

2016-2022年中国实木地板 市场监测及及投资战略研究报告

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年中国实木地板市场监测及投资战略研究报告》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/201601/129537.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

实木地板是一种重要的地面铺装材料，20世纪80年代初，随着改革开放，人民生活程度提高了，房子装修成为了当时人们改善生活的重要内容，实木地板也在此时进入了老百姓的家庭。

近年来，我国经济持续稳定的增长，城乡建设进程的加快，全国房地产业的快速发展，人民生活水平的快速提高，家庭装饰装修的持续升温，国家产业政策的支持，为实木地板提供了良好的经济环境，创造了巨大的市场需求。

从整体行业来看，目前我国实木地板产销量已跃居到世界龙头老大的地位。实木地板在中国市场一直稳居高档家居消费品地位，占据着高端市场份额。一直以来，中国实木地板企业数目众多，但个体企业规模普遍不大，企业散而小的特点比较明显，随着市场两极分化的进一步深入，这种态势将逐步得到扭转。国内高端消费群体对地板价格变化不敏感，他们更加注重产品的档次、购物的环境和良好的服务，大企业、大品牌往往更能满足这部分客户的需要，因此部分全国性的强势品牌将占有越来越大的市场分额。

随着价格和市场环境的变化，中国实木地板市场消费群体也发生了重大变化。由于全球木材供应紧缺，实木地板价格持续上涨，实木地板的购买者极大部分为中、高收入的家庭。实木地板贵族化之势，已在逐步形成。

随着人们更趋向于追求环保、自然原生态的生活理念，实木地板也成为人们家装的首选，地板用材进入良性的周转，也为地板行业发展奠定了坚实的基础，实木地板也必将成为未来市场中的主流产品。

《2016-2022年中国实木地板市场监测及投资战略研究报告》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。

报告揭示了实木地板行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国实木地板做了重点企业经营状况分析，并分析了中国实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 实木地板相关概述

1.1 木地板相关介绍

1.1.1 木地板的分类

1.1.2 木地板的优点

1.1.3 各类木地板的特点

1.2 实木地板简介

1.2.1 实木地板的定义

1.2.2 实木地板的种类

1.2.3 实木地板的含水率

1.2.4 实木地板的主要树种

1.2.5 实木地板的性能要求

1.2.6 实木地板的优缺点

第二章 2012-2015年中国木地板行业发展分析

2.1 2012-2015年中国木地板行业解析

2.1.1 我国木地板行业发展回顾

2.1.2 我国木地板行业概况

2.1.3 我国已成为木地板生产大国

2.1.4 政策带动我国木地板行业多元化发展

2.1.5 “低碳”经济下我国的木地板行业

2.2 2012-2015年中国木地板市场的发展

2.2.1 我国木地板市场现状

2.2.2 我国木地板市场供求状况

2.2.3 受惠政策东风木地板企业抢滩农村市场

2.2.4 中国木地板市场发展简析

2.2.5 我国木地板行业技术水平及特点

2.3 2012-2015年中国木地板营销渠道变革分析

2.3.1 我国木地板营销渠道的发展状况

2.3.2 我国木地板营销渠道变革的背景

2.3.3 我国木地板营销渠道变革的动因

2.3.4 我国木地板营销渠道变革的影响

2.3.5 我国木地板营销渠道变革的对策

2.4 2012-2015年中国木地板对外贸易状况

2.4.1 我国木地板主要出口市场透析

2.4.2 促进国产木地板出口大幅增长的因素

2.4.3 我国木地板产品出口前景可观

2.5 2012-2015年中国木地板行业竞争剖析

2.5.1 我国木地板行业的竞争状况

2.5.2 中国木地板行业竞争激烈

2.5.3 木地板行业打响服务大战

2.5.4 木地板企业价格竞争策略

2.6 2012-2015年中国木地板行业发展的的问题

2.6.1 我国木地板行业标准滞后

2.6.2 资源短缺制约我国木地板行业发展

2.6.3 中国木地板行业国际化的挑战

2.6.4 我国木地板国际市场占有率下降

2.6.5 我国木地板企业发展瓶颈分析

2.7 2012-2015年中国木地板行业发展策略剖析

2.7.1 专利技术提升我国木地板业国际竞争力

2.7.2 我国木地板企业的创新之路

2.7.3 低碳经济下中国木地板行业的发展战略

2.7.4 中国木地板市场的突破口

第三章 2012-2015年实木地板行业分析

3.1 中国实木地板发展分析

3.1.1 中国实木地板发展经历六阶段

3.1.2 中国实木地板行业发展状况

3.1.3 中国实木地板行业发展的变化

3.1.4 中国实木地板市场特点

3.1.5 实木地板市场向一线品牌靠拢

3.1.6 中国实木地板稳霸高端市场

3.2 2011年-2013年全国及主要省份实木木地板产量分析

3.2.1 2011年1-12月全国及主要省份实木木地板产量分析

3.2.2 2012年1-12月全国及主要省份实木木地板产量分析（ZYXH）

3.2.3 2013年1-6月全国及主要省份实木木地板产量分析

3.3 2012-2015年实木地板市场价格分析

3.3.1 决定实木地板价格的因素

3.3.2 中国实木地板价格稳中有升

3.3.3 深度探析中国实木地板涨价的原因

3.4 2012-2015年中国实木地板市场营销联盟探析

3.4.1 中国实木地板市场营销联盟的背景介绍

3.4.2 国内二三线实木地板企业的营销困境

3.4.3 构建营销联盟利好中国实木地板企业发展

3.5 2012-2015年中国实木地板发展中存在的问题

3.5.1 我国实木地板市场资源紧缺

3.5.2 解析中国实木地板市场低迷的原因

3.5.3 中国高端实木地板市场发展艰难

3.5.4 中国实木地板市场标识混乱问题突出

3.5.5 实木地板在地面辐射供暖中的应用瓶颈

3.6 2012-2015年中国实木地板发展策略

3.6.1 实木地板要走与自然和谐发展之路

3.6.2 中国实木地板脱离窘境的措施

3.6.3 加速发展我国实木地板发展须遵循的要求

第四章 2012-2015年浙江南浔实木地板发展解析

4.1 2012-2015年浙江南浔实木地板的发展

4.1.1 南浔实木地板发展的历程与成就

4.1.2 南浔实木地板产业发展的优势

4.1.3 南浔实木地板产业集群透析

4.1.4 浙江南浔向实木地板“品牌之都”转型

4.2 2012-2015年浙江南浔实木地板发展问题及策略

4.2.1 南浔实木地板发展中存在的不足

4.2.2 南浔实木地板行业发展的不利因素

4.2.3 南浔实木地板稳霸市场的“法宝”

4.2.4 浙江南浔实木地板企业的转型策略分析

4.2.5 南浔实木地板产业可持续发展战略

4.2.6 政府扶持提速南浔木地板产业发展

4.3 浙江南浔实木地板行业发展展望

4.3.1 南浔木地板产业发展目标

4.3.2 南浔木地板产业发展的重点任务

4.3.3 南浔实木地板产业面临的新要求

第五章 2012-2015年实木地板上市公司及重点企业

5.1 广东省宜华木业股份有限公司

5.1.1 公司简介

5.1.2 2011年1-12月宜华木业经营状况分析

5.1.3 2012年1-12月宜华木业经营状况分析

5.1.4 2013年1-6月宜华木业经营状况分析

5.2 广东盈彬大自然木业有限公司

5.2.1 公司简介

5.2.2 盈彬大自然木业品牌战略探析

5.2.3 大自然地板市场营销策略透析

5.3 安信伟光（上海）木材有限公司

5.3.1 公司简介

5.3.2 安信依托全球资源优势引领中国实木地板业

5.3.3 安信地板以实际行动支持低碳环保

5.3.4 安信地板成功发展模式解析

5.4 浙江久盛地板有限公司

5.4.1 公司简介

5.4.2 久盛领跑中国实木地板市场

5.4.3 久盛致力打造中国最专业的大型实木地板制造企业

5.4.4 久盛原生态实木地板实现两大创新

5.5 浙江世友木业有限公司

5.5.1 公司简介

5.5.2 世友木业有限公司经营状况分析

5.5.3 “世友”以尖端技术引领实木地板新趋势

第六章 2012-2015年实木地板市场竞争及替代品发展状况分析

6.1 中国实木地板市场竞争分析与战略研究

6.1.1 中国实木地板市场竞争者分析

6.1.2 中国实木地板企业竞争战略选择

6.1.3 中国实木地板市场未来的竞争方向（ZY XH）

6.2 中国实木复合地板的发展

6.2.1 实木复合地板概述

6.2.2 实木复合地板的优缺点

6.2.3 制约中国实木复合地板发展的因素

6.2.4 中国实木复合地板行业SWOT分析

6.2.5 中国实木复合地板发展的SWOT战略研究

6.2.6 中国实木复合地板行业的发展趋势

6.3 中国强化木地板发展状况透析

6.3.1 强化木地板相关概述

6.3.2 中国强化木地板市场发展概况

6.3.3 强化木地板发展势头迅猛

6.3.4 中国强化木地板的竞争优势

6.3.5 中国强化木地板核心技术缺失

6.3.6 中国强化木地板走向高端市场

6.3.7 中国强化木地板行业未来发展趋势

6.4 竹地板

6.4.1 竹地板相关概述

6.4.2 竹地板产品发展的优势

6.4.3 国内竹地板市场局势剖析

6.4.4 政策助推我国竹地板市场良性发展

6.4.5 中国竹地板市场品牌营销策略

6.4.6 中国竹地板市场前景可观

第七章 2012-2015年中国实木地板行业投资分析

7.1 中国实木地板行业投资环境分析

7.1.1 政治环境

7.1.2 经济环境

7.1.3 文化和自然环境

7.1.4 技术环境

7.2 实木地板产品SWOT分析

7.2.1 优势（Strength）

7.2.2 劣势（Weakness）

7.2.3 机会（Opportunity）

7.2.4 威胁（Threat）

7.3 中国实木地板企业STP投资战略研究

7.3.1 实木地板企业目标市场的细分

7.3.2 实木地板企业目标市场的选择

7.3.3 实木地板企业市场定位策略

7.4 中小型实木地板企业投资战略

7.4.1 中小型实木地板企业发展环境

7.4.2 中小型实木地板企业两大战略的弊端

7.4.3 中小型实木地板企业面临的主要威胁

7.4.4 中小型实木地板企业实施差异化和集中化战略

第八章 中国实木地板行业发展前景趋势分析

8.1 中国木地板发展趋势预测

8.1.1 中国木地板市场发展潜力巨大

8.1.2 中国木地板的九大发展趋势

8.1.3 未来木地板行业的发展方向

8.1.4 “四化”引领中国未来木地板市场发展

8.2 实木地板发展趋势

8.2.1 新经济形势下中国实木地板行业发展趋势

8.2.2 实木地板将成为未来市场的主流产品

8.2.3 未来中国实木地板发展方向

8.2.4 中国实木地板行业的发展趋势

8.2.5 2016-2022年中国实木地板行业市场规模预测分析

图表目录：（部分）

图表 我国木地板总销量情况

图表 各类木地板销量占比

图表 我国木地板总产量

图表 国内主要木地板企业产能及主要产品情况

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

图表 2011年1-12月江苏省实木木地板产量数据

图表 2012年1-12月全国实木木地板产量数据

图表 2012年1-12月浙江省实木木地板产量数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129537.html>