

2016-2022年中国木地板行业监测及发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国木地板行业监测及发展策略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201601/129538.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

从20世纪80年代至2013,中国木地板行业走过了30多年风雨。虽然起步晚、基础差,但发展迅速。30多年的时间内,中国木地板行业已经形成了多种类、多规格,从生产到销售、铺设、售后服务配套,具备一定规模的产业体系。近几年来,中国木地板行业保持了繁荣发展的态势,产量与出口额均实现了稳健增长。

早在“建材下乡”具体政策出台前,国内的木地板企业就已摩拳擦掌。2011年中国地板行业新一轮的增长周期开始孕育,木地板行业已步入新一轮复苏阶段,行业景气程度逐步提升。面临新的国际竞争形势,身陷原材料上涨、宏观经济调控等多重因素的影响,中国地板行业步入新一轮的市场调整和战略布局阶段。

随着人民生活水平的不断提高,以及房地产业的快速拉动,为木地板行业、装饰装修行业带来了巨大商机,呈现出蓬勃兴盛的态势。中国已发展成全球的木地板生产和消费大国。在国内市场方面,2020年中国人均GDP将要翻两番,这对木地板行业是一个好消息。而在国际市场上,中国这几年木地板的出口增长速度每年都在40%以上。以美国市场为例,建材市场的需求是中国的8倍,因此木地板的潜在国际商机也是非常巨大。

中国的木地板企业在产品自主研发、品质监控、企业文化和品牌战略等方面,还需要投入更大的精力,要实现从“中国制造”向“中国创造”转变,只有通过自主研发、形成自己的强势品牌,才能在激烈的市场竞争中占得一席之地。

《2016-2022年中国木地板行业监测及发展策略咨询报告》在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础,验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了木地板行业市场潜在需求与市场机会,报告对中国木地板做了重点企业经营状况分析,并分析了中国木地板行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据,同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 木地板相关概述

1.1 木地板的分类

1.1.1 按木地板结构分类

1.1.2 按木地板功能分类

1.2 实木地板相关简介

- 1.2.1 实木地板的分类
- 1.2.2 实木地板的主要树种
- 1.2.3 实木地板的特性
- 1.3 实木复合地板相关简介
- 1.3.1 实木复合地板的分类
- 1.3.2 实木复合地板的特性
- 1.3.3 实木复合地板的技术指标
- 1.4 强化木地板相关简介
- 1.4.1 强化木地板的分类
- 1.4.2 强化木地板的比较优势
- 1.4.3 强化木地板的主要技术指标
- 1.5 竹地板相关简介
- 1.5.1 竹地板的分类
- 1.5.2 竹地板的优劣势

第二章 2012-2015年国际木地板行业概况

- 2.1 欧洲木地板行业
- 2.1.1 欧洲实木地板受高端消费市场青睐
- 2.1.2 欧洲强化木地板市场发展现状
- 2.1.3 俄罗斯镶木地板占据市场主流
- 2.2 北美木地板行业（ZY XH）
- 2.2.1 美国硬木地板的发展
- 2.2.2 美国强化木地板发展形势
- 2.2.3 美国木地板行业状况及未来走势分析
- 2.2.4 北美洲强化木地板市场简况
- 2.3 其他地区木地板行业
- 2.3.1 日本实木地板减少
- 2.3.2 印度木地板行业发展简况
- 2.3.3 巴西木地板行业发展现状
- 2.3.4 南非复合地板发展形势看好

第三章 2012-2015年中国木地板行业概述

- 3.1 中国木地板行业总体分析
- 3.1.1 中国木地板行业发展历程

- 3.1.2 中国木地板行业发展概况
- 3.1.3 木地板行业向“中国创造”逐步靠近
- 3.1.4 中国木地板出口保持稳定增长态势
- 3.2 2011-2013年中国木地板行业发展概况
- 3.2.1 受惠政策东风木地板企业抢滩农村市场
- 3.2.2 2011年木地板行业发展盘点
- 3.2.3 2012年木地板行业发展分析
- 3.2.4 2013年木地板行业发展态势
- 3.3 2012-2015年中国木地板行业竞争分析
- 3.3.1 木地板行业品牌竞争环境分析
- 3.3.2 产品创新成地板业竞争关键
- 3.3.3 品牌木地板上演“服务战”
- 3.3.4 实木与强化地板竞争形势严峻
- 3.3.5 中国木地板行业需要向健康竞争发展
- 3.4 2012-2015年木地板行业发展存在的问题
- 3.4.1 木地板国际化三大难题
- 3.4.2 中国木地板在国际市场遭遇的挑战
- 3.4.3 木地板税收政策调整带来的挑战
- 3.5 2012-2015年木地板行业发展对策
- 3.5.1 国际资本进入中国地板行业对策分析
- 3.5.2 木地板企业的战略分析
- 3.5.3 中国木地板产业发展的建议
- 3.5.4 中国木地板行业发展壮大的战略对策
- 3.5.5 低碳时代中国木地板企业的突围策略
- 第四章 2012-2015年中国木地板市场分析
- 4.1 中国木地板市场发展概况
- 4.1.1 中国木地板的市场现状
- 4.1.2 木地板市场各品种发展态势
- 4.1.3 中国木地板市场发展的影响因素
- 4.1.4 仿真实木地板成木地板市场新星
- 4.2 2012-2015年中国木地板市场分析
- 4.2.1 2011年中国木地板市场运行状况

4.2.2 2012年中国木地板市场发展分析

4.2.3 2013年中国木地板市场发展分析

4.3 2012-2015年国内各地区木地板发展状况

4.3.1 广东木地板行业发展回顾

4.3.2 上海木地板行业发展概况

4.3.3 合肥木地板市场现状

4.3.4 兰州木地板市场分析

4.3.5 四川木地板市场行情分析

4.4 2012-2015年中国木地板市场存在的问题及对策

4.4.1 木地板使用寿命短亟需规范

4.4.2 国内木地板消费市场存在的突出问题

4.4.3 引导我国木地板市场健康发展的对策

第五章 2012-2015年实木地板发展分析

5.1 2012-2015年中国实木地板发展的宏观环境

5.1.1 政治环境

5.1.2 经济环境

5.1.3 文化和自然环境

5.1.4 技术环境

5.2 2012-2015年中国实木地板行业发展概况

5.2.1 中国实木地板发展的五个阶段

5.2.2 中国实木地板产业发展综述

5.2.3 实木地板行业标准进一步完善

5.2.4 中国实木地板行业步入诚信时代

5.2.5 实木地板产品SWOT分析

5.3 2011年-2013年全国及主要省份实木木地板产量分析

5.3.1 2011年1-12月全国及主要省份实木木地板产量分析

5.3.2 2012年1-12月全国及主要省份实木木地板产量分析

5.3.3 2013年1-6月全国及主要省份实木木地板产量分析

5.4 2012-2015年中国实木地板市场发展综述

5.4.1 中国实木地板市场分析（ZY XH）

5.4.2 实木地板市场发展形势

5.4.3 第3代实木地板成市场发展主流

5.4.4 实木地板市场现状分析

5.5 2012-2015年实木地板消费者调查状况分析

5.5.1 实木地板装修意向

5.5.2 实木地板装修特征

5.5.3 实木地板消费者维权渠道

5.6 2012-2015年实木地板企业竞争分析

5.6.1 实木地板行业竞争者分析

5.6.2 传统实木地板行业面临严峻挑战

5.6.3 实木地板企业竞争战略选择

5.6.4 中国中小型实木地板企业竞争策略

5.6.5 未来实木地板市场的竞争格局

5.7 2012-2015年浙江南浔实木地板的发展

5.7.1 南浔实木地板产业优势分析

5.7.2 南浔实木地板产业发展概况

5.7.3 近年南浔实木地板行业日益兴盛

5.7.4 南浔实木地板行业品牌化发展势头迅猛

5.7.5 南浔实木地板发展面临新要求

5.7.6 南浔实木地板产业发展策略

5.8 实木地板发展趋势分析

5.8.1 实木地板未来发展方向

5.8.2 实木地板未来发展新趋势

5.8.3 实木地板未来消费趋势

5.8.4 实木地板未来发展态势明朗

第六章 2012-2015年强化木地板发展分析

6.1 2012-2015年中国强化木地板行业概况

6.1.1 强化木地板行业发展综述

6.1.2 强化木地板产业七大特点

6.1.3 强化木地板发展优势

6.1.4 强化木地板新国标出台实施

6.1.5 中国强化木地板迈入高端时代

6.2 2012-2015年强化木地板市场概况

6.2.1 中国强化木地板市场分析

6.2.2 高清技术成为强化木地板新卖点

6.2.3 强化地板占据市场主导地位

6.2.4 强化地板市场销售情况简析

6.2.5 强化木地板市场发展特点

6.2.6 强化木地板市场发展现状分析

6.3 2012-2015年强化木地板产品SWOT分析

6.3.1 优势 (Strength)

6.3.2 劣势 (Weakness)

6.3.3 机会 (Opportunity)

6.3.4 威胁 (Threat)

6.4 2012-2015年超实木地板发展分析

6.4.1 超实木地板的定义及发展历程

6.4.2 超实木地板市场畅销四大原因

6.4.3 超实木地板快速发展的驱动因素

6.4.4 超实木地板备受市场青睐

6.5 2012-2015年江苏横林强化木地板的发展

6.5.1 横林强化地板产业集群的发展概况

6.5.2 横林地板实现“大生产”向“大流通”跨越

6.5.3 横林地板企业的破局之道

6.5.4 整合升级是横林地板未来发展方向

6.6 2012-2015年强化木地板行业的问题与对策

6.6.1 强化木地板市场六大不规范现象

6.6.2 强化木地板产品存在三大质量问题

6.6.3 三大重疾阻碍强化木地板健康发展

6.6.4 强化木地板行业应规范化

6.6.5 强化木地板企业四大发展策略

6.7 强化木地板行业发展趋势分析

6.7.1 强化木地板产品发展趋势

6.7.2 强化木地板市场发展趋势

6.7.3 强化木地板技术发展趋势

第七章 2012-2015年实木复合地板发展分析

7.1 2012-2015年中国实木复合地板行业综述

- 7.1.1 实木复合地板行业及产品特点
- 7.1.2 实木复合地板的主要消费优势
- 7.1.3 实木复合地板渐成我国木地板市场主流
- 7.2 2012-2015年三层实木复合地板发展分析
 - 7.2.1 我国三层实木复合地板行业的发展
 - 7.2.2 三层实木复合地板市场现状分析（ZY XH）
 - 7.2.3 三层实木复合地板成地板产业低碳发展的主力军
 - 7.2.4 三层实木复合地板发展面临的问题
 - 7.2.5 三层实木复合地板前景趋势分析
- 7.3 2012-2015年多层实木复合地板发展分析
 - 7.3.1 多层实木复合地板的崛起
 - 7.3.2 多层实木复合地板的三大优势
 - 7.3.3 多层实木复合地板市场增长情况
 - 7.3.4 多层实木复合地板的两大质量问题
 - 7.3.5 多层实木地板市场推广面临的问题
- 7.4 2011年-2013年全国及主要省份复合木地板产量分析
 - 7.4.1 2011年1-12月全国及主要省份复合木地板产量分析
 - 7.4.2 2012年1-12月全国及主要省份复合木地板产量分析
 - 7.4.3 2013年1-6月全国及主要省份复合木地板产量分析
- 7.5 实木复合地板市场存在的问题及趋势分析
 - 7.5.1 实木复合地板市场三大消费困惑
 - 7.5.2 实木复合地板市场面临的竞争错位问题
 - 7.5.3 未来10年我国实木复合地板市场前景看好
 - 7.5.4 实木复合地板未来发展十大趋势
- 7.6 2012-2015年实木复合地板SWOT分析
 - 7.6.1 优势（Strength）
 - 7.6.2 劣势（Weakness）
 - 7.6.3 机会（Opportunity）
 - 7.6.4 威胁（Threat）
- 7.7 2012-2015年实木复合地板SWOT策略解析
 - 7.7.1 SO（优势+机会）策略
 - 7.7.2 WO（弱势+机会）策略

7.7.3 ST（优势+威胁）策略

7.7.4 WT（弱势+威胁）策略

第八章 2012-2015年竹地板发展分析

8.1 2012-2015年中国竹地板行业概况

8.1.1 我国竹地板产业发展状况分析

8.1.2 内地竹地板市场消费情况

8.1.3 我国竹地板市场发展形势与机遇分析

8.1.4 竹地板市场发展前景广阔

8.2 2012-2015年主要地区竹地板行业发展状况

8.2.1 浙江安吉县竹地板产业发展概况

8.2.2 安吉竹地板企业发展新动态

8.2.3 义乌市场竹地板热销欧美国家

8.2.4 江西奉新县竹地板等产业发展状况分析

8.3 2012-2015年竹地板行业发展对策

8.3.1 竹地板企业突围策略探析

8.3.2 竹地板转攻国内市场发展对策分析

8.3.3 竹地板行业品牌打造策略

第九章 2012-2015年其它木地板行业发展分析

9.1 竹木复合地板

9.1.1 竹木复合地板概述

9.1.2 竹木复合地板市场前景广阔

9.1.3 三层竹木复合地板成未来发展趋势

9.1.4 铁路货车用竹木复合层积材地板的应用浅析

9.2 体育木地板

9.2.1 体育木地板的定义

9.2.2 体育木地板特性与技术指标

9.2.3 我国体育木地板发展状况

9.2.4 我国体育木地板市场标准缺失

9.3 漆面木地板

9.3.1 漆面木地板倍受市场青睐

9.3.2 漆面木地板七大质量问题

9.3.3 我国漆面木地板国家标准出台

第十章 2012-2015年中国木地板原料供需现状分析

10.1 中国木材产业发展概述

10.1.1 我国木材工业总体呈高速发展态势

10.1.2 中国木材综合利用率提高

10.1.3 2012年中国木材产业发展分析

10.1.4 2013年上半年中国木材行业发展简况

10.1.5 中国林木业发展的总体趋势

10.1.6 十二五期间我国商品木材供需展望

10.2 中国木材进口贸易概况

10.2.1 我国木材进口状况回顾

10.2.2 2011年我国木材进口状况分析

10.2.3 2012年我国木材进口状况概况

10.2.4 欧美进口木材受我国市场青睐

10.2.5 中俄木材贸易发展状况分析

10.2.6 中国与加拿大锯材贸易状况

10.3 中国竹产业分析

10.3.1 国内竹行业发展的主要优势

10.3.2 国内竹行业发展概况

10.3.3 国内竹业发展存在的主要问题

10.3.4 我国竹产业发展的策略分析

10.3.5 我国竹业产业化发展趋势

第十一章 2012-2015年木地板相关产业分析

11.1 中国房地产业发展状况

11.1.1 房地产行业运行特点分析

11.1.2 楼市调控政策波及木地板行业

11.1.3 房地产市场发展现况

11.1.4 近中期我国房地产需求形势看好

11.2 中国建材市场

11.2.1 2011年建材行业经济运行分析

11.2.2 2012年建材行业发展状况分析

11.2.3 2013年上半年建材行业运行简况

11.2.4 我国建材行业发展形势与趋势分析 (ZY XH)

11.2.5 绿色建材有望占据市场主流

11.3 中国建筑装饰材料行业

11.3.1 我国建筑装饰业的发展现状

11.3.2 建筑装饰行业特征分析

11.3.3 建筑装饰材料市场的发展形式

11.3.4 建材下乡对建筑装饰材料市场消费的推动

11.3.5 中国建筑装饰材料业的发展建议

11.3.6 建筑装饰材料市场未来走势

第十二章 2012-2015年木地板营销分析

12.1 中国木地板市场营销现状

12.1.1 地板行业营销的四大怪圈

12.1.2 国内木地板行业的两大营销困境

12.1.3 木地板营销亟需寻求突破

12.2 木地板营销市场细分

12.2.1 地理细分

12.2.2 人口细分

12.2.3 心理细分

12.2.4 行为细分

12.3 木地板卖场营销的三大意识

12.3.1 竞争意识

12.3.2 经营意识

12.3.3 学习意识

12.4 木地板营销渠道分析

12.4.1 中国木地板行业销售渠道现状

12.4.2 中国木地板行业渠道变革的必然性

12.4.3 中国木地板行业渠道变革的驱动因素

12.4.4 木地板行业营销渠道变革产生的深刻影响

12.4.5 木地板行业营销渠道变革的途径探究

12.5 木地板行业营销策略

12.5.1 木地板二三级城市营销策略

12.5.2 木地板企业的网络营销构建思路

- 12.5.3 木地板企业的终端营销策略探讨
- 12.5.4 打造实木地板企业营销联盟
- 12.5.5 强化木地板营销模式探讨
- 12.5.6 面对80后消费群体木地板企业的营销策略

第十三章 2012-2015年木地板重点企业

- 13.1 广东省宜华木业股份有限公司
 - 13.1.1 公司简介
 - 13.1.2 2011年1-12月宜华木业经营状况分析
 - 13.1.3 2012年1-12月宜华木业经营状况分析
 - 13.1.4 2013年1-6月宜华木业经营状况分析
 - 13.1.5 宜华木业的生产能力及市场销售网络
- 13.2 福建省永安林业（集团）股份有限公司
 - 13.2.1 公司简介
 - 13.2.2 2011年1-12月永安林业经营状况分析
 - 13.2.3 2012年1-12月永安林业经营状况分析
 - 13.2.4 2013年1-6月永安林业经营状况分析
 - 13.2.5 永安林业着力提升产品核心竞争力
 - 13.2.6 永安林业木地板品牌成长路线解析
- 13.3 四川升达林业产业股份有限公司
 - 13.3.1 公司简介
 - 13.3.2 2011年1-12月升达林业经营状况分析（ZY XH）
 - 13.3.3 2012年1-12月升达林业经营状况分析
 - 13.3.4 2013年1-6月升达林业经营状况分析
 - 13.3.5 升达地板的市场战略和企业理念
- 13.4 广东盈彬大自然木业有限公司
 - 13.4.1 公司简介
 - 13.4.2 大自然发力三层实木地板市场
 - 13.4.3 大自然第8代实木地板市场反响火热
 - 13.4.4 大自然率先发力农村地板市场
 - 13.4.5 大自然的品牌战略
- 13.5 圣象集团

13.5.1 公司简介

13.5.2 圣象集团抒写品牌传奇

13.5.3 圣象集团开创地板界跨产业联姻先河

13.5.4 圣象集团的综合发展战略解读

13.5.5 圣象集团积极打造绿色一体化产业链

13.6 德尔集团

13.6.1 公司简介

13.6.2 德尔地板无缝技术开启产业升级序幕

13.6.3 德尔地板战略扩张步伐全面提速

13.6.4 建材下乡背景下德尔蓄势待发谋划农村市场

13.7 浙江久盛地板有限公司

13.7.1 公司简介

13.7.2 久盛地板发展的主要优势

13.7.3 久盛引领国内实木地板创新风格

13.7.4 久盛地板构筑资源优势实现飞跃发展

13.7.5 久盛地板推出特制新品分食“建材下乡”蛋糕

13.8 安信伟光（上海）木材有限公司

13.8.1 公司简介

13.8.2 安信地板领先资源优势

13.8.3 安信地板大胆试水体验营销

13.8.4 安信强化地板备受青睐引领市场潮流

13.9 金鹰艾格（外商独资）地板公司

13.9.1 公司简介

13.9.2 金鹰艾格增资生产领域

13.9.3 金鹰艾格创新地板环保理念

13.9.4 金鹰艾格主推“设计派”抢滩中高端市场

13.9.5 金鹰艾格成功研发首款防水木地板

13.10 上市公司财务比较分析

13.10.1 盈利能力分析

13.10.2 成长能力分析

13.10.3 营运能力分析

13.10.4 偿债能力分析

第十四章 木地板行业前景趋势分析

14.1 木地板行业发展前景解析

14.1.1 支撑未来我国木地板快速发展的主要因素

14.1.2 木地板在二三级市场具广阔发展潜力

14.1.3 新型环保塑木地板未来发展前景广阔

14.1.4 2016-2022年中国木地板行业预测分析

14.2 木地板行业未来发展趋势

14.2.1 中国木地板产业发展九大趋势

14.2.2 未来中国木地板行业发展四大方向

14.2.3 低碳环保成木地板行业未来发展主题

图表目录：

图表 美国各种硬木地板所用树种出口可行性

图表 中国木地板进出口量情况

图表 中国木地板进出口数量与金额统计

图表 2011年1-12月全国实木木地板产量数据

图表 2011年1-12月浙江省实木木地板产量数据

图表 2011年1-12月广东省实木木地板产量数据

图表 2011年1-12月上海市实木木地板产量数据

图表 2011年1-12月吉林省实木木地板产量数据

图表 2011年1-12月辽宁省实木木地板产量数据

图表 2011年1-12月四川省实木木地板产量数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129538.html>