

2020-2026年中国辐射松产 业发展现状与发展前景报告

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

《2020-2026年中国辐射松产业发展现状与发展前景报告》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/202006/170819.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

新西兰辐射松，又名新西兰松，原产于美国加州的一些海岛上。但它在原产地生长并不出色，干形差，生长速度慢，未受到人们的重视。19世纪新西兰辐射松进入新西兰，得益于该国独特的气候条件，辐射松顺利安家落户，并异乎寻常地生长良好。通过现代遗传育种和集约经营技术，当前新西兰辐射松人工林单位面积产量已比60年前提高了30%，辐射松产业已成为该国经济支柱产业之一，林业从业人员约占总人口的0.56%。除了新西兰，辐射松还在澳大利亚、南非、智利和西班牙得到较好发展。经过几十年不断努力，辐射松成为了新西兰当家用材树种，木材生产已达到永续发展阶段，用辐射松制造的各种林产品源源不断进入国际市场，使新西兰成为了当今世界上主要的木材生产国之一。根据最新资料统计，新西兰森林覆盖率达30%，森林面积810万公顷，其中人工林面积170万公顷。在人工林中，辐射松林面积156万公顷，约占92%。天然林主要用作景观美化，水源涵养和水土保持，木材生产基本上来自占整个森林面积不到20%的辐射松人工林，也就是说新西兰用不到6%的土地根本上解决了木材供应的问题，受到世人赞誉。林产品是新西兰重要的出口商品。

辐射松可以长到40米高左右，每年直径生长1.5-3厘米。棵树长成需要十几年的时间。在新西兰辐射松木材年均生长量可达到每公顷28立方米，轮伐期20年~25年。辐射松适应性强辐射松对土壤要求不严，在沙性土壤和黏性土壤上都可正常生长，但以沙壤土最为适宜。此外，辐射松还具有一定的抗旱能力，在平原、丘陵、山坡地上都可种植。因为辐射松具有适应性强的特点，所以在新西兰全国各地几乎都有栽培。目前国际上辐射松木材加工发达国家已实现辐射松木材加工生产经营集约化，营造林生产作业、经济林种植都由单工序机械化向多工序联合机械化发展；林区木材生产、木材加工、人造板生产、林产化工装备都已高度自动化；林副产品加工实现了工厂化、标准化、机械化生产；辐射松木材加工灾害防御技术已实现了遥感、卫星监测和计算机智能控制等高新技术现代化。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国辐射松产业发展现状与发展前景报告》共十三章。首先介绍了辐射松相关概念及发展环境，接着分析了中国辐射松规模及消费需求，然后对中国辐射松市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国辐射松面临的机遇及发展前景。您若想对中国辐射松有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 2019年辐射松行业发展综述

第一节 辐射松行业界定

一、行业经济特性

二、主要产品用途

三、产业链结构分析

第二节 辐射松行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2016-2019年中国辐射松企业PEST（环境）分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

第四节 技术环境分析

一、中国林业技术发展概况

二、中国林业特点或流程

三、中国林业行业技术发展趋势

第三章 辐射松行业生产技术分析

第一节 辐射松行业生产技术发展现状

一、新西兰辐射松栽培

二、辐射松生产技术与管理技术

三、辐射松木材加工技术

第二节 辐射松行业产品生产工艺特点或流程

第三节 辐射松行业生产技术发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第四章 2019年中国辐射松企业发展情况分析

第一节 中国辐射松企业发展分析

一、2019年辐射松企业运行情况及特点分析

二、2019年辐射松企业投资情况分析

三、中国辐射松企业产品结构分析

第二节 中国企业区域发展分析

一、企业重点区域分布特点及变化

二、华东地区市场分析

第五章 2019年中国辐射松市场供需调查分析

第一节 2019年中国辐射松市场供给分析

一、产品市场供给

二、价格供给

三、渠道供给

第二节 2019年中国辐射松市场需求分析

一、产品市场需求

二、价格需求

三、渠道需求

四、购买需求

第三节 2019年中国辐射松市场特征分析

一、2019年中国辐射松产品特征分析

二、2019年中国辐射松价格特征分析

三、2019年中国辐射松渠道特征

四、2019年中国辐射松购买特征

第三部分 竞争格局分析

第六章 2019年辐射松企业市场竞争格局分析

第一节 2019年中国辐射松企业集中度分析

第二节 2019年中国辐射松企业规模经济情况分析

第三节 2019年中国辐射松企业格局以及竞争态势分析

一、企业整体竞争格局及态势分析

二、区域市场竞争格局及态势分析

第四节 中国企业进入和退出壁垒分析

一、进入壁垒

二、退出壁垒

第七章 2019年辐射松企业主要竞争对手分析

第一节 江苏万林现代物流股份有限公司

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

四、企业经营策略和发展战略分析

第二节 上海胜握胜林业有限公司

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

第三节 厦门速传物流发展股份有限公司

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

第四节 上海森联木业发展有限公司

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

第五节 福建省漳州市对外贸易有限责任公司

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

四、企业发展战略

第六节 中国林产品经销公司

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

四、企业发展战略

第七节 山东立晨集团

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

四、企业发展战略

第八节 龙口市龙达木业有限公司

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

四、企业发展战略

第九节 山东隆盛进出口集团

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

四、企业发展战略

第十节 北新建材集团有限公司

一、企业简介

二、主导产品分析

三、经营状况分析

四、企业发展战略

第四部分 行投资价值分析

第八章 2016-2019年中国辐射松企业上下游产业链分析及其影响

第一节 2019年中国辐射松企业上游企业发展及影响分析

一、2019年中国辐射松企业上游企业运行现状分析

二、对本企业产生的影响分析

第二节 2019年中国辐射松企业下游企业发展及影响分析

一、2019年中国辐射松企业下游企业运行现状分析

二、对本企业产生的影响分析

第三节 其他相关企业发展及影响分析

第九章 2020-2026年中国辐射松企业发展趋势预测

第一节 2020-2026年政策变化趋势预测

第二节 2020-2026年供求趋势预测

一、产品供给预测

二、产品需求预测

第三节 2020-2026年进出口趋势预测

第四节 2020-2026年技术发展趋势

第五节 2020-2026年竞争趋势预测

第十章 2020-2026年辐射松企业投资潜力与价值分析

第一节 2020-2026年辐射松企业投资环境分析

第二节 2020-2026年辐射松企业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第三节 2020-2026年我国辐射松企业投资潜力分析

第四节 2020-2026年我国辐射松企业前景展望分析

第五节 2020-2026年我国辐射松企业盈利能力预测

第十一章 2020-2026年辐射松企业投资风险预警

第一节 政策风险及防范

第二节 技术风险及防范

第三节 供求风险及防范

第四节 宏观经济波动风险及防范

第五节 环境保护风险

第六节 企业风险及防范

第七节 其他风险及防范

第八节 出口风险分析

第九节 管理风险分析

第十二章 2020-2026年辐射松产业投资机会及投资策略分析

第一节 2020-2026年辐射松企业区域投资机会

第二节 2020-2026年辐射松企业主要产品投资机会

第三节 2020-2026年辐射松企业出口市场投资机会

第四节 2020-2026年中国辐射松企业投资策略分析

一、产品定位策略

二、促销策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

五、服务策略

第五节 辐射松行业品牌战略

一、企业品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业的品牌战略

四、品牌的竞争趋势

五、品牌战略管理的策略

第六节 辐射松融资渠道与策略

一、辐射松行业融资渠道分析

二、辐射松行业融资策略分析

第十三章 辐射松行业企业观点综述及建议（）

第一节 企业观点综述

第二节 投资建议

一、辐射松行业投资建议

二、辐射松企业经营管理建议

1、市场策略分析

2、林业渠道策略分析

三、销售策略分析

1、媒介选择策略分析

2、产品定位策略分析

3、企业宣传策略分析

四、提高林业企业竞争力的策略

- 1、提高中国林业企业核心竞争力的对策
- 2、林业企业提升竞争力的主要方向
- 3、影响林业企业核心竞争力的因素及提升途径
- 4、提高林业企业竞争力的策略

图表目录：

图表：产业链的形成

图表：木材精加工示意图

图表：木材产业链示意图

图表：2007-2019年我国GDP总值及其增长速度

图表：2013-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2016-2019年我国规模以上工业企业主营业务收入和利润总额增长情况

图表：2016-2019年我国规模以上工业企业各月累计利润率与每百元主营业务中的成本

图表：2016-2019年我国分经济类型主营收入与利润总额同比增速

图表：2016-2019年我国制造业PMI指数变动情况

图表：2016-2019年我国制造业PMI分类指数

图表：2016-2019年我国非制造业商务活动指数变动情况

图表：2016-2019年我国非制造业PMI分类指数

图表：2019年我国社会消费品零售总额主要数据

图表：2013-2019年我国民间固定资产投资增速

图表：2016-2019年我国固定资产投资（不含农户）增速

图表：2013-2019年我国固定资产投资（不含农户）到位资金增速

图表：2016-2019年我国房地产开发投资增速

图表：2016-2019年我国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2013-2019年我国商品房销售面积及销售额增速

图表：2013-2019年我国房地产开发企业本年到位资金增速

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170819.html>