理事及理事专家团成员

(按姓氏笔画排序)

丁宝刚	丁雪梅	马书娟	马志斌	王文敏	王玉龙	王石梅	王同生
王进峰	王杰豪	王卓然	王明贵	王焕杰	王 强	王 蓉	王 雷
王 璐	韦有民	车永华	车 军	古哲凡	龙文凯	叶志贤	史成波
冯志忠	冯 涛	吕 彬	朱传福	朱 杰	朱毅锋	任军波	刘卫群
刘长海	刘传涛	刘利君	刘利君	刘金荣	刘根涌	刘爱敏	刘彩云
刘锦泉	许国秋	许 黎	孙志强	孙 琼	杜小林	李光耀	李守飞
李良飞	李 莹	李 峰	李 铁	李 爱	李琪勇	杨亚钦	杨 光
杨 宇	杨寅超	杨 毅	肖玉君	肖 欢	吴大鵬	吴卫红	吴玉薪
吴彩萍	吴 激	旷开萃	邱绍华	余 维	邹洪岩	邹洪岩	辛庆运
汪冬梅	宋书楠	宋 持	张文峰	张百顺	张 向	张 宇	张雨岚
张 波	张宝莲	张 勇	张晓书	张海新	张 萌	张雪松	张 惺
张 雷	张 箭	陈 平	陈 亮	陈 音	陈 敏	武洪强	林文彬
林 盛	林辉昭	杭国徽	罗 丹	罗 京	罗 贵	季华俊	岳 倩
周宇雯	郑丹鹤	郑学群	郑宪国	郑 勇	郑 彬	郑新锋	孟 瑛
赵玉兰	赵英武	赵继承	胡 樾	茹 芳	柳臣成	姚中愿	都 军
夏倩文	徐卫东	徐艳霞	徐晓琴	徐 雄	高 华	高 岩	高建文
郭 兵	郭海伦	郭跃权	郭琬怡	唐 俊	黄长青	黄书俊	黄冬梅
黄建胜	黄剑龙	黄烨平	黄雪梅	曹 颖	麻永华	梁松英	梁艳杰
梁敏红	彭建华	葛敬然	董雅滨	蒋知拉	程楚斌	傅申森	曾志超
谢家春	蓝 青	鲍 磊	蔡 荣	裴 伦	谭新明	熊晓梅	缪国栋
黎惠嫦	潘 冰	魏碧珠					

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。

全联房地产商会企业研究分会

企业研究分会是隶属于全联房地产商会的专业二级机构，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。

① 专业立身

汇聚国内最专业最强大的顾问团队，专业细分，研究扎实；

② 资源为要

占据行业枢纽位置，广泛搭建资源体系，实施资源整合，从而实现优势嫁接。

③ 站在资本上游

站在企业战略及行业发展的高度做分析，从资本的角度思考，力求实现企业与资本的高效对接；

④ 以技术为依托

关注房地产与技术融合的空间与可能性，探寻技术变革时代中房地产的新机遇与新挑战。





背景及意义

2018年，是我国改革开放40周年，也是我国房地产市场化改革20周年。自上世纪90年代以来，房地产行业对加快我国城市化进程、推动社会经济发展起到了非常大的作用，在这个过程中，房地产上下游企业均得到了不断壮大和长足发展。去年以来，在“房住不炒”和美好住居的新定位下，行业迎来了一个遵循“自有住房、产品需求、土地属性”核心价值逻辑的新时代。发展模式也由高速增长转向高质量发展，突破和创新已然成为了房地产产业链企业走向健康可持续发展的必经之路。

即将过去的2018年虽然调控政策不断，但企业销售业绩的增长却从未放慢脚步，大型企业的规模优势也更加显现，集中度持续提升。据亿翰智库统计数据显示，2018年全年TOP5的销售门槛预计将达到4000亿（冠军碧桂园将超过7000亿），千亿房企数量也将接近30家，行业TOP30的集中度达48%。如果说过去的20年行业发展更多是解决有房住，那未来更多的是要解决住好房。不断的提升产品品质，这也使得房地产行业也越来越偏向于制造业，需要在精细化管理下，不断地做好品质，包括极致的产品和服务，以及对成本的精细化管理，这些制造业的特点今后将会在房地产企业内部体现的越来越明显。随着我国城镇化进程的推进，可以预见，未来几年我国房地产行业的市场规模和容量仍将在一段时间内保持在10万亿规模以上，龙头企业的市场占有率还将会进一步提高，房地产行业的竞争将会更加激烈。

建筑是生活的载体，是空间更是场景和意境。在消费升级与美好生活的新消费风口下，人们对房子功能的定位不断提升和变化，对房子赋予了更多精神层面的内涵，这对定位于美好生活运营服务商的房地产企业而言，也急需谋求供应链拓展，寻找品质高、价格合理、服务能力强的优秀战略诚信合作供应商。以及伴随着房地产行业市场集中度的不断提升，也将推动产业链各领域部品供应商的科研创新和优胜劣汰，“共生共荣、合作共赢”成为了新时代产业链发展的主旋律，对行业优秀品牌供应商而言既是机遇又是挑战。在社会诚信愈发受到重视下，作为国家一级商协会全联房地产商会也有责任和义务为行业呈现一部“客观、公益、公正”能够真实反映供应链领域成果的研究报告，为5000家会员企业和产业链专家人士提供一本具有价值的参考手册，弘扬诚信，树立品牌，引领产业链企业向健康、高质量方向发展。

在此，要向给予我们本年度研究报告各项工作大力支持和帮助的各位领导以及全国200余位房地产企业专家朋友们表示真诚的感谢！

研究报告体系

数据来源

本着“客观、公益、公正”的原则，“2018 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 全联房地产商会众多房地产企业会员分享的“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 TOP200 房地产企业主管工程成本采购和招标的 200 余位专家组成）分享的核心战略供应商资源数据。

评审方法

2018 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指导下，由产业链创新合作分会牵头组织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，现场由各专家成员围绕品牌供应商的战略合作诚信、品牌美誉度、企业规模、技术研发投入、产品品质、合作过程服务以及售后响应速度等七大维度进行了深入交流和讨论；并组织相关专家成员走进企业工厂实地考察，得出本年度研究报告的建设性意见。

本年度研究报告中的企业排序表现为各行业领域入围品牌在我国房地产工程市场的战略诚信合作首选率排名。为更加贴近产业链各专家人士的使用习惯，最后的体现形式仍是按照各行业领域品牌属性（国产 / 外资）进行划分呈现。



华南站

2018年07月19日，桂林

2018年7月19日，由全联房地产商会产业链创新合作分会主办的“2018中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告”常务理事专家现场评审座谈会（华南站）活动在广西桂林隆重召开，秘书长马学明先生以及颐和地产、路劲地产、雅居乐地产、卓越置业、荣盛产业、鑫苑中国、当代绿建、海亮地产、力高（中国）、华夏幸福、金源联合、雪松控股、番山实业、天健（集团）、嘉里置业、上海大名城、上海保集等三十家百强房企的常务理事专家组成了本次评审团，以卓越的专业度和丰富的工作经验，对供应链领域的多个类别进行了细致、认真的讨论。



华北站

2018年09月26日，北京

9月26日，由全联房地产商会产业链创新合作分会主办的“2018 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告常务理事专家现场评审座谈会（华北站）”在北京隆重召开。秘书长马学明先生与金地集团、金辉地产、中粮置地、当代节能、路劲地产、山水文园、北京泽信控股、北京天鸿置业、复地集团、首创置业、首开股份、龙湾地产、鑫苑中国、华夏幸福、永泰房地产、中铁置业、北京东亚新华、中国华力控股、北大资源、国开东方、北京京汉置业、瑞意投资等百强房企的常务理事专家、代表组成了本次评审团。马秘书长主持本次评审会，特邀曾在万通地产有着二十多年招采经验的胡懿总客串主持。





2018年10月18日，上海

华东站

由全联房地产商会产业链创新合作分会主办的“2018 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告常务理事专家现场评审座谈会”继7月19日华南站、9月26日华北站成功召开后，于10月18日在上海隆重召开评审座谈会华东站。来自世茂集团、新城控股、绿地集团、中梁集团、金科地产、华夏幸福、中锐地产、宝龙地产、绿城集团、三湘印象、上海三盛宏业、上海大发、上海实业、保集控股、海亮地产、上海新长宁、光明地产、上海大名城、上海中建东孚、上海瑞安企业、上海绿洲控股等30余家房地产百强企业的50余位产业链常务理事专家、代表参加此次评审座谈会，并得到泰诺风、之江开关、欧普照明、德力西电气、华帝厨电、日丰等供应链企业的支持。全联房地产商会产业链创新合作分会一直秉承“客观、公益、公开”的原则，积极推动供应链领域的供应商在品牌、诚信、质量、服务等方面的综合实力提升，报告成果与时俱进，真实反映当前产业链品牌供应商的发展水平和更加贴近广大房企的战略合作诉求。





2016 年度中国房地产产业链 战略诚信供应商研究报告发布仪式

2016 年 12 月 23 日，由全联房地产商会联合百度、乐视、旺材电商等机构共同主办的“2016 中国房地产产业链年度盛典暨年度战略诚信供应商公益榜单发布活动”在北京盛大召开。作为房地产行业组织的两大权威机构之一，全联房地产商会始终秉承“客观、公开、公益”服务行业的原则，站在行业的高度和视角对房地产产业链年度各项成果和创新进步进行了梳理和审视，隆重发布了“2016 年度中国房地产产业链战略诚信供应商公益榜单”。



2017 年度中国房地产产业链 战略诚信供应商研究报告发布仪式

2017 年 12 月 20 日，由全联房地产商会主办，全联房地产商会产业链创新合作分会、全联房地产商会企业研究分会联合承办的“2017 年度中国房地产产业链战略创新峰会暨中国房地产产业链年度盛典”在北京隆重召开。由全联房地产商会秘书长赵正挺先生、产业链创新合作分会会长、山水文园集团执行董事兼 CEO 张晓梅女士、华远地产股份有限公司总经理孙怀杰先生、企业研究分会秘书长陈啸天先生和产业链创新合作分会秘书长马学明先生共同启动了“2017 年度中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告”的发布仪式。



2018 年度中国房地产产业链 战略诚信供应商研究报告发布仪式

2018 年 12 月 20 日，由全联房地产商会指导，产业链创新合作分会主办的“2018 中国房地产产业链战略创新年度盛典暨《2018 产业链战略诚信供应商研究报告》发布仪式”在北京盛大召开。作为国内仅有的两家在国家民政部登记的全国性房地产行业组织之一，全联房地产商会汇聚了中国最具实力的地产领军企业，在业界享有广泛的影响力。年度盛典的召开旨在增强房地产行业全产业链的凝聚力与创新力，群策群力，共同推动房地产行业的健康稳步发展。会议期间，备受业界关注的商会匠心巨作——《2018 中国房地产产业链战略诚信供应商研究报告》公益成果也在现场隆重揭晓。

多联机中央空调类

弘 扬 诚 信 · 树 立 品 牌

PART 一 多联机中央空调行业现状综述

2018年我国中央空调市场发展有所放缓，上半年行业销售规模为472亿元，同比增长9.8%，较2017年上半年的22.2%，下滑了12.4个百分点。从产品结构来看，多联机作为中央空调的核心产品，发展依旧迅猛，继2017年占比突破50%以后，2018年持续发力，上半年多联机中央空调销售规模占比达到了55.2%。

从市场格局来看，2017年国产品牌市场占有率已超过45%，以格力、海尔、美的为主导的“国产品牌”市场格局稳固。2018年上半年，国产系品牌依旧保持着快速发展，市场占有率逐年递增，达到47.12%；日韩系品牌虽然多联机产品上占据优势，但是增长势头有所放缓；欧美系品牌则逐渐在国产、日韩等品牌的夹击下，市场份额进一步缩小至16.23%。

近年来，随着我国各地精装修政策的密集出台，为以多联机产品见长的品牌企业带来了广阔的发展机遇。在零售市场瓶颈短期难以突破的现实面前，越来越多的企业开始回收零售市场开发的力度，工装市场正逐渐被重新激活。不仅是一二线城市，在消费升级趋势更加明显的三四线市场，变频多联机中央空调的渗透率也在不断提高；以及老旧空调系统更新改造带来的需求释放，近三年更新多联机市场规模将保持100%以上的增速增长。因此，在家庭消费不断升级趋势下，多联机中央空调需求将不断上升，未来仍有望维持较高增速发展。

PART 二 多联机中央空调行业发展趋势

① 物联网

随着物联网技术在中央空调上的应用和普及，极大的提高了用户使用效率，多联机中央空调将进入以全生态互联、全流程可视、全效能领先三位一体的全运营智慧节能时代。

② “领跑者”制度的实施，助力国产品牌地位

随着《关于实施企业标准“领跑者”制度的意见》实施，以及国家对绿色节能技术扶持力度持续加大，将引导市场资源逐步向领跑者企业进行倾斜，国产品牌超越外资品牌成为市场主角的趋势已然客观存在。

③ 中央空调 + 新风搭配将成风口

随着人们对节能、健康、安全、智能空调的需求不断升级，越来越多的消费者会在装修前考虑家用中央空调和新风系统。可以预见，随着人们生活水平的进一步提高，对美好生活和舒适家居的不断追求，中央空调 + 新风搭配将会加速普及，成为行业发展的大势所趋。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，多联机中央空调类 TOP10 企业在房地产工程市场的首选率达 88.7%。我国多联机中央空调市场仍是以日系外资和国产品牌占主导地位的格局，其中，大金、日立、格力位居首选率前三甲，首选率高达 47%，优势较为明显。民族品牌中以格力、美的、海尔和海信为代表的优秀品牌凭借着持续的技术创新和卓越的服务依旧表现不俗，位居房地产工程市场品牌首选率的前列。而过去以冷水机为主的约克、麦克维尔两大美系品牌随着对多联机市场多年来的不断拓展和布局，也强势入围。在行业市场不断扩容的情形下，市场竞争也将愈发激烈。

多联机中央空调类（外资品牌）

排序	品牌	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	三菱电机	三菱电机（中国）有限公司
4	东芝开利	东芝开利空调销售（上海）有限公司
5	麦克维尔	麦克维尔中央空调有限公司
6	约克 VRF	青岛江森自控空调有限公司

多联机中央空调类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	格力	珠海格力电器股份有限公司
2	美的	美的集团股份有限公司
3	海尔	青岛海尔股份有限公司
4	海信	青岛海信日立空调系统有限公司

弘扬诚信

+

新风系统类

树立品牌

PART 一 新风系统行业现状综述

新风系统是由送风系统和排风系统组成的一套独立空气处理系统，分为管道式新风系统和无管道新风系统两种。据统计，目前新风系统在欧美家庭的普及率已经高达 96.56%。在美国、日本、英国等发达国家，该行业在国内生产总值中所占比重已达到 2.7%，但目前在我国还仅仅处于起步阶段。

随着，国民经济的飞速发展和物质生活水平的不断提高，消费升级成为了必然趋势，这为新风系统的发展提供了必要条件。据统计，2016 年我国新风系统市场规模达到 61 亿元，2017 年规模达 90 亿元，同比增长近 50%。在家用新风市场中，华北地区为主力，总占 36%，华东、华中、华南地区分别占 24%、18%、6%。在人们对自身居住环境越发重视下，新风行业的发展将会有更大的上升空间，预测到 2020 年，我国新风市场规模或将达到 500 亿元。

与此同时，新风行业也将面临一次大的变革和洗牌过程。在发展初期阶段行业尚处于无序竞争状态，行业集中度较低，品牌繁多鱼龙混杂现象比较严重，技术路线也比较模糊。但随着市场不断扩容以及由中国家用电器研究院编制的《家用新风机》相关标准的发布实施，必将对行业起到监督与带动作用，引领行业发展步入正轨，最终形成类似于家用空调行业一样市场将会集中到 20 多家主流品牌的格局，行业发展也将迈入一个全新的高度。

PART 二 新风系统行业发展趋势

① 全热交换新风机成为主流

全热交换新风机，是指新风机不仅进行进风和排风，还在这个过程中进行能量回收，在将室内空气排出之前，对室内空气中包含的热能进行重新回收利用，然后将这些能量通过新进来的室外空气输送回室内，这样，新风机在进行换气的时候，室内的温度和湿度就不会有太多的变化，全热交换新风机成为引领未来新风系统的趋势。

② 新风系统+空气净化器

室内空气的解决方案既需要新鲜空气的持续引入，又需要室内空气的深度净化，最终打造恒

温、恒湿、恒氧、恒洁的人性化空气环境。如若将空气净化器与新风系统搭配使用，就能弥补各自短板，为室内健康提供更为彻底的解决方案，协同发展，优势互补将成一大新趋势。

③ 系统化解决方案与应用场景智能化

现代建筑对节能、环保要求逐步提高，房屋密闭性越来越好。新风系统作为舒适家居系统的重要组成部分，打造健康化、节能化、智能化、生态化的系统解决方案也将成为未来的发展趋势。

PART 三 中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，我国新风系统行业是以外资品牌占据主导地位的市场格局，以下七大品牌在我国房地产工程市场的首选率为 48.5%，其中，位居首选率榜首地位的松下新风品牌首选率也仅为 16%，反映出我国新风系统行业目前的市场格局较为分散，巨大的市场潜力还未真正形成，消费认知与品牌企业的市场占有率都有待进一步提高。

新风系统类（外资品牌）

排序	品牌	企业名称
1	松下	广东松下环境系统有限公司
2	大金	大金（中国）投资有限公司
3	百朗	广东百朗新风系统有限公司
4	霍尼韦尔	霍尼韦尔（中国）有限公司
5	爱迪士	爱迪士（上海）室内空气技术有限公司

新风系统类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	兰舍	上海兰舍空气技术有限公司
2	远大洁净空气	远大洁净空气科技有限公司

弘扬诚信

+

电梯类

树立品牌

PART

—

电梯行业现状综述

近年来,我国电梯行业获得了高速发展,目前全球约有70%的电梯在中国制造,大约60%~65%的电梯销售在中国市场,我国已经成为了全球电梯生产能力最大、配套最完善、电梯年安装量最多、出口最多的国家。电梯保有量已从2007年的91.7万台增长到了2017年的562.7万台,预计2018年全年电梯产量接近100万台,整体保有量将突破600万台,如果按每部均价20万元计算,已经形成了规模极为强大的千亿级市场。

从市场格局发展看,外资品牌和民族品牌电梯制造企业在品牌和目标市场定位方面逐渐差异化,从互相竞争向互相促进转变。外资品牌电梯企业由于掌握着部分高端电梯制造技术,加之较强的品牌影响力,其品牌和目标市场定位聚焦于高端电梯市场,并具有很高的市场占有率。民族品牌电梯企业在民用电梯、医疗电梯、观光电梯、船用电梯等各个细分领域发力,调整了与外资电梯品牌竞争的市场策略,推动着我国电梯市场不断走向成熟。

目前,虽然我国已经成为全球最大的电梯生产国,但人均电梯保有量与其它国家和地区还有着明显的差距,还不能称为真正意义上的电梯大国。未来几年在“中国制造2025”、“一带一路”倡议、京津冀协同发展、雄安新区建设、保障房和旧梯改造更新等诸多利好推动下,我国电梯行业仍将呈现出良好的增长态势。

PART

二

电梯行业发展趋势

随着电梯技术的不断发展与竞争,电梯产品的毛利润也会随之下降,在电梯保有量持续增加的情况下,售后服务市场必将成为另一个规模较大的市场。与此同时,绿色环保电梯、智能化、信息化和高速电梯将成为电梯行业未来发展的新潮流。

① 维保服务市场成为电梯行业新蓝海

在电梯安全问题频发的背景下,维保售后服务市场有望规范发展,全面布局维保业务将成为趋势,如果能在其中占据先机,未来将会在电梯行业占据绝对的主动权。维保市场成为了电梯企业的第二增长点。

② “智造”成为电梯行业转型发展主旋律

将机器人、物联网、智能制造与企业制造能力相融合,切入智能制造领域,成为了未来电梯行业的发展趋势。

③ 电梯自主研发技术将更新换代

行业竞争愈发激烈，依靠过去“价格战”的恶性竞争已不可持续。企业应加大在无机房电梯技术、永磁同步技术、乘客识别系统、指纹识别系统、别墅家用生活电梯等核心技术方面的研发和创新。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，电梯类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的首选率达 94.06%。我国电梯市场仍是以外资、合资品牌占据着市场的绝对主导地位，其中，八大合资品牌在房地产工程市场的品牌首选率已达 89%。广日和康力作为民族电梯品牌的代表在激烈的市场竞争中凭借优异表现强势入围，而数量众多的二三线品牌则转型维保服务或专注细分市场领域。在调研过程中，众多房地产企业在选择电梯企业战略合作时，往往更多考量的是品牌美誉度以及合作过程的快速响应能力。因此，在产品趋同的情形下，卓越的服务成为核心要素。

电梯类（外资品牌）

排序	品牌	企业名称
1	上海三菱	上海三菱电梯有限公司
2	日立	日立电梯（中国）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）有限公司
7	东芝	东芝电梯（中国）有限公司
8	奥的斯机电	奥的斯机电电梯有限公司

电梯类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	广日	广州广日电梯工业有限公司
2	康力	康力电梯股份有限公司

弘扬诚信

+

低压电器类

树立品牌

PART 一 低压电器行业现状综述

低压电器是指用于交流 50Hz(或 60Hz)、额定电压为 1000V 及以下、直流额定电压为 1500V 及以下的电路内起通断、保护、控制或调节作用的电器元件或组件。主要应用于建筑领域(包括地产、基础设施和室内装修)、电力领域以及工业领域。从工业制造到民用住宅,低压电器均存在很高的使用量,因此各行业的投资均会对低压电器形成需求。2017 年低压电器市场规模为 810 亿元左右,受固定资产投资回暖,及下游发电、工业、房地产等市场高速增长驱动,预计低压电器行业产值在 2018-2020 年仍将维持 8% 左右的增速。

目前低压电器行业可以分为高、中、低端三个梯队。第一梯队是行业中的技术引领者,主要有施耐德、西门子、ABB 等跨国企业,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;第二梯队是行业技术的跟进者,主要有德力西、正泰电器、良信电器等公司,该类企业具有较强的研发能力,能够及时跟进行业技术的发展;第三梯队是行业内的大部分产品同质化、以价格策略进行竞争的企业,进一步拉低了行业集中度。行业中市场占有率最大的中低端需求产生相对较低的利润,而大部分利润集中在中高端市场。

近年来,低压电器产品中占成本 50% 的铜、银、钢材、塑料等原材料价格均有不同幅度上涨,进一步压缩着中小低压电器厂商毛利率,而龙头企业则利用规模化优势不断提升生产效率,加大研发投入提升产品性能,利用降本增效优化毛利率水平,挤压低效产能并抢占中高端市场以实现集中度的进一步提高。

PART 二 低压电器行业发展趋势

随着,欧洲、日本、美国的配电行业已趋于成熟饱和,低压电器呈零增长和负增长状态。为此,国外优秀的低压电器制造商均把目光投向中国市场,新一轮竞争已经形成,行业整体利润空间将进一步缩小,将会使一批没有能力开发新产品、制造水平低劣的企业倒闭或被优秀企业收购成为其加工基地。

① 智能化升级

目前的配电网自动化程度仍处于 20% 的低位,相对于日本、德国、韩国等发达国家 50% 的水平仍有较大差距。在配电网智能化行动目标下,以配电网自动化技术为基础,利用智能化的开关设备、配电终端设备,实现配电网在正常运行状态下的监测、保护、控制和自愈控制的新型配电网,将成为行业未来的发展趋势。

② 产品组合化、模块化

智能化解决方案，从互联互通的产品、边缘控制、应用、分析与服务持续创新，将不同功能的模块按不同的需求组合成模块化组合电器，是当今低压电器行业的发展方向。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，低压电器类三大外资品牌和 TOP10 民族品牌在我国房地产工程市场的首选率合计达 85.56%。其中，施耐德以 20.47% 的首选率继续稳居房地产工程市场首选率的榜首位置；以德力西、正泰、北元、杭申电气、亚派科技等为代表的十大民族品牌在房地产工程市场的首选率也已达 48%，占比接近半壁江山。其中，杭申电气和亚派科技凭借着持续专注的制造研发创新和稳定的产品品质也赢得了众多房地产企业的认可，在竞争激烈的市场中初次入围。

低压电器类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	德力西	德力西电气有限公司
2	正泰	浙江正泰电器股份有限公司
3	良信	上海良信电器股份有限公司
4	北元电器	北京北元电器有限公司
5	天正电气	浙江天正电气股份有限公司
6	泰永长征	贵州泰永长征技术股份有限公司
7	常熟开关	常熟开关制造有限公司
8	杭申电气	杭州之江开关股份有限公司
9	亚派科技	南京亚派科技股份有限公司
10	上海人民（上联）	上海电器股份有限公司人民电器厂

低压电器类（外资品牌）

排序	品牌	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

弘扬诚信

+

楼宇对讲类

树立品牌

PART

—

楼宇对讲行业现状综述

楼宇对讲自上世纪 90 年代初进入中国，在近三十年的发展过程中，受益于国内房地产业蓬勃发展所带来的巨大市场需求，我国的楼宇对讲行业也保持着平稳、快速的增长。技术的更新迭代也使得广义的楼宇对讲衍生出楼宇门禁对讲及安防专业对讲两大领域，已从最初的非可视对讲发展到现在的 IP 联网对讲。

近年来，伴随着我国社会经济的稳步提升，人民的生活水平不断提高，消费者更加注重营造温馨便捷的家居环境，智能家居正逐步走进我们的生活。楼宇对讲系统作为智能家居的重要组成部分和入口级产品，智能家居产业的火热也推动了楼宇对讲系统不断向前发展。行业优秀企业也以此为契机，在家庭智能化的浪潮中得到了快速发展。

与此同时，楼宇对讲行业也面临着产品同质化的严重现象，导致市场竞争不断加剧。在一些高端信息化核心技术如物联网应用、探测感知、特征识别以及信息、通信技术与安防技术结合应用等方面还存有差距，也成为制约部分本土企业发展的“瓶颈”。除此之外，由智能家居渠道涌入的行业“外来者”也逐渐形成一股竞争力量，随着近年来移动互联网技术的蓬勃发展，不少其他领域的龙头企业也加入到智能家居的行列中，如“BAT”、京东、小米、苹果、Google、海尔等巨头，楼宇对讲企业也面临着更大范围的竞争和挑战，已从过去单一的产品提供商向优质系统服务商的转变。

PART

二

楼宇对讲行业发展趋势

① 云对讲

物联网、云服务的普及进一步提升了楼宇对讲系统的科技含量。云对讲即为传统的楼宇对讲升级为数字对讲后，系统能够接入云平台及移动端中，通过对讲主机及移动终端相融合，实现远程开门及电梯远程呼叫、图像记录、基础访问等多种功能，企业价值得到极大提升。现阶段，凭借着高性价比、安装方便快捷及由此带来的可持续广告收益等诸多优势，云对讲正成为越来越多工程商及物业公司的首选。据行业专家预测，到 2020 年，市场上具备云对讲功能的设备将超过 75%。

② 智慧社区建设

随着人们生活水平的提高，人们对居住环境的要求已不再局限于交通、居住面积等硬件设施方面，更多的是关注居住环境的安全性和舒适性。因此，现阶段智能家居的最大刚需仍是智能安防，楼宇对讲系统作为家庭设施中的入口硬件，更是智能家居稳定发展的基础保障。通过楼宇对讲系统与智慧社区相结合，围绕社区信息化和提高物业服务等将诸多功能集于一体的社区服务管理平台，为用户带来更智能、更便捷的生活已然成为行业发展的趋势。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，楼宇对讲类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的首选率为 75.8%，位居前三甲的立林、狄耐克、视得安罗格朗三大品牌在房地产工程市场的首选率为 39%。伴随着移动互联网技术和智能家居的蓬勃发展，反映出在越来越多的互联网公司和家电企业的跨界涌入下，楼宇对讲行业竞争越发激烈，加速了楼宇对讲行业的转型和创新。其中，位居品牌首选率前列的狄耐克公司经过持续的技术创新和稳定的产品品质，以及通过早期前瞻性的战略布局和持续耕耘，已在行业中率先完成了全产业链共同发展的模式布局，并已得到了广大房地产企业用户的高度认可，取得了丰硕成果。

楼宇对讲类（国产品牌）

排序	品牌	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	麦驰	深圳市麦驰物联股份有限公司
6	冠林	福建省冠林科技有限公司
7	大华	浙江大华技术股份有限公司

楼宇对讲类（外资品牌）

排序	品牌	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	ABB	ABB（中国）有限公司
3	霍尼韦尔	霍尼韦尔（中国）有限公司

弘扬诚信

+

智能家居类

树立品牌

PART 一 智能家居行业现状综述

智能家居是指主要以住宅建筑(包括酒店、小区、办公室、普通住宅、别墅、高档公寓等)为平台,基于物联网技术,由硬件(智能家电、安防控制设备、智能家具等)、软件系统、云计算平台构成的家居生态圈,利用综合布线技术、网络通信技术、安全防范技术、自动控制技术、音视频技术将有关的设施集成,提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性,并实现环保节能的居住环境。

我国智能家居行业走过了概念普及和培育阶段,进入了推广阶段,众多智能家居制造企业纷纷加入到智能家居制造行业,各种智能家居终端产品不断问世,功能不断完善,质量不断提高,应用更加人性化。目前国内智能家居主要的市场还有一些高端市场:别墅、智能小区,增长最快的市场是:智慧酒店和智能办公,但是普通住宅市场却发展很慢。

在万物互联时代,智能家居作为物联网最简单的切入点,吸引了谷歌、微软、Facebook、英特尔、“BAT”、华为、小米等科技巨头纷纷布局,不断推出各自的智能家居产品,推动智能家居产品普及率的提升,促进智能家居市场规模的增长。从我国市场来看,2017年我国智能家居市场规模达到908亿元,预计未来五年的年均复合增长率约为48%,2021年市场规模将达到4369亿元,呈现极为迅速的发展态势。

PART 二 智能家居行业发展趋势

随着智能家居行业的发展,其竞争格局也会日益明朗,智能家居行业的竞争主力将分为四大阵营:终端厂商、互联网公司、视频网站、运营商。

① 智能音响(Smart speaker)。

智能音响的语音控制功能能够控制多个智能家居设备,让使用者很方便地整合多种设备。亚马逊的Echo智能音响是最早进入语音助理音响设备的市场,引起谷歌(Google)、苹果等相继推出它们的智能音响产品。小米AI音箱、天猫精灵、京东叮咚属于目前国内比较成熟的智能音箱产品,可见智能音响已成为进攻智能家居的利器。

② 感应式控制。

理想化的智能家居能够感应用户的状态，进而对设备进行调整，做到无感化，如空气般存在。变被动为主动是智能家居必然的进化之路。比如带着手环靠近电视，电视会识别到人离得太近，自动降低屏幕亮度或暂时将屏幕背光关闭以此达到保护人眼的目的。未来的智能家居可以说是由传感器组成，温度传感器、亮度传感器、距离传感器、心率传感器等等。在智能家居实现了主动自动化之后，才会真的给人带来智能的感觉。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，智能家居类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的首选率达 49%，而位居 TOP5 的六大品牌首选率合计达 35.8%。说明目前我国智能家居行业的品牌集中度还较低，行业的市场竞争尚处于较为分散的格局。在伴随着消费者生活水平的提高以及产品稳定性的不断提升，我国智能家居行业在历经多年的概念和培育阶段后，即将进入到落地推广的应用阶段，行业市场的品牌集中度必将会随之逐年提升。

智能家居类（外资品牌）

排序	品牌	企业名称
1	霍尼韦尔	霍尼韦尔（中国）有限公司
2	ABB	ABB（中国）有限公司
3	施耐德	施耐德电气（中国）有限公司

智能家居类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	海尔 U-HOME	青岛海尔股份有限公司
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

智能停车管理系统类

弘 扬 诚 信 · 树 立 品 牌

PART 一 智能停车管理系统行业现状综述

随着我国的汽车保有量不断剧增，传统的停车场、车库等设施因为占地面积越来越大，并已影响了城市绿地和自然环境，在地价不断上涨的情况下，机械停车设备应运而生。机械停车设备具有占地省、操作简单、安全可靠、自动化程度高，并可与停车收费管理系统相结合等特点，为解决城市停车难提供了有效途径。

全世界范围内，发展机械式停车设备较早的国家有日本、德国、韩国等，在机械式停车设备技术领域研究处于世界领先水平。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，国家陆续出台了一系列政策，从融资、规划、建设、经营、管理等各方面比较大的扶持力度，充分利用市场的资源配置功能，提高土地资源集约化利用，机械式停车设备行业发展明显提速。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，其次是公共配套类客户及单位自用类客户。住宅小区配建车库采用最多的库型是升降横移类（PSH），占小区泊位总数的 90%，其次是简易升降类（PJS），占小区泊位总数的 5.6%。

PART 二 智能停车管理系统行业发展趋势

预计到 2020 年，我国需要 4 亿个停车位，对应渗透率为 10% 则需要机械式立体停车设备 4000 万个，据测算，单个停车泊位成本在 2 万元左右，未来停车设备市场将近万亿规模。伴随着城市停车位需求的快速增加，大量的企业进入立体车库行业，尤其是市场占比最高的升降横移类机械式停车设备市场竞争日趋激烈，行业存在着同质化竞争过度的风险。

① 停车设施“立体化”

机械式车库从空间入手，解决城市空间难扩容的痛点，优势明显。机械式车库在很大程度上节约了土地空间，可以充分利用“边角余料”建设停车场，提高了单位土地面积的使用效率，也具有较强的实用性和观赏性。

② 停车产业智慧化

通过人工智能、大数据、物联网、机器人等技术的高度融合，让相关停车基础设施取得发展，土地空间利用率不断提升，城市交通智慧化水平获得升级。“互联网+停车”打开了停车产业创新发展新思路，促进停车产业的智慧化、信息化应用，将成为行业发展趋势。

智能泊车机器人发展，不管是停车场的无人值守还是车辆的自动存取，都可以由机器人完成。不仅解决了人力成本负担，也提升了工作效率和质量。通过其内部配置的感应装置，可自行躲避障碍物，自动调节运行速度，自主规划行进路线、设置最佳方案。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，智能停车管理系统类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的品牌首选率达 67%。其中，捷顺、富士、狄耐克等位居前五的品牌首选率合计达 50.3%，占据了智能停车管理系统在房地产工程市场首选率的半壁江山，以上品牌也凭借着其快速、便捷的停车和缴费服务，得到了众多房地产企业用户的认可和青睐。

智能停车管理系统类

排序	品牌	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	立方	杭州立方控股股份有限公司
4	科拓	厦门科拓通讯技术股份有限公司
5	狄耐克	厦门狄耐克智能科技股份有限公司
6	红门	红门智能科技股份有限公司
7	道尔智控	深圳市道尔智控科技股份有限公司
8	安居宝	广东安居宝数码科技股份有限公司
9	海康威视	杭州海康威视数字技术股份有限公司
10	大华	浙江大华技术股份有限公司

弘扬诚信

+

热水器类

树立品牌

PART 一 热水器行业现状综述

热水器以制热方式不同，分为：燃气热水器、电储水式热水器、太阳能式热水器和空气能热水器（也称：空气源热泵热水器），其中燃气热水器和电热水器为市场主力产品。

行业发展过程中，曾一度被誉为代表热水行业未来的太阳能热水器，因过度依赖政策导致市场需求严重透支，迅速从巅峰期滑落；过去，电热水器凭借着初装成本低、使用门槛低，长期以来都是占据着热水器老大的位置；但近年来，随着消费观念转变、能源结构调整以及“煤改气”等政策的带动下，大大拉动了燃气热水器的快速增长和发展空间，由于电热是燃热耗能的两倍，从国家环保事业推进的大势来看，更加舒适节能的燃热肯定会获得更大生存空间；在《“十三五”节能减排综合工作方案》方针的指引下，更节能的空气能热水器也将会迎来进一步发展空间。

据统计显示，2017 年我国热水器行业市场零售额达 668 亿，同比增长 13.5%，2018 上半年热水器市场零售额已达 331 亿元，2018 年热水器规模将突破 700 亿元。近年来，热水器行业复合增长率领跑整个家电集群。当前，热水器行业也进入了品质竞争阶段，产品升级和服务升级同样重要。聚焦用户痛点，持续提升产品性能是首要任务，完善用户体验，加速从单品到生活解决方案，创新集净水、热水、采暖于一体的全屋用水解决方案，值得行业研究与创造。同时，售后服务作为热水器市场提升用户体验的“最后短板”，也将成为企业寻求突围的重大机遇。

PART 二 热水器行业发展趋势

未来热水器行业的发展将聚焦用户体验上，随着消费者对舒适需求的不断提升，产品应向大容积、大出水量延伸，13L 及以上的产品在市场处于主流地位。在产品外观设计上薄而美，随着家居整体化的发展，用户对产品外观的美化程度和舒适度越来越重视。

① 智能化

目前热水器产品的智能主要体现在 WIFI 操作方面，未来，真正的智能应体现在电热记忆、语音操控、娱乐性、监测产品运行安全情况等方面，随着年轻一代消费群体的崛起，将开启智能化消费升级浪潮。

② 健康化

随着我国居民物质生活水平的不断提高，对热水器产品的安全性以及健康用水的日益关注，热水器作为中间加热环节的产品，健康化也成为了行业发展不可忽视的诉求。

PART

三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，随着我国热水器领域的民族品牌在技术研发和创新方面的持续投入，整体优势愈发明显。在电热水器领域，以美的为首的海尔、万和、万家乐四家民族品牌强势入选 TOP5 名单，在民族品牌高端升级步伐的不断加快，电热行业的竞争也越发加剧。在燃气热水器领域，美的、海尔、万和为代表的民族品牌增长势头不减再次入围 TOP5 名单。而在壁挂式热水器领域，目前仍是由外资品牌占据主导地位，仅有一家民族品牌小松鼠强势突围入选，但就整个市场格局而言，我国民族品牌在短期内尚难以撼动外资品牌在壁挂式热水器市场的主导地位。

电热水器类

排序	品牌	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
1	美的	美的集团股份有限公司
3	海尔	青岛海尔股份有限公司
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

燃气热水器类

排序	品牌	企业名称
1	林内（外资品牌）	上海林内有限公司
1	美的	美的集团股份有限公司
3	海尔	青岛海尔股份有限公司
4	能率（外资品牌）	能率（中国）投资有限公司
5	万和	广东万和新电气股份有限公司

壁挂式热水器类

排序	品牌	企业名称
1	博世（外资品牌）	博世热力技术（北京）有限公司
2	阿里斯顿（外资品牌）	阿里斯顿热能产品（中国）有限公司
3	小松鼠	广州迪森家居环境技术有限公司
4	菲斯曼（外资品牌）	德国菲斯曼供热技术有限公司
5	林内（外资品牌）	上海林内有限公司

弘扬诚信

+

净水设备类

树立品牌

PART 一 净水设备行业现状综述

随着我国居民生活水平和消费理念的不断提升，人们对健康与生活质量的要求也越来越高。在用水安全越发受到关注下，居民对饮用水水质的要求也越来越高，饮水与健康已成为关注的热点和焦点，在此背景下，消费者对净水设备的需求开始逐年提高，净水行业已被认为是家电领域的下一片蓝海。

“水家电”在国外已成为普及率相当高的家用必备品。资料显示，发达国家的净水机普及率普遍超过了80%，其中，美国净水机普及率达到90%，欧洲为90%，日本为80%，韩国为95%。我国净水器市场起步较晚，市场普及率约为5%，与欧美等国家相比市场潜力巨大。我国净水行业自2012年以来真正进入了有序稳步提升的发展阶段，2014年为97亿元，2015年为147亿元，2016年为290亿元，市场保持两位数以上的增长，但是增长速度在放缓。在2017年净水器市场整体向好，市场规模达328.9亿元，同比增长18.3%。业内预计，随着消费者对家用净水器的认知程度加深，家用净水器将成为主流，到2020年市场规模将达600亿元左右。

虽然，我国净水行业市场容量在不断增长，但由于品牌繁多、产品质量良莠不齐，企业之间的竞争程度愈发激烈，市场并没有形成一套完善的生态链条，从而使得具备巨大潜力的市场未能迅速爆发。在监管层加大提高行业门槛的形势下，行业品牌洗牌重组也正在进行中，行业良性发展正在形成。自2018年11月起实施的《反渗透净水机水效限定值及水效等级》国家标准设定了净水产水率的红线，其中，1级水效等级的产水率为60%，最低标准5级的水效限定值为35%，这将淘汰市场上至少30%的高耗水产品，大量高能耗企业将面临淘汰和转型，为高端净水品牌提供更大的发展空间，集中度进一步提高。

PART 二 净水设备行业发展趋势

① 随着人们对饮用水健康程度的关注和人们生活水平的提高，净水器市场越来越趋于高端化。全屋净水市场迅速发展，市场规模也越来越大，全屋净水设备作为一个改善人们生活环境的水处理设备，市场前景和市场潜力不言而喻。

② 反渗透技术普及

绿色制造技术成为未来行业发展的趋势。目前净水器市场在技术方面主要分为反渗透技术、超滤、活性炭、纳滤等，反渗透技术逐渐成为了市场主流。

③ 大通量、高节水、智能化

小通量的净水器产品易出现出水流量小、废水比例大、过滤效果不佳等问题，因此，大通量、水质洁净的高品质产品更能满足用户需求。净水器智能化主要表现在提醒消费者更换滤芯、水质数据收集、WIFI 控制等先进功能，机型也从单一净水功能转化为带加热或制冷一体化的直饮机流行趋势。

PART

三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，净水设备类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的首选率达 82%，其中，位居前三甲的 3M、怡口和美的三大品牌在房地产工程市场的首选率已达 42%，A.O. 史密斯和安吉尔紧随其后。作为行业优秀品牌之一美的凭借着 17 年的净水经验以及卓越的产品品质和优质的服务，得到了广大房地产企业用户和商业用户的认可。随着净水产品的普及扩容，市场的品牌集中度也将会进一步提升。

净水设备类（外资品牌）

排序	品牌	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

净水设备类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	美的	美的集团股份有限公司
2	安吉尔	深圳安吉尔饮水产业集团有限公司
3	沁园	浙江沁园水处理科技有限公司

建筑防水材料类

弘 扬 诚 信 · 树 立 品 牌

PART 一 建筑防水材料行业现状综述

建筑防水材料是建筑功能材料的重要组成部分。在建筑施工中，防水材料在建筑物的表面形成整体防水层，以达到防水或增强抗渗漏的能力，因此，其质量和应用效果直接关系到建筑工程的结构效果和使用寿命，建筑防水已日益受到建筑界的高度重视。

目前，我国防水行业尚处于一个落后产能过剩、产业集中度低、市场竞争不规范的发展阶段，呈现出“大行业、小企业”的格局。据中国建筑防水协会统计，2017年防水行业主营业务收入2,000.00万元以上规模的企业598家，其主营业务收入达到1,059.40亿元，国内目前拥有生产许可证的防水材料生产企业1500余家，无证生产企业众多，行业前10名企业在约2000亿元的市场占有率中不足10%。未来随着监管措施趋于更加严格，无证及生产低质非标产品的企业生存空间会越来越小，市场竞争环境有望逐步改善。

根据行业协会数据统计，2018年上半年，641家规模以上（主营业务收入在2000万元以上）企业，较2017年年末增加43家。伴随着规模以上企业数量增加的同时，规模以上企业的营业收入随之不断增加，2018年上半年我国建筑防水行业规模以上企业营业收入已经达到476.64亿元，同比增加16%；1-6月，沥青和改性沥青防水卷材累计产量为5.01亿平方米，比去年同期增长16.33%；1-6月，规模以上企业的利润总额达29.23亿元，比去年同期增长12.69%。主要是得益于近些年来我国对基础设施的大量投入以及房地产市场的火爆。规模以上企业数量不断增加，从而使得行业之间的竞争激烈程度加剧，小企业难以生存，龙头企业不断发展，使得龙头企业的市场份额不断提升。对比美国防水材料市场总量达到15亿平方米，但仅有40余家公司，100余个生产工厂。由此可以预见未来龙头企业的市场份额还会进一步上升。

PART 二 建筑防水材料行业发展趋势

① 防水材料多样化

我国建筑防水材料行业未来应大力发展高分子防水卷材，适当发展防水涂料，努力开发密封材料，并注重开发止水、堵漏材料的硬质聚氨酯发泡防水保温一体化材料，全面提高我国防水材料的总体水平，减少建筑物的渗漏，保证防水工程使用期限的逐步提高。

② 建筑防水工程技术创新

建筑防水工程从技术创新角度来看，建筑防水施工技术必须将设计理念（构造）、不同防水材料的施工工法，结合具体工程实际以及外部环境，进行二次深化设计，才能产生实际效果。在防水施工实践中，遵照施工程序、施工条件和成品保护三个基本要素进行实践创新，以保证防水施工质量。专业化的施工团队，标准化的施工流程，机械化的施工操作，将是建筑防水工程技术发展的必然趋势。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，建筑防水材料类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的首选率达 85.6%，相较于整个防水材料行业而言，建筑防水材料在房地产工程市场的品牌集中度相对较高。其中，东方雨虹仍以绝对优势位居榜首位置，与紧随其后的科顺、蓝盾等前五大品牌在房地产工程市场的首选率达 76.35%，以及蜀羊、中建友等品牌近年来的发展也十分迅猛，纷纷走向全国布局，并取得了良好的业绩。

建筑防水材料类

排序	品牌	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	卓宝	深圳市卓宝科技股份有限公司
4	蓝盾	深圳蓝盾控股有限公司
4	宏源	宏源防水科技集团有限公司
6	凯伦	江苏凯伦建材股份有限公司
7	蜀羊	四川蜀羊防水材料有限公司
8	大禹	辽宁大禹防水科技发展有限公司
9	禹王	盘锦禹王防水建材集团有限公司
10	宇虹	潍坊市宇虹防水材料（集团）有限公司

建筑门窗综合类

弘 扬 诚 信 · 树 立 品 牌

PART 一 钢质入户门及木门类

近年来，我国房地产业的高速发展和城镇化步伐的加快，为门业提供了极大的发展空间，使我国成为世界上较大的门业生产基地和消费市场。伴随人力成本和原材料价格的不断上涨，也推动了门业企业生产设备的自动化转型，进一步提升了门类产品的品质。并且，钢质入户门的智能化功能应用也越来越广泛，整个门类行业在朝着更科技、更环保的方向发展。其中，作为门企品牌中的佼佼者，星月门业通过对品牌、产品、生产技术等进行全面升级，不断的提升创新和服务能力，赢得了众多房地产企业用户的青睐。

对木门行业而言，现已逐步向规范化和规模化转变，而且行业两级分化将呈现继续扩大的趋势。市场资源更倾向于具有品牌影响力的企业。随着消费者健康意识以及环保意识的不断增强，木门行业的免漆门将继续得到高速增长，尤其是高端免漆门也将迎来更大的发展空间。随着我国居民物质生活和消费水平的不断提升，越来越多的消费者更加青睐和追求个性化装饰装修风格，这也带动了行业朝着个性化和定制式方向发展。这就要求门业企业既要兼顾实用性与空间利用率，又能充分展现出消费者对个性、时尚、舒适的追求。这其中，作为优秀品牌代表千川木门具有着在业内领先的生产工艺，设计研发团队和完善畅通的销售售后服务体系，得到了众多房地产企业的高度认可。

钢质入户门类

排序	品牌	企业名称
1	星月神	浙江星月安防科技有限公司
2	步阳	中国步阳集团有限公司
3	盼盼	亚萨合莱集团盼盼安居门业有限责任公司
4	王力	王力集团有限公司
5	索福	浙江索福绿建实业有限公司
6	新多	新多集团有限公司
7	美心	重庆美心(集团)有限公司
8	赛银将军	浙江赛银将军门业有限公司
9	群升	中国群升集团有限公司
10	富新	富新泰丰门业有限公司

木门类

排序	品牌	企业名称
1	江山欧派	江山欧派门业股份有限公司
2	千川	湖北千川门窗有限公司
3	TATA	北京闼闼同创工贸有限公司
4	梦天	梦天木门集团有限公司
5	美心	重庆美心(集团)有限公司

PART 二 系统门窗类

近年来，随着用户对住宅品质需求的日益提高，建筑门窗市场也发生了深刻的变化，系统门窗日益受到用户关注。“门窗系统”是指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”是指根据门窗系统提供的技术制作出的门窗，是实物的门窗。

传统门窗是行业历经多年的模式，是由门窗企业根据用户的需求采购各类材料拼装成整窗交付。现如今已突显出越来越多的问题，主要体现在，传统门窗在加工、安装过程缺乏工艺要求，产品品质和性能无法得到保障。在此背景下，门窗企业就需要改变原有的粗放型模式，着力于设计研发出符合市场需求的门窗产品，提高产品的品质、节能环保及各项性能指标。随着生活水平的提高，用户对于门窗品质也越发关注，终端用户的需求也决定了建筑门窗未来的发展方向。目前，国内门窗系统品牌呈现百花齐放的姿态，有国外成熟的系统供应商，有国内门窗行业的先行者，也有型材供应商和门窗企业的佼佼者通过系统门窗的研发来提高产品的品质及企业的市场竞争力。作为其中的优秀品牌代表米兰之窗从设计出发，将匠心体现在每一个细节中，多年来积累的强大生产能力得到了业界的高度认可。

系统门窗类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	米兰之窗	北京米兰之窗节能建材有限公司
2	墨瑟门窗	河北奥润顺达窗业有限公司
3	贝克洛	广东贝克洛幕墙门窗系统有限公司
4	嘉寓	北京嘉寓门窗幕墙股份有限公司
5	奋安	福建奋安铝业有限公司
6	和平	北京和平铝业有限公司
7	乐道	沈阳乐道铝建筑门窗系统有限公司

系统门窗类（外资品牌）

排序	品牌	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	海德鲁	海德鲁铝业（苏州）有限公司

PART 三 建筑铝型材类

我国已是全球最大的铝材生产国和消费国，整体占比接近 50%，利润总额超过 500 亿，我国铝材加工行业处在高速成长期，在重大关键技术研发和新产品项目均取得了突破，行业技术装备水平也大幅提升。目前就应用领域来看，建筑业是我国铝材最大应用领域，占比约达 33%，远远超过其他领域消费量，并呈逐年上涨趋势。

近年来，随着规范市场秩序力度的加强以及市场竞争优胜劣汰机制作用的进一步发挥，我国铝合金型材工业在总量快速增长的同时，内部结构也发生了明显的变化，产业开始逐渐走向成熟。国内铝合金型材生产厂家数已从顶峰时期的 1200 多家减少至 700 多家，一大批产品技术水平低、质量差、档次低的小型铝型材加工厂已逐渐被淘汰，行业集中得到进一步提升。我国铝合金型材工业也从以数量增长为特征的初级发展阶段，进入了以提高产品内在质量、丰富产品种类、依靠综合实力参与市场竞争的新发展阶段。未来，业内优秀的领军企业要立足长远发展战略，着力调整产业技术结构，带动产业转型和技术升级；着力加强自主创新，加快形成自主技术、自主标准和自主品牌；打造企业新的竞争优势和新的利润增长点，成为行业发展的趋势。

建筑铝型材类

排序	品牌	企业名称
1	兴发	广东兴发铝业有限公司
2	坚美	广东坚美铝型材厂（集团）有限公司
3	华建	山东华建铝业集团有限公司
4	亚铝	肇庆亚洲铝厂有限公司
5	南山	山东南山铝业股份有限公司
6	和平	北京和平铝业有限公司
7	凤铝	广东凤铝铝业有限公司
8	伟业	广东伟业铝厂集团有限公司
9	广亚	广亚铝业有限公司
10	奋安	福建奋安铝业有限公司

PART 四 塑料型材类

当前,我国塑料型材行业拥有世界第一位的产能规模和应用,并经过多年的技术引进和自身发展,行业基本掌握了一流的制造技术。在市场竞争方面,我国塑料型材行业尚处于规模竞争和价格竞争阶段,由于技术和市场壁垒不高,塑料型材行业是一个完全竞争的行业,行业集中度较低。在历经多年的发展,行业的产业结构调整已经展开。

近几年,我国塑料制品标准化工作逐步加强,标准数量和质量都在逐年提高,尤其是 GB/T8814-2017 新国标制定和实施满足了生产和应用领域的基本要求。但该标准在 2018 年 5 月份实施以来除部分企业和大型房产公司要求执行新标准以外,标准执行力度不强,覆盖面不广,产品执行水平有待提高。今后,随着我国各地针对民用建筑外窗应用技术规范的实施,将有利于发挥塑料异型材和塑料门窗节能环保、隔热保温特点等优势,塑料门窗行业的优秀领军企业要从配方、断面、结构等方面提升塑料门窗的综合性能指标,大力推广彩色覆膜高端产品,同时注重门窗加工及安装环节的管理,不断加强技术创新和新品研发,加大高端产品的宣传推广,进一步提升塑料门窗在建筑行业的认知度和影响力。

塑料型材类

排序	品牌	企业名称
1	海螺	芜湖海螺型材科技股份有限公司
2	中财型材	浙江中财型材有限责任公司
3	实德	大连实德集团有限公司
4	高科建材	西安高科建材科技有限公司
5	金鹏	天津开发区金鹏塑料异型材制造有限公司

PART 五 建筑幕墙及玻璃类

随着近几年我国国民经济的持续发展和城市化的加快发展,我国建筑幕墙行业从原来最初的模仿到现在的自主创新,如今我国已经发展成为幕墙行业的佼佼者,成为了全球最大的幕墙市场,建筑幕墙门窗的需求量占全球需求总量 2/3 以上,其中玻璃幕墙占到全部幕墙的 60% 以上。其他高科技含量类幕墙产品(智能幕墙、生态幕墙、膜结构幕墙等)占比较小,尚不足 4%。2017 年我国建筑幕墙完成工程总产值约 3645 亿元,增长幅度为 6.6%。随着相关政策的加持,预计 2020 年建筑幕墙市场规模将增长至 5500 亿元。

伴随着我国幕墙行业在过去的爆发式增长,建筑幕墙行业内部竞争越来越激烈。一方面,不断有新的建筑公司加入到幕墙行业中;另一方面,原有的幕墙公司的发展开始逐渐出现分化,呈现出强者恒强的格局。当前,绿色环保、节能已成为社会发展的主题,绿色消费成为建筑消费市场的主导观念,也为行业带来了巨大的绿色商机。在未来的发展过程中,建筑幕墙产业链企业应以倡导节能环保与追求绿色文明、满足用户个性化需求、提高产品质量和性能、体现建筑主体设计和生态环境的结合,为用户提供健康舒适空间将成为行业未来发展的趋势。

建筑幕墙类

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

建筑玻璃类

排序	品牌	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	北玻	洛阳北方玻璃技术股份有限公司
5	台玻	台玻集团天津台玻有限公司

PART 六 建筑门窗幕墙五金类

近年来，随着城镇化建设的快速推进，我国建筑业市场蓬勃兴盛，为建筑门窗幕墙五金行业提供了强劲推动力。与此同时，消费水平的不断提升将有效激发高端建筑五金产品的潜在需求，建筑五金行业未来前景依旧可期。根据中国五金制品协会数据，2017年，建筑五金行业实现进出口总额达到422.33亿美元。其中，累计完成出口额299.74亿美元，同比增长11.49%，较上年同期上升了23.9个百分点；累计完成进口额122.59亿美元，同比增长10.65%。

建筑五金行业是与国民经济和社会发展关系密切的重要产业，在城镇化建设中具有较强的稳健性及不可替代性，是一个具有长久生命周期的行业。建筑五金行业具有资金技术密集、规模效益显著、市场容量巨大等特点，是带动金属材料、机械制造等产业发展的重要力量。随着人们生活水平的提高，高端门窗、幕墙市场快速发展，智能化、精品化，环保、节能、安全、系统化解解决方案成为主流，建筑五金作为其中的关键部件，也要顺应建筑门窗幕墙的绿色、智能、精品、安全发展趋势，不断地满足客户的需求变化，提升技术、产品创新能力，适应市场发展变化。

建筑门窗幕墙五金类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	坚朗	广东坚朗五金制品股份有限公司
2	国强	亚萨合莱国强（山东）五金科技有限公司
3	合和	广东合和建筑五金制品有限公司
4	兴三星	浙江兴三星五金有限公司
5	春光	春光五金有限公司
6	立兴杨氏	青岛立兴杨氏门窗配件有限公司
7	雄进	广东雄进金属制品有限公司

建筑门窗幕墙五金类（外资品牌）

排序	品牌	企业名称
1	诺托	德国诺托集团（中国）有限公司
2	格屋	格屋贸易（上海）有限公司
3	丝吉利娅	丝吉利娅奥彼窗门五金中国公司

PART 七 建筑密封胶类

由于建筑密封胶在门窗幕墙产业链中占比较小，很大程度上并未受到开发商、施工企业和广大老百姓的关注。然而，正是这些容易被忽略的产品，往往存在着安全与健康隐患。门窗是建筑能耗最薄弱的部分，门窗的密封效果好坏直接导致门窗乃至整个建筑的节能性，门窗的抗风压、水密性、气密性、隔声、传热等五大性能，每一项都和门窗的密封有关，所以对密封材料的选择提出了更高的要求。随着上游材料有机硅价格暴涨，建筑密封胶行业进入了深度洗牌期。如今，国内有机硅市场已到了白热化阶段，成本压力的困境之下，不乏中小胶企已逐渐退出市场，建筑密封胶行业进入深度调整期。

当前我国市场正处于消费升级阶段，建筑中高端定制产品、节能环保产品等领域将成为产业投资的热点。这些领域的竞争将更加激烈，对质量和品牌的要求会更高，只有坚持以质量为本，把质量和安全问题上升到价值观和现代企业理念的层面，才能使品牌在激烈的竞争中脱颖而出。当下对建筑密封胶企业而言，增加其产品附加值已势在必行，只有保持企业的可持续健康发展，才能带来行业健康发展。

建筑密封胶类（国产品牌）

排序	品牌	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	广州集泰化工股份有限公司
4	硅宝	成都硅宝科技股份有限公司
5	思蓝德	郑州中原思蓝德高科股份有限公司
6	凌志新材	浙江凌志新材料有限公司
7	欧利雅	广东欧利雅化工有限公司
8	石神	四川新达粘胶科技有限公司

建筑密封胶类（外资品牌）

排序	品牌	企业名称
1	GE	美国迈图高新技术材料有限公司
2	陶熙	陶氏（上海）投资有限公司

PART 八 门窗密封胶条类

据统计,我国建筑能耗已占全社会终端能耗量的 27.5%,透过封闭不严门窗四周缝隙损失的能量通常占建筑能耗的 37-40% 左右。因此,提高扇框与玻璃间特别是窗框与窗扇间的密封性能显得十分重要。门窗的密封胶条具有防水、密封及节能重要作用,并具备隔音、防尘、防冻、保暖等功能,同时还有很强的拉伸强度,良好的弹性,更需要有较好的耐温性和耐老化性。

目前密封条市场一般有改性 PVC、硫化三元乙丙橡胶密封条和热塑性三元乙丙橡胶(EPDM/PP)胶条为主。其中,由于 PVC 产品含卤素,稳定剂中含重金属,不利于环保,因此已被多地淘汰或限制使用。硫化三元乙丙橡胶密封条由于需要微波硫化线定型,加工能耗高,通常是 PVC 加工的 20 倍以上,产品不能回用,不环保,所以也基本不使用。热塑性三元乙丙橡胶密封条:是近几年从国外引进技术和国内自主研发的一种新材料,主要用于汽车门窗密封条,目前开始用于建筑门窗密封条。其性能和使用寿命与硫化三元乙丙橡胶密封条相当;不含卤素和铅等重金属,若干年后可回收,符合绿色建材要求。近几年在建筑门窗使用上得到极为迅速的发展。

门窗密封胶条类

排序	品牌	企业名称
1	新安东	宁波新安东橡塑制品有限公司
2	瑞易得	沈阳瑞得塑胶制造有限公司
3	海达	江阴海达橡塑股份有限公司

弘扬诚信

+

建筑涂料类

树立品牌

PART 一 建筑涂料行业现状综述

近年来,随着我国总体经济规模的平稳、快速增长,我国涂料和建筑涂料产量呈逐年增长态势,与我国 GDP 的增速保持了较高的一致性。据中国涂料工业协会数据显示,2017 年我国涂料总产量为 2041.29 万吨,其中建筑涂料为 719.95 万吨,占比 35.27%。预计 2018 年全年涂料产量将超过 2200 万吨左右,增速在 8% 左右;产值预计为 4400 亿元左右,建筑涂料产量预计将达 800 万吨。

虽然我国涂料行业已经在产量上排名世界第一,但目前还只能说是涂料应用大国,与真正的涂料强国还有一定的差距,从市场表现来看,部分外资涂料企业在中国涂料行业仍然位于领先地位,特别是在中高端涂料领域,外企品牌稳稳地占据了半壁江山。2017 年,我国涂料行业亏损企业数、亏损总额较上年分别增加 26.3%、45.1%。说明在大宗原材料连续大幅上涨和环保压力不断增加的大环境下,行业洗牌整合在加速。受此影响,约四、五千家“散、乱、污”、微小型企业及下游涂装企业关闭,产量向中大型企业聚集。

当前,我国正处于“十三五”关键时期,以及小康社会的决胜阶段,各类工程、制造业对涂料的需求量仍很巨大,未来一段时间仍将保持较高增速。以及随着全国各地装配式建筑政策的出台和精装修政策的持续推进,带来的防水、防腐、防火等涂料产品需求提升,我国建筑涂料产量继续保持增长态势。

PART 二 建筑涂料行业发展趋势

经过 2018 年激烈的市场角逐,涂料行业竞争之势愈演愈烈。未来,全国范围内销量超过 10 亿元企业预计将达 10 家左右,具备全体系产品生产能力和服务能力的企业预计将达 3 家;中大型的施工企业具备全国不同区域施工能力的将过 100 家以上,施工企业专业性更强,效果更加,与大型涂料生产企业之间的配合更加紧密。

① 进军高端产品市场

随着成本的上涨以及利润的不断压缩,企业压力不断增大。因此,研发利润较大的高端产品成为了很多一线国内品牌企业的首选。

② 产品、服务一站式解决方案

行业无论如何发展，产品质量与服务都是品牌竞争的两大重要核心要素，尤其是涂料产品的特性，更需要企业在注重产品研发的同时，对于其优质的施工及服务同等关注，以增强其品牌的综合市场竞争力。

③ 绿色环保

随着《GB/T35602-2017 绿色产品评价 涂料》、《GB/9756-2018 合成树脂乳液内墙涂料》等一批新标准的陆续开始实施，对涂料产品的环保要求及性能要求进一步提升。在国家大力关注环保以及消费者越发重视安全健康的情况下，涂料企业应加大在环保、健康产品方面的科研创新和投入，才能使企业实现健康可持续发展。

PART 三 中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，建筑涂料类TOP10企业在我国房地产工程市场的品牌首选率达72%，其中，位居前列的立邦、三棵树、亚士、多乐士、嘉宝莉五大品牌的首选率合计达57%，占据着我国房地产工程市场的主导地位；以三棵树、亚士为首的七大优秀民族品牌代表在十强中的品牌首选率占比接近40%，随着领军品牌企业市场份额的不断扩容，建筑涂料市场的竞争也将更加激烈。

建筑涂料类（国产品牌）

排序	品牌	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
3	嘉宝莉	嘉宝莉化工集团股份有限公司
4	富思特	富思特新材料科技发展股份有限公司
5	美涂士	广东美涂士建材股份有限公司
6	华润	广东华润涂料有限公司

建筑涂料类（外资品牌）

排序	品牌	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	STO	上海申得欧有限公司
4	SKK（外资品牌）	四国化研（上海）有限公司

多彩仿石漆类

排序	品牌	企业名称
1	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	磐彩	上海磐彩环保科技有限公司
4	铃鹿涂料	铃鹿复合建材(上海)有限公司
5	华德隆	山东华德隆建材科技有限公司

真石漆类

排序	品牌	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
4	久诺	江苏久诺建材科技股份有限公司
5	华德隆	山东华德隆建材科技有限公司

保温装饰复合板类

弘 扬 诚 信 · 树 立 品 牌

PART 一 保温装饰复合板（保温装饰一体板）行业现状综述

保温装饰一体板是一种融装饰、节能、防火、防水、环保为一体的一种新型建材。其特点就是把传统的必须在现场离散技术生产的工艺部分在工厂完成，具有质量批次稳定，产能提升，不受施工环境影响、节能环保、适用性广等优点。未来具有很大的发展前景和空间。

近年来，我国外墙保温系统发展很快，保温装饰一体板作为一种新型的外墙保温材料更是呈现迎来了良好的发展势头，技术和产品种类都已有了很大突破。保温装饰一体板行业在国内也越来越受到重视，企业数量逐渐增多，我国的华东、华北、华南、西南等地区都已经形成初具规模的生产机械化、自动化，操作标注化、精细化的生产企业。

保温装饰一体板产品具有：耐水性（吸水率低，不易变形）、耐火性（阻燃更加安全）、耐污性（表面光洁不易沾污）、耐刮性（漆面致密不易刮伤）、耐候性（色彩持久，不易变色）、耐腐蚀性（耐酸耐碱，寿命长久）、耐摩擦（漆膜坚固，摩擦无痕）、耐冲击（材料坚韧，坚固耐用）等特点。在环保节能方面：基板无辐射，涂层户含溶剂，产品不含甲醛，不污染环境，装饰板与保温材料复合制成的保温装饰一体板是一种性能优越的节能产品，因而产品环保节能。工业化生产，产品自重轻，安装方便，施工快捷；工程综合成本低，高档的装饰效果，具有很好的性价比；保温装饰一体板具有色彩丰富，美观大方，庄重典雅，效果出色等以上特点。不仅适用于新建工业与民用建筑，而且在改造旧房装饰节能施工中也显示了非常方便快捷的优势。

PART 二 保温装饰复合板（保温装饰一体板）行业发展趋势

当前我国正积极推广装配式建筑，装配式一体板也迎来了重大发展机遇。外墙的装配化程度是考核建筑工业化水平的关键指标之一，保温装饰一体板作为建筑外墙节能保温的优秀产品，如何与装配式建筑相互结合和助力成为了行业发展的重要课题和趋势。

自 2015 年起颁布的《促进绿色建材生产和行动方案》等一系列政策，都明确提出“鼓励发展保温、隔热及防火性能良好、施工便利、使用寿命长的外墙保温材料，开发推广结构与保温装饰一体化外墙板”。据有关专家测算，屋面热能损耗约 12%，地面约 5%，门窗约 40%，墙体

约43%。做外墙保温的建筑物可将能耗损失降为8%左右,节能效果非常明显。据“十三五”规划,新建绿色建筑总面积占新建建筑总面积比例到2020年达30%。有关机构预计,我国外墙面积每年约有10亿平方米,其中保温装饰一体板约占10-15%的面积,市场容量预计将达500多亿元。

PART 三 中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看,保温装饰复合板类TOP10企业在我国房地产工程市场的品牌首选率为55%,其中,位居前五位的品牌首选率合计为40%,位居前两位的华德隆和亚士品牌首选率合计达25%。伴随着我国装配式建筑的持续推进,将石材、涂料、瓷砖、金属板材等与保温材料复合成为外墙保温装饰一体化的发展趋势。华德隆作为国内第一家保温装饰复合板科技企业,并研发出世界第一条全自动保温装饰复合板生产线,已成为技术领先的保温装饰复合板生产基地。亚士创能也经过20年的潜心发展,发明和创造了真金防火保温板,已成为国内保温装饰一体化成品板行业的引领者。

保温装饰复合板类

排序	品牌	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
3	富思特	富思特新材料科技发展股份有限公司
4	立邦	立邦涂料(中国)有限公司
5	固克	厦门固克涂料集团有限公司

弘扬诚信

+

厨房电器类

树立品牌

PART 一 厨房电器行业现状综述

厨电市场一直被看作为家电行业新的利润高地，2017 年我国厨电市场规模接近千亿关口达 968 亿元，在经历去年逆势高增态势之后，今年厨电市场迅速增长的脚步似乎已开始放缓，逐步进入增速换挡期。据预测，2018 年我国厨电市场规模突破千亿仍毫无悬念。伴随着房地产调控政策的持续，厨电行业也将迎来“新常态”，从高增长过渡到缓增长的调整期。

近几年，厨电在我国整个家电行业中始终一支独秀，保持着较高的增长态势，烟机、灶具等传统品类产业转型升级持续推进，电蒸箱、电烤箱、洗碗机等新兴品类呈爆发式增长。但进入 2018 年，传统厨电销售下滑给厨电行业带来了明显压力，品牌淘汰情况开始出现；但可喜的是，相比传统厨电品类，上半年洗碗机与嵌入式厨电等新兴品类成为拉动厨电增长的重要力量。

随着中国城镇化进程的加速，以及厨房系统化带来的品类增加红利，厨电市场规模仍将延续稳步增长态势。如今厨房的定位不再是单一的做饭场所，而是承载了消费者更多的需求和功能。厨房功能的延伸和新一代消费中坚力量与消费习惯的变化，也给厨电行业带来新的思考与挑战。厨电企业要迎合市场变化，围绕整体化、美观化、智能化、人性化、多样化和健康化进行延展和升级，用更加智能、贴心、人性、便捷的产品推动整个厨电行业的转型升级。

PART 二 厨房电器行业发展趋势

未来，随着我国居民收入水平不断提高、城镇化进程推进、消费者消费理念升级，我国厨房电器制造行业将向高端化、智能化、健康环保化等方向发展，成为引领消费的主流趋势，既是机遇，也是挑战。

① 三四级市场成新驱动。

经过多年的深度开发，一二线城市市场需求已趋于饱和。目前我国三、四线城市人均 GDP 已经分别达到 9000 美元和 6000 美元，根据欧美国家经验，在人均 GDP 突破 6000 美元后，经济即进入消费及服务行业快速增长时期。所以，我国三四线城市的消费需求正迎来爆发增长期。

② 高端升级是突破口

在扩充新市场以外，通过自身产品结构的高端升级可带来更大效益空间。从2008年-2017年，中国城镇居民年人均可支配收入逐渐提升，年复合增长率为10%。随着居民收入迅速增加，消费升级趋势开始凸显，目前，龙头厨电企业正不断对中高端进行布局，提升中高端产品的占比，也成为企业获得新增长突破口的关键。

③ 新兴厨电依然是增长引擎

近年来新兴厨电例如洗碗机、嵌入式厨电等市场已经迸发出极大的增长张力，在未来的几年中，新兴厨电将依然是增长引擎，高端新兴厨电市场也将加速竞争。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，厨房电器类TOP10企业在中国房地产工程市场的首选率达80.8%；其中，老板电器以25.8%的首选率稳居榜首地位优势较为明显，与紧随其后的方太、美的、华帝和海尔五大民族品牌首选率合计达58%，也反映出我国厨房电器行业民族品牌通过持续的技术研发创新和卓越的服务配合能力，已在中高端市场和房地产工程领域均占据着主导地位 and 领先优势。

厨房电器类（国产品牌）

排序	品牌	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
4	华帝	华帝股份有限公司
4	海尔	青岛海尔股份有限公司
6	帅康	浙江帅康电气股份有限公司

厨房电器类（外资品牌）

排序	品牌	企业名称
1	西门子	博西家用电器（中国）有限公司
2	博世	博西家用电器（中国）有限公司
3	伊莱克斯	伊莱克斯（中国）电器有限公司
4	嘉格纳	博西家用电器（中国）有限公司

弘扬诚信

+

橱柜类

树立品牌

PART 一 橱柜行业现状综述

自上世纪 80 年代国家提出住房制度改革,开启了我国房地产行业的热潮,同时也带动了橱柜行业的崛起。但当时橱柜品牌少、价格高、市场普及率低、在设计上侧重满足基本功能需求。从 90 年代开始,橱柜在设计、品质等方面开始明显改善。进入 21 世纪后,我国橱柜行业迎来了快速发展期。2013 年市场容量仅为 460 亿元,2016 年就快速增长至 909 亿元,据中装协公布 2017 橱柜市场规模为 1,300 亿元,预计到 2018 年全球橱柜市场规模将到达 640 亿美元左右。

我国橱柜行业市场化程度高,竞争较为激烈,区域性品牌众多。数据显示,截至 2016 年底,我国橱柜行业约有 1068 个品牌,其中仅有 80 家企业成立时间在 20 年以上,50% 以上的橱柜企业均为近 10 年间成立,企业收入规模差距较大,营收超过 10 亿级的企业极少,三四线区域性品牌占比超过 76%,而一线品牌市场占有率尚不足 10%。与国外相比 2015 年德国前五名的橱柜品牌 Nobilia (柏丽)、Alno (阿尔诺) 和博夫曼等企业在全德国的市场占有率高达 65%。因此,当前我国的橱柜行业也正处于这种集中化增加的发展阶段,在品牌化、集约化的趋势下,龙头企业的行业地位将不断增强,预期未来品牌效应也会越渐凸显。

随着我国居民收入水平的不断提高以及城镇化进程的加快,使人们的消费水平和个性化家装观念得到快速的提升,加之对个性产品倍加推崇的 85、90 后新一代消费主力群体购房需求的增加,都极大的带动橱柜行业持续高增长。预计未来 5 年内,我国定制橱柜将保持两位数的增长持续快速的增长,到 2023 年定制橱柜市场容量有望突破 2300 亿元,市场空间巨大。

PART 二 橱柜行业发展趋势

① 橱柜产品个性化风潮兴起

随着 85、90 后主流消费群体对生活品质的追求带动了个性化风潮的兴起。过去,橱柜产品习惯被定义为耐用品,其价值只在于“实用”;如今,橱柜不仅被定义为家居产品,更是家居生活的重要标签,折射出主人的生活态度和审美情调。

② 厨房电器的增多推动整体厨房的需求

随着我国经济的快速发展,中产阶级日益壮大,并成为了中高端产品的主要消费群体。近年来,厨房内的电器种类与数量上都出现了明显增长。已从过去吸油烟机、燃气灶、消毒柜、电饭煲及

电冰箱等基础厨电，到如今进入家庭厨房的电器已多达数十种。此时，整体厨房的必要性愈发凸显，其在空间布局最优化、设计时尚美观化、安全环保具象化上的优势能很好地解决愈发增多的厨房内电器所带来的困扰。以及，人们健康环保意识的提高，对美观、便捷、省时省力上的需求提升，都将加大对整体厨房需求的增加。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，橱柜类 TOP10 企业在我国家地产工程市场的品牌首选率为 60.9%，其中，欧派橱柜仍以较大的领先优势位居首选率榜首，与紧随其后的金牌、皮阿诺等位居前五的品牌首选率合计达 46.9%，反映出我国橱柜行业市场竞争较为开放，伴随着消费升级和个性化需求的提升，已有众多家居和电器品牌企业跨界涌入全屋定制这一蓝海市场领域，市场竞争也将愈发激烈。

橱柜类

排序	品牌	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
4	海尔	青岛海尔股份有限公司
6	博洛尼	博洛尼家居用品（北京）有限公司
7	华帝	华帝股份有限公司
8	柏厨	宁波柏厨集成厨房有限公司
9	科勒（外资品牌）	科勒（中国）投资有限公司
10	我乐	南京我乐家居股份有限公司

陶瓷卫生洁具及五金类

弘 扬 诚 信 · 树 立 品 牌

PART 一 陶瓷卫生洁具及五金行业现状综述

在过去的三十多年里，我国卫浴行业长期保持着两位数增长，现已发展成为全球最大的卫浴洁具生产国、出口国和消费国。卫浴洁具的总产量占世界总量超过了 35%，其中广东省占全国产值近 7 成，全国的卫浴生产型企业达 2 万多家，其中广东省就有近 8000 家。据国家统计局数据显示，从 2007-2016 年，我国卫生陶瓷产量从 1.03 增加到 2.08 亿件，年均复合增长率为 8.12%；2010-2016 年卫生陶瓷销售收入从 340 亿元增加到了 671 亿元，年均复合增长率为 12%；2017 年我国卫生陶瓷规模以上企业累计完成产量 21,789.56 万件，同比增长 4.73%。

据统计，我国卫浴行业的市场规模已达 3000 亿元，但目前还尚未形成一家真正称得上国际品牌的民族企业。行业格局分散，品牌企业整体占比较低，一线高端卫浴市场几乎全被国外品牌牢牢占据，以德系、美系、日系为代表的三大国际卫浴品牌阵营，在国内占领着大部分高端市场份额；少数民族品牌市场竞争力逐步提升，主要占据中端市场；其他大部分中小企业定位于低端市场的格局。

据悉，到 2020 年我国的中产阶层将达到 7 亿人左右，再过十年我国的中产阶层人数将占到总人口的 48% 以上。当持续增长的消费水平把消费从必需品时代推向体验时代，中高档卫浴所自带的产品品质及设计体验将成为持续的竞争力。经过多年的快速发展，我国建筑陶瓷卫生洁具行业的综合实力已有了很大提高，但在设计、品牌积累和创新研发等方面与动辄上百年品牌历史的外资企业仍有一定的差距，短时间内还难以撼动外资品牌在国内高端卫浴市场的格局，伴随着行业主流品牌产品线逐渐向中低端市场延伸，市场竞争加剧。

PART 二 陶瓷卫生洁具及五金行业发展趋势

① 智能化趋势

根据中国家用电器协会数据，2017 年我国智能马桶市场规模为 83.3 亿元。预计到 2020 年，我国智能马桶市场规模为 155 亿元。2017 年上海智能马桶普及率约达 8-10%，北京约为 5-6%，其他较发达城市如广州、杭州、深圳、青岛等地普及率也达到了 3-5% 左右。目前，智能马桶高端品牌主要被美系和日系占据，凭借技术和品牌的优势垄断高端市场，中端市场以传统卫浴和部分专业电子电器企业为主。伴随着质量监管趋严，将加速优胜劣汰及市场规范的进程，掌握核心技术产品质量领先的企业将会从中受益，电控作为智能卫浴产品最核心的零部件，决定了智能卫浴功能及品质。

② 整装卫浴

装配式卫浴，以其节能环保、效率高、工期短等优势，成为未来行业发展的重要趋势。当前，

我国装配式建筑正处在大发展阶段，整体卫浴作为装配式建筑的核心部品，迎来了发展机遇期。

PART 三 中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，陶瓷卫生洁具类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的品牌首选率为 77.5%，其中，位居前五的品牌均为外资品牌，首选率合计达 57%，以箭牌为首的三大民族品牌首选率合计为 13%，也表明在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。作为优秀品牌代表的贝朗卫浴通过持续的设计创新，不断提升着品牌的核心竞争力，并紧随建筑变革浪潮，在整体卫浴方面已走在行业的前列。

陶瓷卫生洁具类（外资品牌）

排序	品牌	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	杜拉维特	杜拉维特（中国）洁具有限公司
6	德国贝朗	贝朗（中国）卫浴有限公司
7	唯宝	唯宝贸易（上海）有限公司

陶瓷卫生洁具类（国产品牌）

排序	品牌	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

卫浴五金类（外资品牌）

排序	品牌	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

弘扬诚信

+

建筑陶瓷类

树立品牌

PART 一 建筑陶瓷行业现状综述

目前,我国已是全球最大的建筑陶瓷生产国,但产业集中度较低,建筑陶瓷整体呈现“大市场,小企业”的市场竞争格局。整个建筑陶瓷行业市场竞争较为充分,同时也正在由粗放型、数量型向绿色化、智能化及质量效益型转变,后续将逐步进入行业洗牌和整合时期。

据统计数据显示,2010-2017年中国建筑陶瓷销量处于波动增长期,从69.4亿平方米增长至88.1亿平方米,八年间增长了18.7亿平方米,年均复合增长率为3.5%,销售收入呈增长态势,但增速逐渐在回落。行业销售收入从2010年的2544亿元增长到2017年的5155亿元,增长了102.6%,年均复合增长率为10.6%。据统计,2018年上半年,建筑陶瓷企业1304家,各类陶瓷墙地砖产量完成46.07亿平米,比2017年增长3.28%,预计2018年我国建筑陶瓷行业销售收入将达到5335亿元左右。

随着我国经济与房地产行业20年来的高速发展,目前已进入了存量房时代。2018年上半年,房地产行业调控持续深化,环保整治力度进一步扩大,部分落后产能以及环保不达标的陶瓷企业被逐步淘汰或被关停整改。同时,在精装修、装配式建筑以及互联网消费方式的普及下,精装、整装、“互联网+”家装等渠道模式快速崛起,给下游的建材企业带来了新的发展机遇和挑战。近年来,高品质建筑陶瓷生产企业通过独到的品牌营销战略、持续推出新产品、渠道升级等方式扩大了销售份额。未来,随着房地产行业集中度和精装修比例的双重提升,率先在工程端发力的建筑陶瓷品牌将进一步深化巩固优势地位促进市占率提升。

PART 二 建筑陶瓷行业发展趋势

随着国内市场消费结构不断升级、国家持续推动建筑陶瓷行业进行绿色转型,行业内的领先企业必将进一步发挥自身设计、研发、生产、销售渠道优势以实现快速发展,行业龙头企业的市场占有率必将进一步提升。

与此同时,经历了三十年“野蛮生长”的建筑陶瓷行业也将逐步迈入一个全新时代。行业的绿色发展成为趋势;资本市场成为行业的动力;大数据的应用将在行业得到深化;喷釉技术和工

艺将掀起新的浪潮；室内装配工业化将成为行业研究的方向。

产品趋势方面：陶瓷大板、大理石瓷砖、现代仿古砖、水磨石砖、浮雕砖、花砖、瓷砖产品功能化等产品的品类将会细分，随着人们的需求越来越多样化，呈现的风格也会越来越多。

PART 三 中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，建筑陶瓷类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的品牌首选率为 69.9%，其中，蒙娜丽莎仍位居首选率榜首，并与紧随其后的四大品牌首选率合计达 51.6%，前五大品牌占据了品牌首选率的半壁江山。在调研过程中，已有众多房地产企业将陶瓷大板列入了战略采购库，据统计显示，蒙娜丽莎凭借着在业内的率先研发和持续创新，陶瓷大板产品在房地产工程市场品牌首选率中以绝对优势地位领跑；在外墙砖的工程市场品牌首选率中，白兔瓷砖位居首选前列。

建筑陶瓷类

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

弘扬诚信

+

地板类

树立品牌

PART 一

地板行业现状综述

地板主要分为实木地板、强化复合地板、实木复合地板、竹地板、软木地板等五类。在各产品品类当中,强化复合地板因价格低廉、款式多、耐磨等优点,产量占木板行业产量的 50% 左右;实木复合地板占木地板总产量的 30% 左右;实木地板因价格较高的原因而占比不高;竹地板产量占比一直较小。

据中国林产工业协会地板专业委员会不完全统计,2017 年我国具有一定规模的地板企业木竹地板总销量约 41520 万 m^2 ,同比增长约 4.64%。其中强化木地板销售 21470 万 m^2 ,同比增长 2.00%;实木复合地板销售 11490 万 m^2 ,同比增长 9.95%;实木地板销售 4790 万 m^2 ,同比增长 9.11%;竹地板销售 3360 万 m^2 ,同比下降 1.18%;其它地板销售 410 万 m^2 ,同比增长 5.13%。

由此可见,品牌木地板企业销量增长率大多超过行业平均水平的一倍以上,且全行业生产企业的数量仍旧保持减少趋势,表明地板行业集中度仍在持续提高。其中,强化木地板与实木复合地板销量增长主要源自于精装修政策拉动;实木地板则受益于高端需求和市场对地采暖用实木地板的青睐;三层实木复合地板市场热度不减在零售市场中表现突出。预计未来,随着居民生活水平的不断提高,消费者对地板健康、美观等方面的需求不断提升,实木地板与实木复合地板仍将是地板行业中增速最快的两大品类。

PART 二

地板行业发展趋势

① 品牌集中度提升

部分优质地板企业通过不断加强研发设计力量、加强质量控制、提高环保标准、完善营销网点建设、加大品牌宣传力度、扩大产销规模等措施,已经在品牌、研发、质量、安全、成本等方面形成竞争优势,地板行业呈现向优势品牌企业集中的趋势。

② 进口地板褪去优势

2018 年随着进口品牌数量的进一步增加、渠道快速下沉、同质化现象开始显现,市场趋于饱和。以及有关机构开始加大对进口地板品质的监管和检测力度,部分进口品牌被曝在多个指标上远不及优秀国产品牌,在多种因素的共同作用下,进口地板品牌的发展曲线已经越过顶点,消费者将回归理性,其身价超然的优势也将被明显淡化。

③ 实木地热地板发展迅猛

随着市场接受度越来越高，地采暖用实木地板品类增速持续增长，成为新的风口。相比于多元化浪潮，实木地热地板品类的崛起相对稍晚，却展现了更为强劲的后劲，已经具有强大的产品力和成熟度，2017 年堪称实木地热地板步入黄金期的起点。在此趋势下，预计 2018 年，实木地热地板销量将增长 30% 以上。与此同时，锁扣工艺和耐地热的特性也将成为实木地板的标配，实木地热地板已逐渐成为高端实木地板的代名词。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，地板类 TOP10 企业在我国家地产工程市场的品牌首选率为 78.9%，其中，圣象、大自然以及和邦盛世等位居前五的品牌首选率合计为 58.7%，也占据着木地板行业在房地产工程市场的主导地位。其中，作为优秀品牌代表之一的和邦盛世近年来发展迅猛，通过独特的设计和工艺，创造了唐·韵、宋·律、元·变、明·雅、清·奢等系列产品，以传承东方文化，感受家居美学的理念，得到了广大房地产企业用户的认可和青睐。

地板类

排序	品牌	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	宏耐	深圳宏耐建材有限公司
5	和邦盛世	和邦盛世家居股份有限公司
5	德尔	德尔未来科技控股集团股份有限公司
7	北美枫情（外资品牌）	北美枫情（上海）商贸有限公司
8	扬子	安徽扬子地板股份有限公司
9	书香门地	书香门地（上海）美学家居股份有限公司
10	安信	安信伟光（上海）木材有限公司

弘扬诚信

+

石材类

树立品牌

PART

—

石材行业现状综述

石材作为一种典型的矿产资源，分为大理石、花岗岩、砂岩等多个品类，有上千个花色品种，由于具有稀缺、环保、纯天然、高品质的特性，一直是全球各地大型公建工程、中高档建筑、家庭装修的首选用材。我国石材企业从无到有，石材产量已从之前的几十万平方米，发展到如今的8.9亿平方米；石材品种由简单的平板板材发展到建筑装饰板材、拼花、马赛克、石雕石刻、罗马柱等创意设计产品，不仅适用于外墙装饰，在家装领域也越来越受到好评；石材加工设备和进出口贸易不断增长，据统计，2017年我国进口石材仍是以大理石荒料（17亿，840万吨）和花岗石荒料（9.5亿，570万吨）为主，这两项占总进口（27.92亿美元）的95%。当前，我国的石材消费体量约占全球产量的四分之一，是世界上最活越的石材生产与消费市场。

天然石材是不可再生资源，被誉为地球上的舍利子，在不断的开采利用之下，部分优质石材资源面临枯竭，加之在矿山开采、产品加工、物流运输等环节，不可避免地带来生态破坏和环境污染。近年来在颇为严厉的环保整治后，石材产业链正进行着大刀阔斧的改革，全国数百家中小石材企业已关闭，一些大型企业则在这场环保整治中通过优化结构变得更加强大。未来环保风暴仍将持续，只有走可持续发展道路，石材行业才能走得更远，产业调整对龙头企业而言，也蕴含着巨大“石机”。

在我国建筑业30年来大力发展的带动下，石材工业日益兴盛，装饰用石材已经成为继水泥和钢材之后的第三大建筑材料。当前石材行业的发展正处在一个关键的节点上，过去传统落后的发展业态已不符合现代石材业的要求，石材行业的发展迫切需要转型升级。近年来，伴随着互联网的高速发展与普及，石材行业和其它传统行业一样都必须寻求转变，改变过去粗放式的增长模式，朝着专业化、精细化方向发展，减少低端恶性竞争，不断提升石材产品附加值，树立和打造企业品牌优势成必然。

PART

二

石材行业发展趋势

当前我国装配式建筑正在快速推进中，石材外墙也在朝着保温装饰一体化的趋势发展，石材企业由过去传统的分散经营走向一体化和集成化方向发展，行业发展迎来了革命性的突破。未来，也将呈现出以下趋势：

- ① 环保政策要求下，企业将加速整改，打造绿色矿山和清洁生产。
- ② 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。
- ③ 紧跟一带一路的足迹，开拓全球市场。
- ④ 结合其他行业发展，通过技术创新，开发新型石材产品，例如石材保温复合，石材瓷砖复合等。
- ⑤ 石材行业产品规格标准化。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，石材类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的品牌首选率为 51.9%，其中，环球仍以 18% 的首选率位居榜首，并与紧随其后的高时、华隆、康利、溪石前五大品牌的首选率合计达 40.7%，上述石材品牌在我国房地产工程市场中也占据主导地位。随着国家对生态环境保护的加强，以及工程市场的持续萎缩，石材行业的技术创新和绿色可持续发展成为了产业发展的必经之路，石材企业转型和突破已然成为大势所趋。

石材类

排序	品牌	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	康利	深圳康利石材有限公司
5	溪石	溪石集团发展有限公司
6	万里石	厦门万里石股份有限公司
7	勇进	山东勇进集团有限公司
8	宏发	福建宏发集团有限公司
9	冠鲁	山东冠鲁建材工业集团有限公司
10	东成	东莞市东成石材有限公司

弘扬诚信

+

照明灯具类

树立品牌

PART

—

照明灯具行业现状综述

目前我国已成为全球最大的半导体照明产品生产国、消费国和出口国。随着“十三五”计划及其配套措施的逐步落地,我国LED行业有望借助政策支持的有利机遇,取得从LED照明产业大国到产业强国的突破性进展。在《半导体照明产业“十三五”发展规划》中提出,计划到2020年,我国半导体照明产业的整体产值达到10,000亿元;产业集中度逐步提高,形成1家以上销售额突破100亿元的LED照明企业,培育1-2个国际知名品牌,10个左右国内知名品牌。预计到2019年LED照明渗透率约达50%,我国LED产业进入高速平稳发展期。

根据国家半导体照明工程研发及产业联盟的统计数据,2017年度包括外延片及芯片制造、封装、应用在内的我国LED行业总产值达到6538亿元,同比增长25.35%,近11年的年均复合增长率为30.29%。2017年我国LED通用照明产品产值达2,551亿元,占LED应用市场的比重约48%。景观照明领域近几年热度回升,在文创旅游,特别是在杭州G20峰会、厦门“金砖会议”等夜景照明工程的带动下,2017年景观照明领域LED产品产值达799亿元,约占LED应用市场的15%。

近年来,随着LED照明产品的技术逐渐成熟,成本又有较大幅度的下降,性价比提升引起的产品替换使得传统照明产品的产量逐年下降。LED行业进入了新的扩产周期,规模将成为行业竞争的关键要素。预计2020年我国LED通用照明市场规模将达到4452亿元。

PART

二

照明灯具行业发展趋势

LED技术与应用发展到今天,可谓已然比较成熟,但在一些领域仍然具备十足的发展潜力。比如:健康照明和智能照明。

① 健康照明

所谓健康照明,即通过LED照明,改善并提高人们工作、学习、生活的条件和质量,促进心理、生理健康。这个概念是建立在行业对蓝光危害、人眼视网膜损害等问题的认识基础之上的。不少企业都已开始对这一新风口的布局,推出高品质健康照明灯具。无论是健康标准的建立,还是LED光品质与医疗光照的研究和应用,都有待发展和完善。所以以健康为导向,照明市场将会重新洗牌与发力。

② 智能照明

智能照明的概念其实算不上新奇，自上世纪 90 年代起，国内就开始出现这个行业的萌芽，到如今，智能照明还尚未能全面普及。主要源于：行业缺少统一的标准，纷繁的技术构筑的壁垒对智能照明发展产生了阻碍。智能照明产品大多局限于调光、调色的初级阶段，产品性价比不高。这些痛点将随着产业的不断推进和成熟必将得到有效解决和普及。目前，国内外众多企业在智能照明已有布局，科技巨头与传统照明企业的合作也将成为常态。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，照明灯具类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的品牌首选率达 85.7%；其中，欧普以 20.8% 的占比位居品牌首选率榜首，与紧随其后的西顿、雷士、东松三位位居首选率前四位置，合计占比达 65.5%，也表明照明灯具产品在我国房地产工程市场的集中度和成熟度较高。其中，西顿照明作为专业照明解决方案的系统服务商，通过专业的设计和工匠精神，最大化地提升客户满意度，得到了广大房地产企业用户的认可。

照明灯具类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	欧普	欧普照明股份有限公司
2	西顿	惠州市西顿工业发展有限公司
3	雷士	惠州雷士光电科技有限公司
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	阳光	浙江阳光照明电器集团股份有限公司
7	佛山照明	佛山电器照明股份有限公司

照明灯具类（外资品牌）

排序	品牌	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

墙壁开关插座类

弘 扬 诚 信 · 树 立 品 牌

PART 一 墙壁开关插座行业现状综述

墙壁开关插座可分为墙壁开关（一开单控、一开双控、二开单控、二开双控、三开单控、三开双控等）、墙壁插座（三孔、五孔等）、电子弱电插座（电视插、电话插、电脑插等）、墙壁开关插座（指开关带插座，有一开单三孔、一开单五孔等）、声光控插座、调光插座、调速插座等。

电工产品是与房地产高关联度的行业，市场容量 90% 以上是靠房地产市场的发展而带来。目前，我国墙壁开关插座行业约有 2000 家企业，绝大多数属产品同质化竞争严重的中小企业，全球主要墙壁开关插座企业已通过建厂、并购或设立代理的方式进入中国市场。我国墙壁开关插座行业近 10 年来发展速度较快，年均增长率超过 20%，市场容量已近 300 亿。目前，行业年销售额超过亿元的企业约 15 家左右，超过五千万元企业达 30 余家，这些企业已具规模效益，是本行业的骨干企业。

当前，随着人们使用家用电器、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。消费者也更加倾向于选择设计时尚、大品牌的中高端产品。据统计显示，2017 年中高端产品市场增速大幅提高，挤占了大部分市场份额。其中，高端产品市场增幅为 5.0%，中高端和中端产品市场增幅分别达到 7.9% 和 6.3%。而低端产品市场增幅仅为 1.6%。行业中以西门子、施耐德、罗格朗、西蒙、飞雕和公牛为主流的各大品牌都保持了两位数的快速增长，远远超过行业平均水平。这也意味着，中高端墙壁开关插座市场将是一片蓝海，优秀民族品牌还有巨大的提升空间。

PART 二 墙壁开关插座行业发展趋势

随着 85 后、90 后已逐渐成为家装、家居市场的消费主力军。对于墙壁开关插座产品，将不仅仅表现在功能化，客户有着更加挑剔的眼光和选择。产品外观、产品体验、智能化等都将成为行业趋势。未来更加注重个性、细节和服务的品牌，将具备更大的竞争力。

① 艺术化

墙壁开关插座——家用电器中最不被关注的小品类，作为家居用品的一部分，如今已经随着消费者生活品位的提升和科技的发展，从色彩到造型的设计同样变得更具艺术性和时尚性。“插座也可以变成艺术品”成为发展趋势。

② 智能化

作为智能家居的重要一环，智能开关也将搭乘智能家居之风站上风口。随着人们对家居生活私密性和便利性要求的不断提升，智能插座将成为下一个市场爆点。智能插座不仅可以帮助控制家中电器用电，还能发现老化和存在漏电危机人身安全的隐患，规避电器不良能耗，科学计量，让电费的支出更合理。

PART

三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，墙壁开关插座类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的品牌首选率达 89%；其中，位居综合品牌前四位的均为外资品牌把持，并占据房地产工程市场品牌首选率 69% 的占比，在民族品牌的首选率中飞雕电器位居榜首。经过三十多年的品牌发展，飞雕电器通过在产品研发方面的持续创新，重新定义了开关的产品标准，并获得了广大房地产企业用户的高度认可。

墙壁开关插座类（外资品牌）

排序	品牌	企业名称
1	TCL- 罗格朗	TCL- 罗格朗国际电工（惠州）有限公司
2	西门子	西门子（中国）有限公司
3	施耐德	施耐德电气（中国）有限公司
4	西蒙	西蒙电气有限公司
5	松下	松下电器（中国）有限公司
6	ABB	ABB（中国）有限公司

墙壁开关插座类（国产品牌）

排序	品牌	企业名称
1	飞雕	飞雕电器集团有限公司
2	鸿雁	杭州鸿雁电器有限公司
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
4	公牛	宁波公牛电器有限公司

弘扬诚信

+

管件管材类

树立品牌

PART

—

管件管材行业现状综述

按塑料材质的不同进行分类，塑料管材可分为聚氯乙烯（PVC）管、聚乙烯（PE）管、聚丙烯（PP）管、聚丁烯（PB）管、ABS管等。一般而言，PVC-U（硬聚氯乙烯）及PVC-C（氯化聚氯乙烯）管道等统称PVC管道；HDPE（高密度PE）、LDPE（低密度PE）及其他PE管道统称PE管道；PP-R（无规共聚聚丙烯）、PP-H（均聚聚丙烯）、PP-B（嵌段共聚聚丙烯）等统称为PP管道。PVC管材系统发展最早，目前用量最大，PE和PP管发展较晚，但是近年增长较快。目前全球已经形成以PVC-U、PE和PPR管材为主的产业格局。其中，PVC的产量占比总体呈下降趋势，由当初的80%市场占比到如今的55%；PE管道是近几年发展最快的一类管道，也是目前市政给水系统的首选塑料管道之一；PP管道以PPR管道为主，主要用于冷热水管及采暖。

2018年上半年，随着国内市政工程及基础建设的持续推进，我国塑料管道及管件行业保持着持续稳定增长态势。据统计，我国规模较大的塑料管道生产企业有3000家以上，其中年生产能力1万吨以上的企业约为300家，年生产能力超过10万吨的有20多家，行业集中度较低。规模生产企业主要集中在广东、浙江、山东，三地的生产能力、产量之和已接近全国总量的一半。随着国家对建筑材料监管日益严格，人们消费观念逐步升级，国内管道行业正面临着洗牌。产品质量差、生产规模小、环保不达标的企业被淘汰将是大势所趋，具备产能规模与质量优势的企业将会获得更大市场空间。随着行业集中度的不断提升，预计前二十的销售量将占行业总量的40%左右，到2020年全国塑料管道产量将超过1670万吨，市场规模预期可达千亿元。

PART

二

管件管材行业发展趋势

当前我国的城市化发展水平约60%左右，而发达国家平均达80%。管材属于基础建材，是任何建筑的“三通”必需，是城市建设中不可缺少的血管。可以预见，随着我国城市化进程的加快，将在未来至少10年为管材行业带来巨大的需求和增长空间。

当前，我国已进入高质量发展的新时代，要由塑料管道大国迈向塑料管道强国迈进。如何实

现从“数量”到“质量”的提升，由追求数量走向追求品质，大力提升塑料管道产品的品质，已经成为新时代背景下塑料管道行业面临的重要课题。“标准化、品质化、高端化、多元化、智能化、绿色化、国际化”也成为了行业发展的必然趋势。

PART 三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，管件管材类 TOP10 企业在我国房地产工程市场的首选率达 72%，其中，联塑仍位居品牌首选率的榜首位置，并与紧随其后的公元、日丰等前五大品牌的工程市场首选率合计为 55%，占据了品牌首选率的半壁江山。近年来，日丰凭借着卓越的产品品质和良好的服务口碑赢得了广大房地产企业用户的广泛认可和信赖，在竞争激烈的市场中表现不俗。

管件管材类

排序	品牌	企业名称
1	联塑	中国联塑集团控股有限公司
2	伟星	浙江伟星新型建材股份有限公司
3	公元（永高）	永高股份有限公司
4	日丰	日丰企业集团有限公司
5	中财	浙江中财管道科技股份有限公司
6	顾地	顾地科技股份有限公司
7	金牛	武汉金牛经济发展有限公司
8	川路	成都川路塑胶集团有限公司
9	康泰	康泰塑胶科技集团有限公司
10	宏岳	宏岳塑胶集团股份有限公司

弘扬诚信

+

电线电缆类

树立品牌

PART 一

电线电缆行业现状综述

伴随着我国电线电缆行业高速发展，新增企业数量不断上升，行业整体技术水平得到大幅提高，也吸引了为数不少的外资进驻中国。电线电缆行业产品种类众多，应用范围十分广泛，涉及到电力、建筑、通信、制造等行业，与国民经济的各个部门都密切相关。电线电缆还被称为国民经济的“动脉”与“神经”，是输送电能、传递信息和实现电磁能量转换所不可缺少的基础性器材，是未来电气化、信息化社会中必要的基础产品。

我国是全球最大的电线电缆制造国，业内企业数量近万家，规模以上企业数量超 4000 家，过多的中小型企业导致了线缆行业集中度极低，中低端产能严重过剩。据资料显示，2017 年美国前 10 名线缆制造商占据了 70% 市场份额，法国前 5 大线缆制造商占据了 90% 以上的市场份额，日本前 7 大线缆制造商占据了 66% 以上的市场份额，而我国前 10 名线缆企业占国内市场份额不足 10%。过度分散的竞争格局导致线缆行业 90% 以上产能集中于同质化、重复的中低端产品上，利润空间被严重压缩，产品结构矛盾突出，产业集群有待进一步融合与升级。

PART 二

电线电缆行业发展趋势

我国已有明确规定“建筑物高度超过 100 米的民用建筑必须使用低烟无卤 A 级阻燃电线电缆。建筑物高度超过 100 米的高层建筑以及低于 100 米的民用建筑，如一定规模的医院、公共娱乐场所、地下商场、图书馆、车站、超市、候机楼、办公大楼等，至少应使用无烟低卤及阻燃电缆”。环保电缆将成为发展趋势，并具有如下特点：

- ① 高阻燃性：遇火灾时，能做到不仅不易燃烧，还能阻止燃烧后火焰的蔓延和扩大。
- ② 无卤素：保证产品不含卤素、解决了其燃烧时形成的“二次污染”。
- ③ 低毒素：环保电缆的绝缘与护套中不含铅、镉等对人体有害的重金属，在环保电缆使用及废弃处理时不会对土壤、水源产生污染。
- ④ 不产生腐蚀性气体：采用对环境无污染的新型特种被覆材料，使环保电缆在生产、使用过程和燃烧时不会产生 HCL 等有毒气体。

- ⑤ 高透光率：环保电缆燃烧时产生的烟雾极为稀薄，有利于人员的疏散和灭火工作的进行。一般而言，环保电缆产品透光率大于40%，远远高于传统阻燃类别电缆线缆透光率不到20%的标准。
- ⑥ 紫外线或水的高防护性：这种性能能使环保电缆在使用中比较不容易被风化，一定程度上减缓环保电缆老化的速度，延长其使用寿命。

PART

三

中国房地产产业链战略诚信供应商首选率表现

从品牌入围来看，电线电缆类 TOP10 企业在我国家地产工程市场的品牌首选率达 52%，其中前五强的品牌首选率合计为 38%。作为其中的优秀品牌代表民兴电缆凭借多年来对于矿物绝缘电缆的潜心研究，拥有了多个自主知识产权和国家专利，成为国内矿物绝缘电缆研发能力最强、产品系列最丰富的龙头品牌之一，并通过专业的技术和可靠的品质，赢得了众多房地产企业用户的高度认可。

电线电缆类

排序	品牌	企业名称
1	远东电缆	远东电缆有限公司
2	民兴电缆	东莞市民兴电缆有限公司
3	宝胜	宝胜科技创新股份有限公司
4	上上电缆	江苏上上电缆集团有限公司
5	亨通集团	江苏亨通光电股份有限公司

弘扬诚信

+

其他类

树立品牌

>>> 2018 年度中国房地产产业链战略诚信首选供应商 <<<

类别	企业名称
热镀锌管 / 衬塑管类	君诚管道实业集团有限公司
节能材料类	泰诺风保泰（苏州）隔热材料有限公司
铝包木窗类	北京米兰之窗节能建材有限公司
低压三箱成套类	浙江星空电器有限公司
硅藻泥类	辽宁盼盼新型建筑材料集团有限公司
整体卫浴类	贝朗（中国）卫浴有限公司
PC 装配式建筑类	远大住宅工业集团股份有限公司
钢结构装配式建筑类	杭萧钢构股份有限公司

>>> 2018 年度中国房地产产业链战略诚信品质供应商 <<<

类别	企业名称
建筑陶瓷类	广东兴辉陶瓷集团有限公司
建筑防水材料类	中建友（唐山）科技有限公司
建筑陶瓷类	佛山市高明美陶陶瓷有限公司
水性漆类	河北晨阳工贸集团有限公司



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



www.crepmc.com



173528055@qq.com



010 - 5305 7493