

# 2018年中国木地板行业市场分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国木地板行业市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/328758328758.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### （一）影响行业发展的有利和不利因素

#### 1、有利因素

##### （1）国家政策支持

实木复合地板和强化复合地板符合国家的产业政策，国家政策有利于地板产业的快速发展。

#### 国家政策支持

资料来源：公开资料整理 第一，十三五规划将促进地板行业发展。中央关于十三五规划的建议指出，树立节约集约循环利用的资源观，推动资源利用方式根本转变，加强全过程节约管理，大幅提高资源利用综合效益。大力发展循环经济，实施循环发展引领计划，推进生产和生活系统循环链接，加快废弃物资源化利用。实木复合地板和强化复合地板符合国家节约资源和保护环境的基本国策，主要利用速生人工林的可再生林木资源，加工简易，能源消耗量低、温室气体排放少，属于循环经济范畴，符合可持续发展的要求。

第二，《林业产业振兴规划》和《林业产业政策要点》的相继发布，将促进地板业扩大内需、开辟市场。

第三，集体林权制度的改革和中央林业工作会议召开，将有利于地板行业的发展。集体林权制度改革，将依法明晰产权、放活经营、规范流转、减轻税费，进一步解放和发展林业生产力。而地板产业的发展提升了人工林的价格，农民通过经营林木获得实惠，将更加主动生产地板产业需要的木材原料，这将促进地板行业的健康持续发展。

##### （2）消费升级是木地板行业成长的驱动力

木地板国内销售与国民消费需求和消费能力息息相关，伴随着国民经济的持续增长，消费者提升生活品质的诉求、实际消费能力、消费理念不断提高，改善居室条件已日渐成为消费的一个热点，这将有利拉动木地板的市场需求。消费者对地板的需求不再局限于功能需求，木地板产品因具有健康环保、装饰美观、个性化需求等优势，未来我国木地板市场潜力巨大。

##### （3）房地产去库存和城镇化加速为木地板行业提供广阔的市场空间

2015年12月14日的政治局会议指出，要化解房地产库存，通过加快农民工市民化，推进以满足新市民为出发点的住房制度改革，扩大有效需求，稳定房地产市场。2015年12月20日至21日举行的中央城市工作会议指出，2016年经济社会发展五大任务之一就是化解房地产库存。未来受房地产去库存和城镇化的各项政策刺激，如保障性住房、二胎政策、财政补贴、税收减免、将农民纳入住房公积金体系、放松户籍、金融信贷政策支持等，房地产行业将出现新的发展机遇，房地产库存高企的局面得以改善。消费者对木地板的需求日渐强烈，二手房和二次装修也将带来木地板的需求增量，行业市场空间广阔。

## 2、不利因素

### (1) 林业资源稀缺，实木和实木复合地板原料价格呈现上涨趋势

地板产业面临着资源不足的挑战。中国是一个森林资源相对贫乏的国家，人均森林占有面积仅为1.9 亩，为世界人均占有量的五分之一；人均森林蓄积量也仅有9.048 立方米，仅为世界人均蓄积量的八分之一，如果木材综合利用率提高10%，就可弥补供需缺口的30%。从我国森林资源结构看，优质阔叶树种稀少，尤其适宜做实木复合地板表板的柞木、曲柳、枫木、桦木所占的比例更少。而依赖天然林木资源加工的产业会因资源的因素而使发展受到限制。资源价格整体上涨，优等木质原料价格总体呈现上涨趋势。由于资源价格的上升，挤压了实木复合地板和实木地板产品的利润空间，对地板生产企业产生一定影响。

### (2) 企业数量多，集中度低，行业无序竞争

国内目前的木地板企业众多，除少数规模企业的工艺技术标准、产品质量、管理水平可以与欧洲接轨外，其余的中小型企业技术装备水平、管理、资金等方面都存在严重不足，产品同质化严重，企业缺少真正的自主知识产权，缺少品牌效益。木地板行业存在较多的技术落后、环境污染严重、产品质量低劣、严重浪费原材料的企业，落后生产线淘汰速度慢，很大一部分企业在拥挤的低档产品上竞争。这些企业的无序竞争造成行业整体利益的损害，制约了整个行业的发展与提升。

## 3、进入行业的壁垒

### (1) 品牌和服务壁垒

木地板属于家居装饰消费品，消费者在购买的过程中注重质量、服务、诚信。

品牌最能诠释这三个方面内涵，因此在消费者选择购买的过程中占据了很大的因素。在地板行业同质化严重的时期，消费者更加注重品牌带给自己的内心感受，品牌企业在品牌塑造上做足了功夫，通过营销宣传与口碑效应产生的合力牢固占据市场，优秀的铺装质量及售后服务、更加人性化的品牌形象对行业的新进入者短时间内难以企及的资源。

### (2) 渠道壁垒

木地板销售的渠道主要是通过经销商。经销商及销售网点的战略布局，直接反映企业市场建设和产品推广的能力，决定企业产品的销售量。家装建材市场终端渠道的竞争十分激烈，地板门店是竞争的主阵地。行业协会数据显示，在国内一线城市，地板门店的销量占据整体销量的四分之一左右；在二线城市，门店销售量占据整体销量的比例约为二分之一；三线城市门店销售量占整体销量的比例更高，基本可以达到三分之二左右。尽管电子商务渠道O2O 模式成为近年来新发展起来的市场领域，但地板半成品的特质决定了企业只有在线下渠道已经铺设到一定程度的前提下，才能够顺利的开展网络营销，以保证安装和售后服务。因此覆盖全国的经销商和门店网络是进入行业的主要壁垒。

### (3) 稳定的质量保证体系和创新壁垒

木地板产品与人们的生活健康息息相关，产品质量必须持续、稳定地在规格、吸水性

能、加工精度、含水率、耐用性、环保等方面达到特定标准，才能持续享有市场份额。良好的品质是木地板企业在市场竞争中长盛不衰的根本保障。因此，稳定的质量保证体系是进入木地板行业的壁垒之一。作为大众消费品，木地板不仅体现在功能指标、健康指标等方面的竞争，还体现在舒适度、时尚等消费需求方面的竞争。

随着木地板行业的国际化，我国地板企业越来越重视知识产权保护。木地板企业只有不断进行技术创新，拥有自身的核心技术，推出适应市场需求、符合市场发展潮流的新产品，才能保证产品的竞争力。（GYWW）

我国高速增长的经济为木地板行业提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国木地板行业市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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木地板交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2015-2017年中国木地板行业发展概述

#### 第一节 木地板行业发展情况概述

- 一、木地板行业相关定义
- 二、木地板行业基本情况介绍
- 三、木地板行业发展特点分析
- 第二节 中国木地板行业上下游产业链分析
  - 一、产业链模型原理介绍
  - 二、木地板行业产业链条分析
  - 三、中国木地板行业产业链环节分析
    - 1、上游产业
    - 2、下游产业
- 第三节 中国木地板行业生命周期分析
  - 一、木地板行业生命周期理论概述
  - 二、木地板行业所属的生命周期分析
- 第四节 木地板行业经济指标分析
  - 一、木地板行业的赢利性分析
  - 二、木地板行业的经济周期分析
  - 三、木地板行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国木地板行业进入壁垒分析
  - 一、木地板行业资金壁垒分析
  - 二、木地板行业技术壁垒分析
  - 三、木地板行业人才壁垒分析
  - 四、木地板行业品牌壁垒分析
  - 五、木地板行业其他壁垒分析

## 第二章 2015-2017年全球木地板行业市场发展现状分析

- 第一节 全球木地板行业发展历程回顾
- 第二节 全球木地板行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲木地板行业地区市场分析
  - 一、亚洲木地板行业市场现状分析
  - 二、亚洲木地板行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲木地板行业市场前景分析
- 第四节 北美木地板行业地区市场分析
  - 一、北美木地板行业市场现状分析
  - 二、北美木地板行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美木地板行业市场前景分析
- 第五节 欧盟木地板行业地区市场分析

- 一、欧盟木地板行业市场现状分析
- 二、欧盟木地板行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟木地板行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界木地板行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球木地板行业市场规模预测

### 第三章 2015-2017年中国木地板产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品木地板总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国木地板行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国木地板产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、木地板环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

### 第四章 2015-2017年中国木地板行业运行情况

#### 第一节 中国木地板行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国木地板行业市场规模分析

#### 第三节 中国木地板行业供应情况分析

#### 第四节 中国木地板行业需求情况分析

#### 第五节 中国木地板行业供需平衡分析

#### 第六节 中国木地板行业发展趋势分析

## 第五章 中国木地板所属行业运行数据监测

### 第一节 中国木地板所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国木地板所属行业产销与费用分析

#### 一、产成品分析

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 六、销售成本分析

#### 七、销售费用分析

#### 八、管理费用分析

#### 九、财务费用分析

#### 十、其他运营数据分析

### 第三节 中国木地板所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2015-2017年中国木地板市场格局分析

### 第一节 中国木地板行业竞争现状分析

#### 一、中国木地板行业竞争情况分析

#### 二、中国木地板行业主要品牌分析

### 第二节 中国木地板行业集中度分析

#### 一、中国木地板行业市场集中度分析

#### 二、中国木地板行业企业集中度分析

### 第三节 中国木地板行业存在的问题

### 第四节 中国木地板行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国木地板行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

### 第七章 2015-2017年中国木地板行业需求特点与价格走势分析

#### 第一节 中国木地板行业消费特点

#### 第二节 中国木地板行业消费偏好分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第二节 木地板行业成本分析

#### 第三节 木地板行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第四节 中国木地板行业价格现状分析

#### 第五节 中国木地板行业平均价格走势预测

##### 一、中国木地板行业价格影响因素

##### 二、中国木地板行业平均价格走势预测

##### 三、中国木地板行业平均价格增速预测

### 第八章 2015-2017年中国木地板行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国木地板行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地木地板市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区木地板市场规模分析

##### 四、华东地区木地板市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

##### 三、华中地区木地板市场规模分析

##### 四、华中地区木地板市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区木地板市场规模分析
- 四、华南地区木地板市场规模预测

## 第九章 2015-2017年中国木地板行业竞争情况

### 第一节 中国木地板行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国木地板行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国木地板行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 木地板行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

## 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第三节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第四节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第五节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国木地板行业发展前景分析与预测

第一节 中国木地板行业未来发展前景分析

一、木地板行业国内投资环境分析

二、中国木地板行业市场机会分析

三、中国木地板行业投资增速预测

第二节 中国木地板行业未来发展趋势预测

第三节 中国木地板行业市场发展预测

一、中国木地板行业市场规模预测

二、中国木地板行业市场规模增速预测

三、中国木地板行业产值规模预测

四、中国木地板行业产值增速预测

五、中国木地板行业供需情况预测

第四节 中国木地板行业盈利走势预测

一、中国木地板行业毛利润同比增速预测

二、中国木地板行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国木地板行业投资风险与营销分析

第一节 木地板行业投资风险分析

一、木地板行业政策风险分析

二、木地板行业技术风险分析

三、木地板行业竞争风险分析

四、木地板行业其他风险分析

第二节 木地板行业企业经营发展分析及建议

一、木地板行业经营模式

二、木地板行业销售模式

三、木地板行业创新方向

第三节 木地板行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国木地板行业发展策略及投资建议

第一节 中国木地板行业品牌战略分析

一、木地板企业品牌的重要性

二、木地板企业实施品牌战略的意义

三、木地板企业品牌的现状分析

四、木地板企业的品牌战略

五、木地板品牌战略管理的策略

第二节 中国木地板行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国木地板行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国木地板行业发展策略及投资建议

第一节 中国木地板行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择
- 第二节 中国木地板行业定价策略分析
- 第二节中国木地板行业营销渠道策略
  - 一、木地板行业渠道选择策略
  - 二、木地板行业营销策略
- 第三节中国木地板行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
  - 一、中国木地板行业重点投资区域分析
  - 二、中国木地板行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/328758328758.html>