

# 建筑装饰材料行业研究

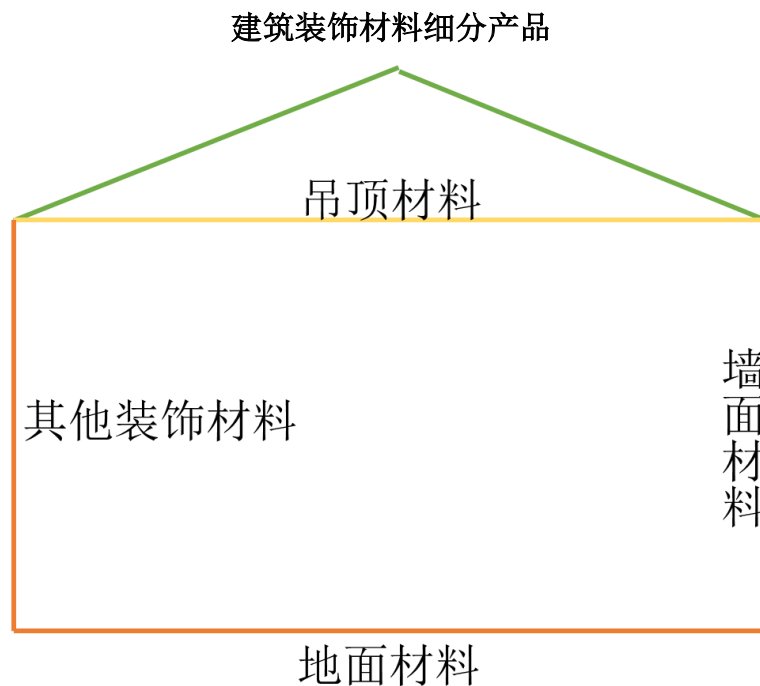
作者：武慧敏

本文从天花吊顶、空气净化材料、涂料等细分行业出发，研究建筑装饰材料行业。

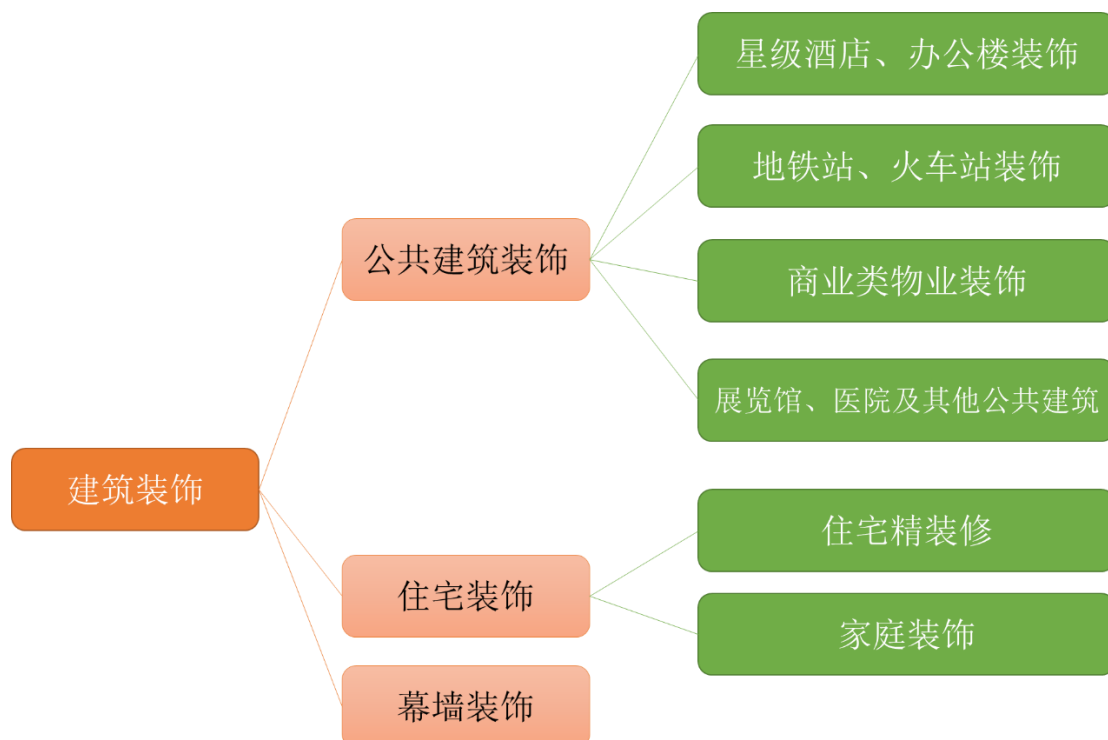
## 一、建筑装饰材料行业概况

### 1、行业基本情况

建筑装饰材料是指铺设或涂装在建筑物表面起保护、装饰和美化环境作用的材料，是建筑装饰工程的重要物质基础。建筑装饰材料主要包括吊顶材料、墙体材料（包括砖、块、板）、地面材料及其他装饰材料等细分产品，按照应用领域不同，建筑装饰材料可分为公共建筑装饰装修、住宅装饰装修和幕墙工程三大组成部分。



## 建筑装饰材料应用领域



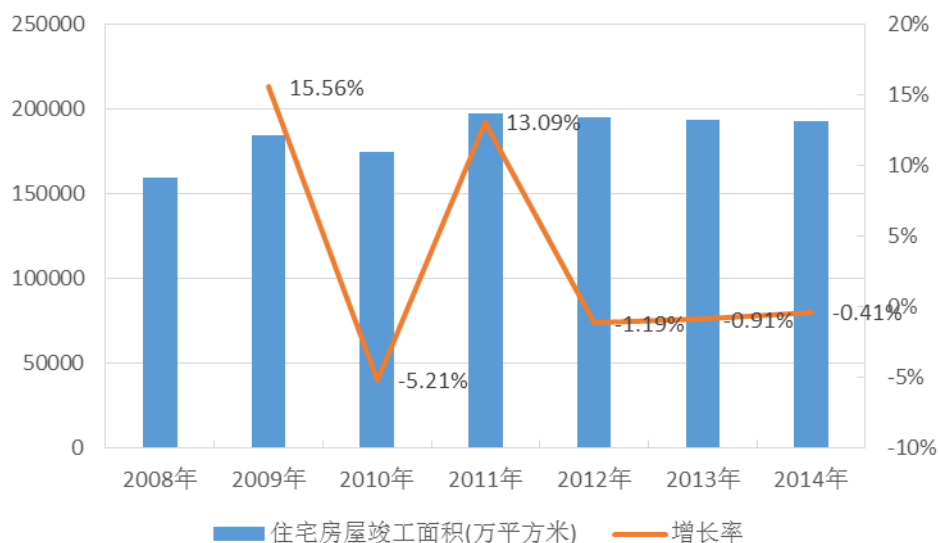
室内建筑装饰材料指用于建筑物内部墙面、天棚、柱面、地面等的罩面材料。现代室内建筑装饰材料，不仅能改善室内的艺术环境，使人们得到美的享受，同时还兼有绝热、防潮、防火、吸声、隔音等多种功能，起着保护建筑物主体结构，延长其使用寿命以及满足某些特殊要求的作用，是现代建筑装饰不可缺少的一类材料。

## 2、建筑装饰材料行业发展现状及趋势

### (1) 行业发展现状

2014 年我国住宅房屋竣工面积为 19.25 亿平方米，近几年呈现下降态势。2008 年我国住宅房屋竣工面积为 15.94 亿平方米，2014 年增加到 19.25 亿平方米，增长幅度为 20.79%，年复合增长率为 3.2%，2012 年开始每年住宅房屋竣工面积开始呈现微幅下降态势。

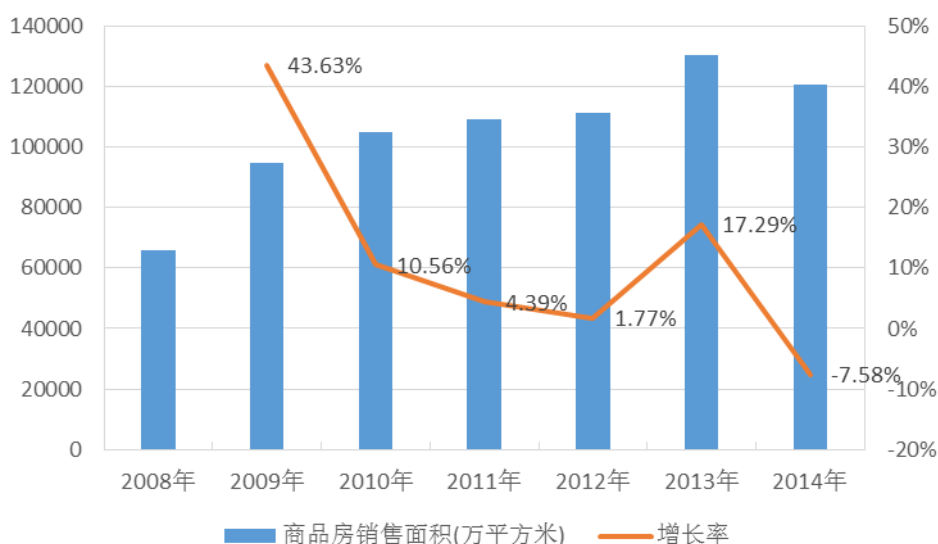
### 我国历年住宅房屋竣工面积情况



数据来源：国家统计局，天风证券

2014年我国商品房销售面积为12.06亿平方米，且相对于2013年出现一定幅度的下降。2008年我国商品房销售面积为6.6亿平方米，2014年达到12.06亿平方米，增长幅度为82.88%，年复合增长率为10.58%，值得注意的是经历了多年的连续增长，2014年商品销售面积相对于2013年下降了7.58%。

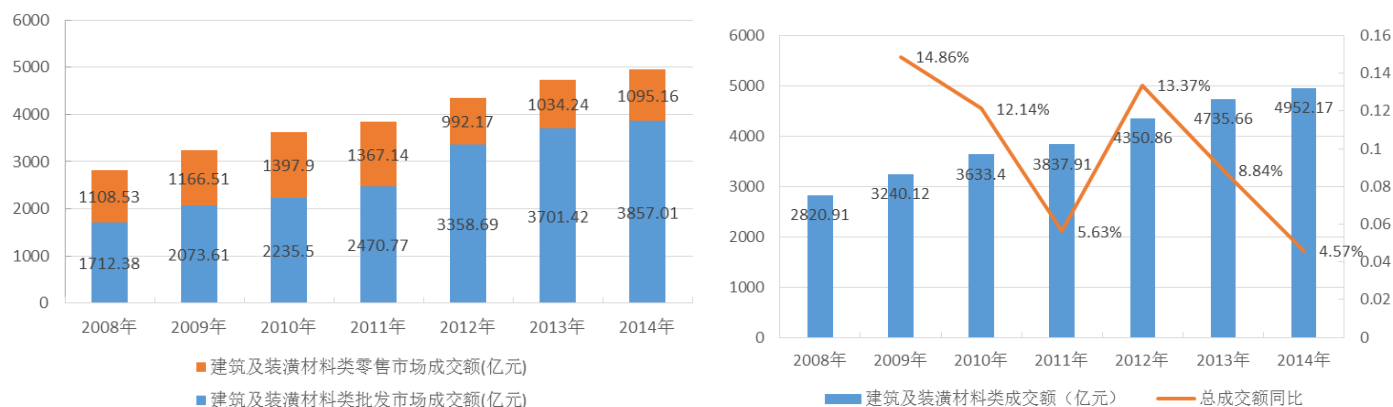
### 我国历年商品房销售面积情况



数据来源：国家统计局，天风证券

2014年我国建筑及装潢材料类总成交额达4952.17亿元，且增长速度呈下降趋势。2008年我国建筑及装潢材料类总成交额为2820.91亿元，2014年增加

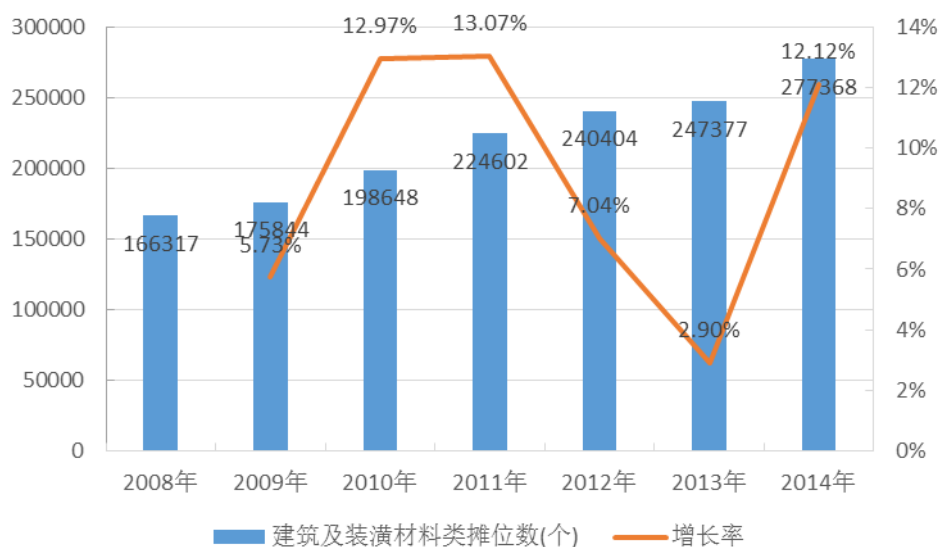
到 4952.17 亿元，增长幅度为 75.55%，年复合增长率为 9.83%，近年来成交额增速整体呈现下降趋势；其中，建筑及装潢材料类批发市场成交额由 2008 年的 1712.38 亿元增加到 2014 年的 3857.01 亿元，增长幅度为 125.25%，年复合增长率为 14.49%，增速高于整体情况；建筑及装潢材料类零售市场成交额由 2008 年的 1108.53 亿元增加到 2014 年的 1095.16 亿元，增长幅度为 1.21%，年复合增长率为 -0.20%，增速低于整体情况。



数据来源：国家统计局，天风证券

**2014 年建筑及装潢材料类摊位数达 27.74 万个**，保持了不断增长态势。我国建筑及装潢材料类摊位数由 2008 年的 16.63 万个，增加到 2014 年的 27.74 万个，增长幅度为 66.77%，年复合增长率为 8.90%。

### 建筑及装潢材料类摊位数情况



数据来源：国家统计局，天风证券

## （2）行业发展趋势

第一，节能环保、绿色装修将成为主流。在能源消费结构中，建筑能耗占有重要比重，在我国“十一五”整体规划中就已明确提出要求住宅建筑和公共建筑严格执行节能 50% 的标准。2007 年国务院发布《民用建筑节能条例（草案）》，建筑节能、绿色住宅已作为一种强制性标准在全国推行，绿色、环保、节能装饰装修将成为建筑装饰行业未来发展的趋势。中国建筑装饰协会《建筑装饰行业实现资源节约型和环境友好型工程建设指南》（试行）中突出强调建筑装饰过程中要节能、节地、节水、节材和环境保护。

第二，标准化设计、工厂化生产和装配化施工成为重要发展趋势。中国建筑装饰协会《建筑装饰行业实现资源节约型和环境友好型工程建设指南》（试行）指出，要实现部品生产工厂化和现场施工装配化，逐步使建筑装饰业走向新兴工业化道路。工厂化加工、现场安装不仅是设计、施工组织创新的基本途径，对工期、造价、质量具有重要影响，同时也是建设资源节约和环境友好型行业的重要基础。

第三，企业信息化、网络化管理加强是发展方向。随着建筑装饰市场竞争日益激烈，建筑装饰企业的系统运营为了紧跟市场竞争需求，不断在其广度和深度上加以完善，利用信息化技术实现企业的系统运营，提升管理水平。企业通过社会网络平台，调节建材供求，实现网上招、投标等商务活动，同时利用网络提高企业的设计、研发能力，改进施工组织方法及技术工艺。

第四，满足不同客户多样化需求成为行业发展方向。当前，进入成家立业期的 80 后、90 后逐渐融入社会并开始成为社会的中坚力量，同时也成为建筑装饰材料采购的决策者或能影响决策的群体。与 60 年代出生的成功一族喜欢怀旧经典，70 年代出生的品味一族重简约实用不同，80 后、90 后有着自己的消费观和审美观、体验方式。他们是“生活在网上”的人群，伴随互联网长大，喜欢新鲜的观点和以网络为主的多种营销新渠道，容易接受新鲜事物、喜欢体验。环保、节能、健康、唯美等是当前客户选购建筑装饰材料的重要考虑因素。传统材料如果按照以往状况，不加改变的向市场供应，将无法赢得 80/90 后人群的认可，阻碍产品的推广应用。

### 3、建筑装饰材料行业规模

我国建筑装饰材料是伴随着改革开放的不断深入而发展起来的，随着经济建设的迅速发展和人民生活水平不断提高，整个建筑装饰行业成为建筑业中重要产品门类和新的经济增长点。

2015年，全国建筑装饰行业完成工程总产值3.4万亿元，比2014年增加了2300亿元，增长幅度为7%，增长速度比2014年回落了2.3个百分点，下降幅度为24.7%，与宏观经济增长速度7%基本持平。其中公共建筑装饰装修全年完成工程总产值1.74万亿元，比2014年增加了920亿元，增长幅度为5.6%；住宅装饰装修全年完成工程总量值1.66万亿元，比2014年增加了1500亿元，增长幅度为9.2%。

2011-2015年全国建筑装饰行业完成工程总产值及增速

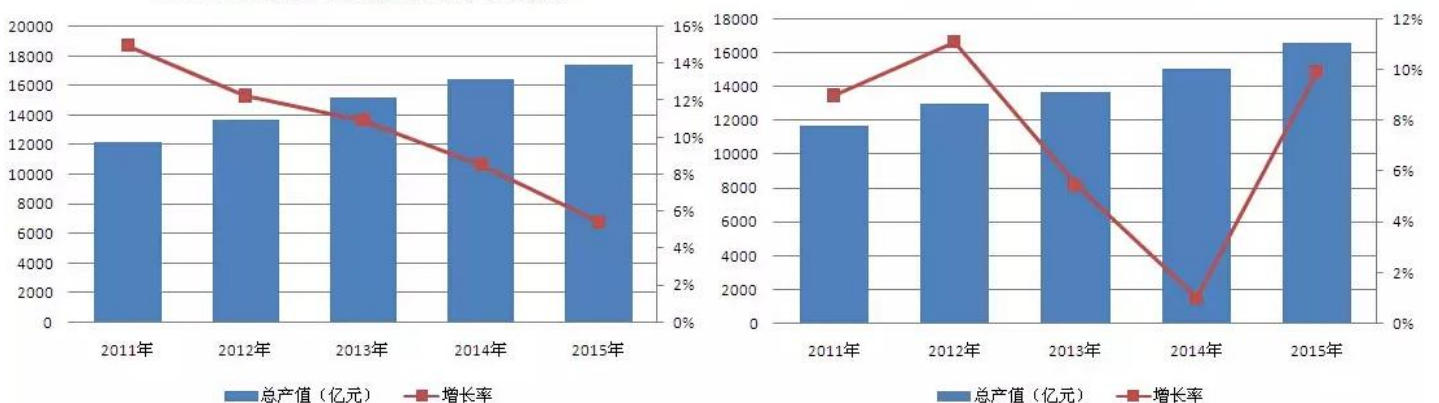


数据来源：中国建筑装饰协会，天风证券

2011-2015年全国公共建筑装饰业总产值及增速



2011-2015年全国住宅装饰业总产值及增速



数据来源：中国建筑装饰协会，天风证券

#### 4、天花吊顶细分行业分析

吊顶是对室内顶层空间的装饰处理方式，通过布设基板设置隔层，实现遮掩梁柱、管线，兼具隔热、隔音及装饰效果，同时为照明、换气、取暖等功能电器提供支撑平台。随着客户对吊顶的整体美观效果及使用简便性提出了更高要求，传统吊顶因其未经模块化处理、安装拆卸过程复杂、电器维修升级麻烦等弊端近些年逐渐被集成吊顶所取代。所谓集成吊顶是通过模块化设计将吊顶基板与功能电器融合形成的一体化吊顶产品，其核心在于设计，此外整体美观性、简便性及个性化也是其突出优势。集成吊顶出现时间较晚，大致产生于 2004 年，目前主要应用于家庭装修的厨卫空间，随着技术的成熟，将逐渐应用于商业装修、公共建筑装修领域。

目前，市场上常用的天花板有传统的纸面石膏板、硅酸钙板、矿棉板、PVC 板、SMC 天花板、铝扣板、铝塑板等。近几年整个行业以 7%-10% 的增速发展，2015 年市场容量达 20 亿平方米，人均使用量约在 1.5 平方米/人·年。

经过三十多年的建筑和建材发生了翻天覆地的变化，装修领域的变化已经朝清新、简约、高雅、健康、节能、安全的方向发展。天花吊顶的可塑性、使用性能的革新，使装饰的各类风潮不断盛行。天花吊顶行业新的消费观念、装饰手段、装修理念不断产生，各类产品充分竞争，优胜劣汰。

传统天花吊顶材料在过去几年获得了较快的发展，但增速已趋缓，部分产品增长乏力，以石膏天花板和金属天花为例：

##### 1) 石膏天花板

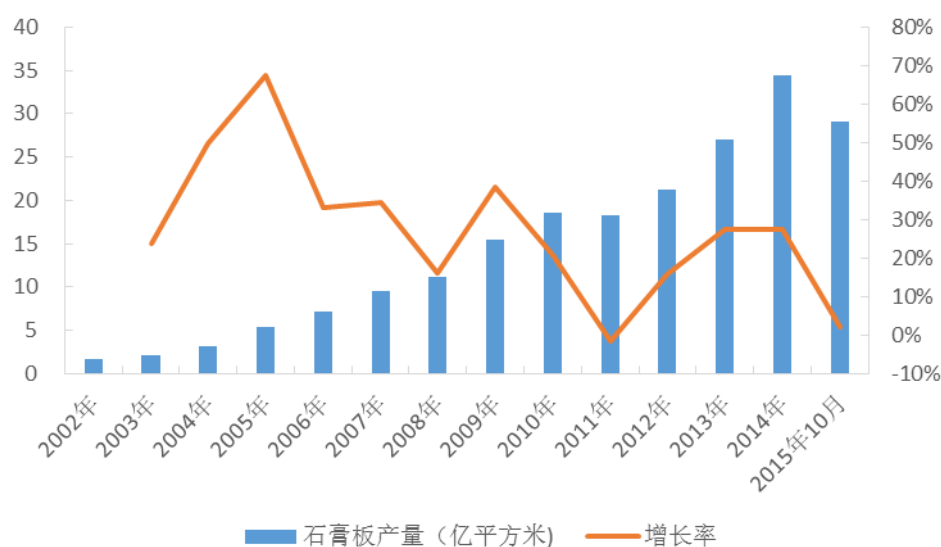
石膏板是以建筑石膏为主要原料制成的一种材料。它是一种重量轻、强度较高、厚度较薄、加工方便以及隔音绝热和防火等性能较好的建筑材料，是当前着重发展的新型轻质板材之一。我国生产的石膏板主要有：纸面石膏板、无纸面石膏板、装饰石膏板、石膏空心条板、纤维石膏板、石膏吸音板、定位点石膏板等。

石膏板使用领域广泛，近些年产量增加较快，形成以广东为代表的珠江三角洲地区，以上海、浙江、江苏为代表的长江三角洲地区，以北京、天津、河北、山东为代表的环渤海地区等三大板块。

国家统计局数据显示，2002-2014 年，全国石膏板产量从 1.73 亿平方米快速增长至 34.44 亿平方米，2015 年前 10 个月全国石膏板产量 29.07 亿平方米，

增长十分迅速。近近三年，石膏天花板的使用量均超过 10 亿平方米，2012 年-2015 年前 10 月同比增速为 15.95%、27.31%、27.55%、2.23%，可以看到石膏天花在后期增速出现明显下降。

石膏板产量变动情况



数据来源：国家统计局，天风证券

未来中国石膏天花板市场增量市场来自于城市化率提升、市场渗透率提升；存量市场来自于房屋重新装修。

## 2) 金属天花板

金属天花吊顶源自欧美等国家，最初由荷兰亨特集团设计并研制出铝质天花，并因此获得相关专利权；美国 CMC 于 20 世纪 50 年代设计并研制出首个便于安装拆卸的不燃穿孔铝天花，由此开创出金属穿孔天花的应用领域。铝制天花吊顶板 90 年代进入我国，生产厂家多集中在沿海一带，主要分布在广东、江苏、浙江等省份。

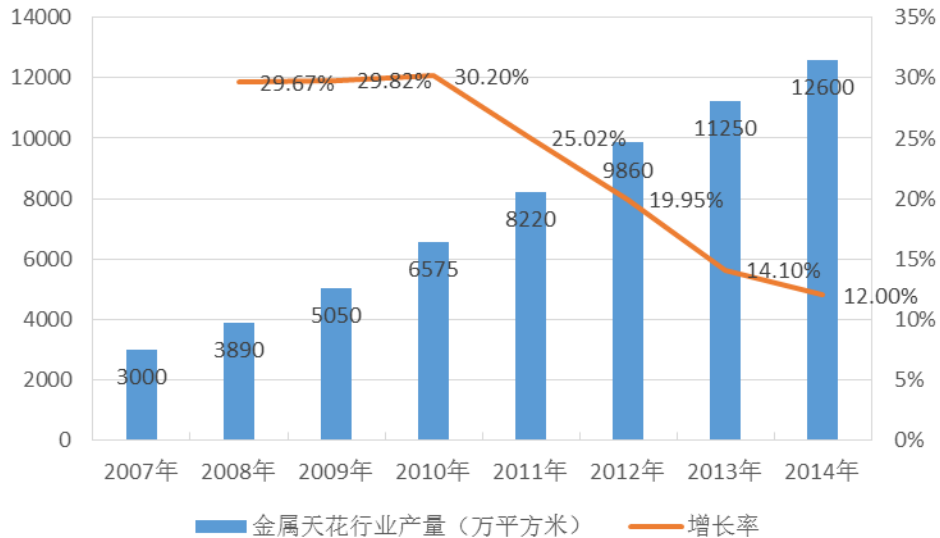
国内建成并投入生产的金属天花生产企业主要分布在广东、上海、北京等地。年产 500 万平方米铝制天花的生产线国内共 10 条，合计生产能力为 5000 万平方米。年设计生产能力在 100 万平方米和 200 万平方米之间的企业年产量约为 1000 万平方米，年设计生产能力在 50 万平方米以下的企业合计生产量约为 400 万平方米至 800 万平方米。

2014 年我国金属天花行业产量约 12600 万平方米，同比 2013 年的 11250 万平方米增长了 12.0%，2010 年以来我国金属天花产量保持了不断增长，但增速呈



不断下降态势。

我国金属天花行业产量情况



数据来源：中国产业信息网，天风证券

传统天花吊顶材料经过多年高速发展后，增长空间已然有限，而随着人们生活水平的提高，对建材的使用要求和健康水平的重视，人们对新型绿色环保材料的需求也越来越强烈；另一方面，近几年国家出台了一系列政策鼓励和支持绿色建材的发展，特别是工信部、住建部于 2015 年 8 月 31 日联合出台了

《促进绿色建材生产和应用行动方案》，方案提出，到 2018 年，新建建筑中绿色建材应用比例达到 30%，绿色建筑应用比例达到 50%，预计“十二五”期间我国绿色建材产业新增产值约 2 万亿元。这些因素都大力推动了天花吊顶行业绿色技术和绿色产品的开发应用，涌现出大量的生态健康型新材料。

天花吊顶在装饰装修中始终占据着重要地位，材料的选择影响其使用功能，因此，装修建材越来越精细，材质要求也愈来愈高。新型复合材料、节能环保的绿色材料，正潜移默化的影响着人们的消费观念，从工装领域逐渐渗透到家装装饰领域。过去三年天花吊顶行业获得了一定速度的较快发展，其中部分产品定位好、性能优良、符合国家节能环保政策的产品表现不俗；但同时也应看到，随着国家经济增速放缓缓，部分不符合行业发展趋势和国家产业政策的低端产品，明显不适应市场环境的变化，出现增长乏力甚至萎缩状况。行业

相关企业积极在产品功能、经营管理模式上寻求更加贴近环境要求、客户需求、更高产业标准的产品和模式，优化调整、转型升级；部分有前瞻意识、基础条件好的企业已提前布局绿色、节能生态材料，占据先机。

## 5、室内空气净化材料细分行业分析

室内环境是指采用天然材料或者人工材料围隔而成的小空间，或者大环境相对分割而成的小环境。室内环境不仅是指家居住宅，还包括工作、学习、娱乐、购物等相对封闭的各种场所，如：办公室、学校教室、医院、大型百货商店、写字楼以及飞机、汽车、火车等交通工具。

人的一生有 80%左右的时间在室内环境度过，室内环境质量直接关系居民健康。近年来，装修材料和各种工业制品的大量使用给室内空气带来了越来越多的污染途径，室内空气污染已经成为危害人类健康的重要因素。

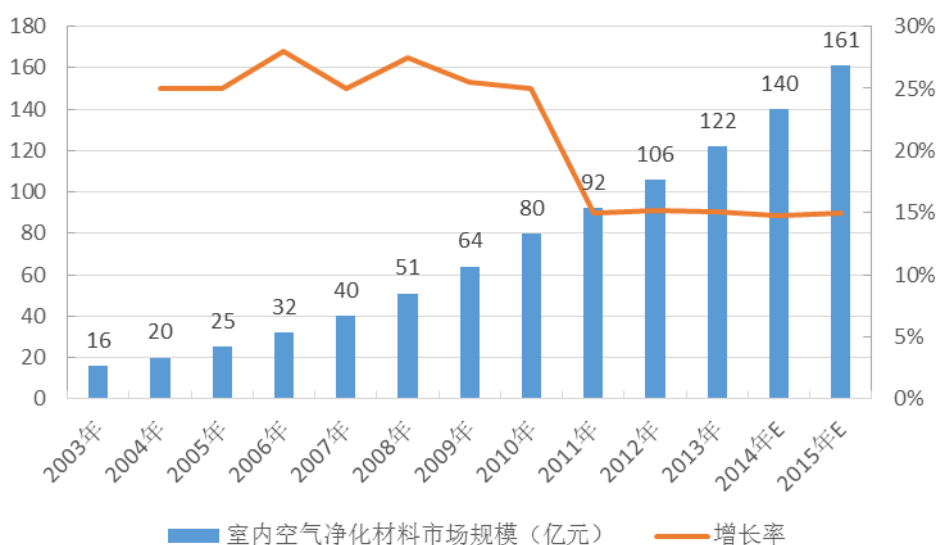
美国专家检测发现，在室内空气中存在 500 多种挥发性有机物，其中致癌物质就有 20 多种，致病病毒 200 多种。危害较大的主要有：氡、甲醛、苯氨以及脂、三氯乙烯等。中国室内装饰协会环境检测中心调查统计显示，室内空气污染程度常常比室外空气污染严重 2-3 倍，在某些情况下甚至可达 100 多倍，室内空气污染造成的总疾病超过室外空气污染造成的 5 倍。面对室内的严重污染，室内环境净化治理行业作为一个新型行业迅速发展起来。

室内环境净化治理产品主要包括电器类产品（空气加湿器、空气净化器、新风换气机等）和材料类产品（空气净化材料）两种类型，我国室内环境净化治理行业始于 20 世纪 80 年代，最早进入市场的净化治理产品是空气加湿器。2000 年后，室内空气净化材料开始投入市场，并获得了快速发展。

根据中国室内环境监测工作委会的统计分析，2003 年我国室内环境净化治理规模约 80 亿元，2010 年迅速增长到 400 亿元，年复合增长率超过 26%，预计 2015 年市场规模将达到 805 亿元。

在室内环境净化治理市场中，室内空气净化材料约占 20%，市场规模从 2003 年的 16 亿元增长到 2013 年的 122 亿元，预计 2015 年将达到 161 亿元。

我国室内空气净化材料市场规模情况



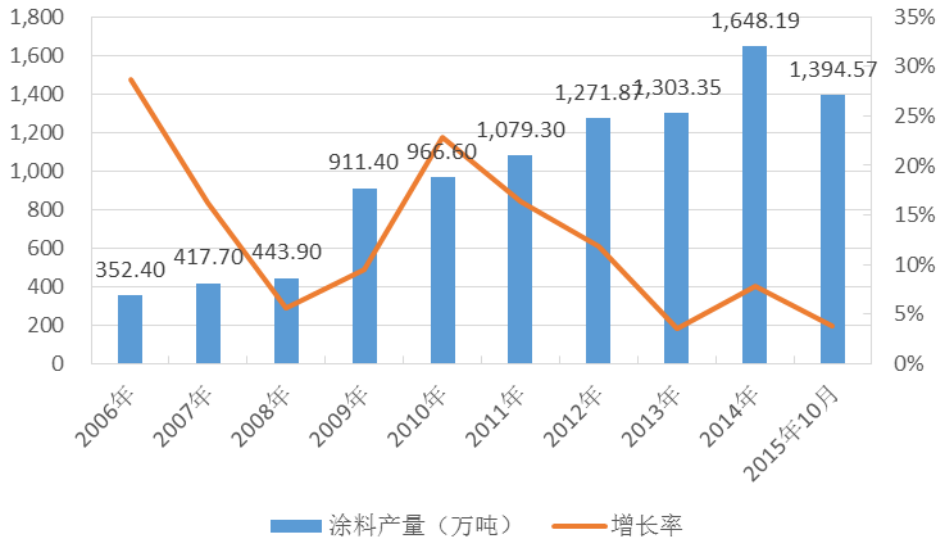
数据来源：中国室内环境监测工作委员会，天风证券

## 6、涂料细分行业分析

涂料，在中国传统名称为油漆，是涂覆在被保护或被装饰的物体表面，并能与被涂物形成牢固附着的连续薄膜，通常是以树脂、或油、或乳液为主，添加或不添加颜料、填料，添加相应助剂，用有机溶剂或水配制而成的粘稠液体。

2007 年以来，伴随着中国城镇化进程的加速，国内涂料行业也得到快速发展，2008 年-2010 年，建筑涂料产量年增长率连续 3 年高达 20% 以上。2010 年我国人均建筑涂料使用量 2.6 千克，城镇人均建筑涂料使用量是 5.5 千克，分别是 2001 年的 6 倍、4 倍。城镇人均建筑涂料使用量增速高于人均建筑涂料增速。据国家统计局最新统计数据显示，2014 年 1-12 月全国涂料累计产量(按规模以上 1344 家企业计)1648.19 万吨，同比增长了 7.9%，我国涂料产能跃居全球第一。2015 年 1-10 月全国涂料累计产量 1394.57 万吨，同比增长 3.83%，增速出现一定幅度的下降。

我国涂料产量变动情况



数据来源：国家统计局，天风证券

## 二、行业监管情况及主要产业政策

### (1) 行业监管体系

行业的主管部门为住建部及各地建设行政管理部门，工商、土地、环保、质检等部门分别行使相应管理职能。

作为建筑装饰材料的组成部分，行业管理机构是中国建筑材料联合会，该会的业务主管单位为国务院国有资产监督管理委员会，主要职能包括反映会员和企业要求，协调会员关系，组织制定行规行约，协调同行业价格争议，规范企业行为，建立行业自律机制，以维护企业合法权益等。

### (2) 行业相关政策

从产业领域看，公司属于建筑材料下的新型建筑材料，得到国家政策大力支持，推动行业发展的主要法规及政策文件如下：

单位	文件名称	主要内容
国务院	《国家中长期科学和技术发展规划纲要》（2006-2020）	开发资源节约型、高耐久性绿色建材，提高城市资源和能源利用效率；重点研究开发绿色建筑技术，建筑节能技术与设备，可再生能源装置与建筑一体化应用技术，精致建造和绿色建筑施工；技术与装备，节能建材与绿色建材，建筑节能技术标准；新材料技术将向材料的结构功能复合化、材料与器件集成化、使用过程绿色化发展；重点研究人工结构化、新

		材料设计、新工艺以及结构等；发展城市生态人居环境和绿色建筑。
国务院发改委	《产业结构调整指导目录（2011 年本）》	十二、建材之 2、新型墙体和屋面材料.....的开发与生产；二十一、建筑之 2.智能建筑产品与设备的生产制造与集成技术研究。
发改委、科技部、工信部、商务部、国家知识产权局	《当前优先发展的高技术产业化重点领域指南（2011 年度）》	四、新材料 45、新型建筑节能材料

行业相关法律法规还包括：人大常委会审议通过的《中华人民共和国建筑法》、建筑部颁布的《住宅工程初装饰竣工验收办法》，中国建筑装饰装修协会天花吊顶材料分会发布的《中国天花吊顶材料协会成员单位管理办法（暂行）》等。

### 三、行业风险特征

#### 1、宏观经济波动的风险

相关行业与宏观经济运行周期呈现一定正相关性，建筑装饰材料行业受到国内外宏观形势的影响较大，若经济政策发生波动，可能对行业主体的业绩产生不利影响。

#### 2、企业成本不断上升的风险

该行业的成本主要分为材料成本与劳务成本。建筑装饰材料行业竞争激烈，原材料价格和劳务成本的波动对企业的生产经营影响较大，若原材料价格和劳务成本大幅度上涨，则对行业内企业的盈利状况产生较大不利影响。

#### 3、受房地产行业调控的风险

该行业与房地产的发展有着紧密的联系，具有一定的周期性。目前我国实行的稳健的房地产调控政策，可能造成新开工项目大幅减少，房地产市场大幅回落，可能对行业主体的业绩造成一定影响。

#### 4、政策性风险

新型建筑装饰材料行业快速发展的原因之一是国家产业政策的大力扶持，这些产业政策包括：《国家发展改革委关于印发<“十二五”墙体材料革新指导意见>的通知》、《绿色建筑行动方案》、《国务院关于加快发展节能环保产业的意见》等，新型建筑装饰材料发展是长期的，如果产业政策发生重大变化将会对行业的市场状况产生较大影响，给企业经营带来不利影响。

#### 四、行业竞争情况

行业内功能性新型建筑装饰材料主要竞争对手包括“斯米克”负离子健康板、“阿姆斯壮”矿棉板、“洛克风”吸音板。

##### (1) “斯米克”负离子健康板

斯米克公司在 1993 年注册成立，1995 年率先在国内推出第一片玻化石，于 2007 年在深交所挂牌上市，2013 年成立新材料事业部，并推出负离子健康板，该产品是一种能释放负氧离子的含有膨化蛭石的生态型建材，具有释放负氧离子、净化空气、消烟除尘的作用。其负离子健康板的负氧离子释放原理为：膨化蛭石具有产生电荷以及积累较高层电荷的能力，在收到外部能量的激励下产生电荷，将板内和空气中的水分电离。其产品主要包括云顶系列、森林系列，适用于公共场所、居家场所、娱乐场所等，产品主要性能包括甲醛净化率 94.2%、A1 级不燃烧性能、负离子发生量为  $6120/cm^3$ 。

##### (2) “阿姆斯壮”矿棉板

1996 年，阿姆斯壮在中国成立了上海阿姆斯壮建筑制品有限公司，一个年产 1600 万方的矿棉板天花生产线，其主营产品为矿棉吸音天花。矿棉板的吸声和隔音效果往往要降低密度，使其中空，或者冲孔，这些方法会显著降低矿棉板的强度，导致吊装时候容易损坏，同时，矿棉板表面主体为白色，容易受到其他挥发性溶剂的影响而发生黄变，由于喷涂工艺良莠不齐，导致色差问题较为突出，潮湿环境下使用面临一定问题。

阿姆斯壮矿棉板主要在上海进行生产，且为外资企业。其产品的竞争主要集中于对空间净化、生态无特殊要求的市场空间，主要同吊顶市场产品应用竞争。

##### (3) “洛克风”吸音板

洛克风吸音天花因为良好的声学性能在吸音、隔音性而适用于对声响性能要

求较高的空间。

洛克风吸音天花采用锯板天然超强吸音特性的纯岩棉芯制成，拥有均匀、不穿孔、毛细开透的特性，不仅能吸收随机方向来的声音，还能吸收低角度声音而具有优异的吸声性能。

ROCKFON 是全球最大岩棉生产商、第二大保温材料生产商洛科威国际有限公司的子公司，属外资企业。其产品的竞争主要集中于对空间净化、生态无特殊要求，而对声响性能有较高要求的市场空间。

## **五、行业壁垒**

目前进入本行业的主要壁垒是资金壁垒、技术壁垒和分销渠道壁垒。

### **(1) 资金壁垒**

建筑装饰材料的生产和制造需要购置场地和建设厂房，同时还需要大量的生产设备，前期生产设备投入设计金额往往较大，并且生产过程中也往往需要一定量的资金购买原材料，这些都需要较大量的资金投入，从而对新进入者形成了资金壁垒。

### **(2) 技术壁垒**

在行业早期，建筑装饰材料行业的利润较高且技术工艺成熟，进入门槛较低，吸引了大量企业进入，使得行业的企业数量及产能极速扩展，随着普通产品竞争日趋激烈，部分低端产品生产企业面临被淘汰出局的趋势。随着市场对建筑装饰材料质量要求升级及差异化、专业化、绿色化产品市场需求的不断增加，要求专注专业化、差异化、绿色化的生产企业必须有较强的技术研发能力，在生产工艺方面保持持续的竞争优势。

目前进入绿色新型建筑装饰材料产品领域的技术门槛不断提高，作为专业化程度较高的细分行业，拥有上述综合能力的建筑装饰材料企业的数量是有限的。因此，对于新进企业而言，缺乏行业经验、产品技术含量低的企业，将无法市场差异化需求以及绿色化需求，难以适应该等领域的竞争。

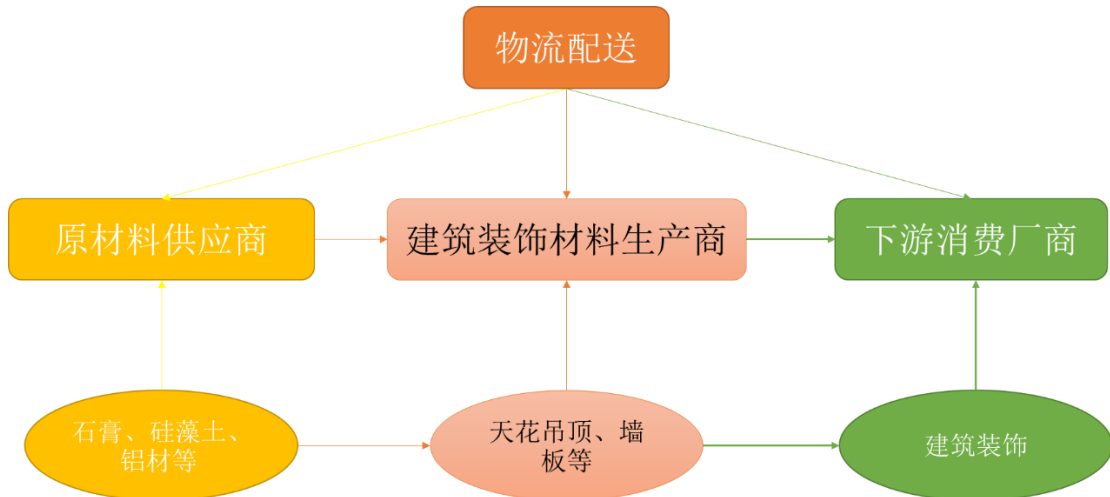
### **(3) 分销渠道壁垒**

新型建筑装饰材料往往需要通过店面展示配合专业装饰设计师渠道销售的模式，故有必要在各地高档建材城设立大量专卖店面。而渠道资源的稀缺性，发展店面非常困难且耗费时间，这也在一定程度上构成了进入本行业的壁垒。

## 六、行业上下游情况

行业企业主要向上游采购硅藻土、石膏、铝材等，经行业公司生产过程向下游建筑装饰行业提供建筑装饰材料。

行业产业链示意图如下：



### (1) 上游情况

天花吊顶、空气净化材料及涂料等产品的上游主要是石膏、硅藻土与铝材等原材料，这些矿物原材料市场较为成熟，竞争充分，厂商众多，价格稳定，公司产品受上游厂商影响较小。

### (2) 下游情况

行业下游主要面向建筑装饰领域。2015年，全国建筑装饰行业完成工程总产值3.4万亿元，比2014年增加了2300亿元，增长幅度为7%，与宏观经济增长速度7%基本持平。其中公共建筑装修装饰全年完成工程总产值1.74万亿元，比2014年增加了920亿元，增长幅度为5.6%；住宅装修装饰全年完成工程总量值1.66万亿元，比2014年增加了1500亿元，增长幅度为9.2%。行业下游面临较为充足的需求。

## 七、行业发展的有利因素和不利因素

### 1、有利因素

#### (1) 产业政策的支持

随着我国对传统过剩产业的整合，以及对节能环保要求的日益提高，绿色建材成为问题解决的结合点，国家多项政策均提出了大力发展绿色建材的要求。2013年1月1日，发展改革委、住房建设部发布《绿色建筑行动方案》，指出因



地制宜、就地取材，结合当地气候特点和资源禀赋，大力发展安全耐久、节能环保、施工便利的绿色建材。2015年8月31日，工信部、住房城乡建设部为贯彻落实《中国制造2025》、《国务院关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》和《绿色建筑行动方案》，促进绿色建材生产和应用，制定了《促进绿色建材生产和应用行动方案》，行动目标：到2018年，绿色建材生产比重明显提升，发展质量明显改善；绿色建材在行业主营业务收入中占比提高到20%，品种质量较好满足绿色建筑需要，与2015年相比，建材工业单位增加值能耗下降8%，氮氧化物和粉尘排放总量削减8%；绿色建材应用占比稳步提高，新建建筑中绿色建材应用比例达到30%，绿色建筑应用比例达到50%，试点示范工程应用比例达到70%，既有建筑改造应用比例提高到80%。

## **(2) 建筑装饰的巨大需求**

2015年，全国建筑装饰行业完成工程总产值3.4万亿元，比2014年增加了2300亿元，增长幅度为7%，与宏观经济增长速度7%基本持平。其中公共建筑装饰全年完成工程总产值1.74万亿元，比2014年增加了920亿元，增长幅度为5.6%；住宅装修装饰全年完成工程总量值1.66万亿元，比2014年增加了1500亿元，增长幅度为9.2%，建筑装饰的巨大需求有利于建筑装饰材料行业的发展。

## **(3) 绿色环保材料在城镇化进程中具有广阔的应用空间**

近年来，我国城镇化水平显著提高。根据国家统计局统计数据显示，城镇人口占比已由2006年的43.9%增至2015年的55.88%。城市居民对居住环境要求的逐渐提高，国家对循环经济、节能环保的日益重视，绿色消费已成为城市生活的主体。在绿色环保需求成为主流的背景下，绿色新型建筑装饰材料在建筑装饰材料中的优势不断显现，具有广阔的应用空间。

随着城镇化进程的加速，以及服务业在国民经济比重的不断提高，这将成为建筑装饰材料行业的有利推动因素，而藻钙材料以其生态功能性优势，必将在城镇化进程中大放异彩。

## **2、不利因素**

### **(1) 受房地产调控政策影响**

近年来，随着我国经济增速放缓及相关政策的出台，房地产行业“高增长、

高利润”的时代已然步入尾声，建筑装饰行业也将受到影响，从而使得新型建筑装饰材料行业大受影响。

### **(2) 传统材料长期主导消费理念**

在初次装修市场上，由于传统的建筑装饰材料在市场上的历史相对较长，主导着市场消费理念，占据着终端消费渠道，消费者形成了一定的品牌偏好，新型建筑装饰材料想扩展市场具有一定的难度。

### **(3) 行业低价、无序竞争**

在新型建筑装饰材料行业快速发展的同时，因市场无序竞争和供需矛盾等方面的问题，新型建筑装饰材料行业出现了许多问题，直接影响了企业的声誉和产品质量。其主要表现有：有些企业为了获取订单竟把价格调到同行公认的制造成本以下，新型建筑装饰材料的质量要求得不到提高；还有企业产品以次充好，用普通的材料来充当品牌产品等不规范的销售行为，都严重危害了新型建筑装饰材料在今后市场的健康发展和利益。

**2016年6月24日**