

中国木地板市场分析与市场投资价值报告（2012-2016）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国木地板市场分析与市场投资价值报告（2012-2016）》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/fangwuzhuangshi/132812132812.html>

报告价格：电子版: 7000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

目前，木地板行业内的渠道，主要可分为三种，第一是区域总经销制，通过总经销对分销商和终端进行掌控；第二种是分公司制，公司直接经营或与经销商联营，协助二级分销商进行终端管理和终端销售的管理与实施；第三种是全面扁平化，直接扁平到地级市，甚至县级，公司直接对经销商的经营、管理进行帮扶。这三种形式的演变，正是渠道斗争的延续。

中国报告网发布的《中国木地板市场分析与市场投资价值报告（2012-2016）》共十四章。首先介绍了木地板相关概述、中国木地板市场运行环境等，接着分析了中国木地板市场发展的现状，然后介绍了中国木地板重点区域市场运行形势。随后，报告对中国木地板重点企业经营状况分析，最后分析了中国木地板行业发展趋势与投资预测。您若想对木地板产业有个系统的了解或者想投资木地板行业，本报告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。

第一章 木地板行业分类及特性

第一节 木地板的分类

一、按地板结构分类

（一）实木地板

（二）实木复合地板

（三）强化木地板

（四）竹地板

（五）软木地板

二、按地板功能分类

第二节 木地板特性分析

一、木地板特性简介

二、实木地板特性

三、实木复合地板特点

四、软木地板的特性

第三节 强化木地板的种类和特点分析

第四节 竹地板的种类和特点分析

第二章 中国木地板行业营运环境分析

第一节 国内木地板经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国木地板经济发展预测分析
- 第二节 中国木地板行业政策环境分析
- 第三章 中国木地板行业发展市场分析
- 第一节 我国木地板行业发展历程
- 第二节 木地板行业在我国国民经济中的重要性
- 第三节 2011-2012年中国木地板行业发展现状分析
 - 一、服务已经成为地板行业新的影响因素
 - 二、影响地板行业高速发展的因素
 - 三、地板行业品牌突破正在进行时
 - 四、地板行业呼吁新商业模式出现
 - 五、中国木地板行业发展状况
 - 六、我国木地板行业地板分布现状
 - 七、外资入侵木地板行业市场环境面临挑战
- 第四节 2011-2012年中国低碳经济与木地板行业发展分析
 - 一、低碳经济概念
 - 二、低碳经济为地板行业带来的效益
 - 三、低碳浪潮中木地板品牌的创新之路
 - 四、低碳大潮中木地板企业的发展之道
- 第五节 2011-2012年中国地板行业出口面临形势分析
 - 一、人民币升值给地板出口带来的压力
 - 二、从地板双反看中国木地板出口危与机
- 第六节 2011-2012年中国木地板企业发展瓶颈分析
 - 一、研发力量薄弱
 - 二、品牌观念不强
 - 三、创新范围狭隘
 - 四、合纵连横意识薄弱
- 第七节 2011-2012年中国木地板创新力分析
 - 一、品牌规划与宣传创新力
 - 二、产品延续与新品推广创新力
 - 三、管理体系与人才引进创新力
- 第八节 2011-2012年中国木地板品牌分析
 - 一、品牌建设的必要性和可行性
 - 二、正确认识地板品牌
 - 三、强势地板企业的品牌延伸之路

四、如何建设地板品牌

第四章 2009-2011年中国建筑用木料行业运行数据分析

第一节 2009-2011年中国建筑用木料行业总体数据分析

一、2009年中国建筑用木料行业全部企业数据分析

二、2010年中国建筑用木料行业全部企业数据分析

三、2011年中国建筑用木料行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国建筑用木料行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国建筑用木料行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国建筑用木料行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国建筑用木料行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国建筑用木料行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国建筑用木料行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国建筑用木料行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国建筑用木料行业不同所有制企业数据分析

第五章 中国实木地板市场营运格局分析

第一节 2011-2012年我国实木地板发展现状分析

一、中国实木地板生产情况分析

二、实木地板渐失主角地位

三、实木地板消费三大趋势

四、三层实木地板将占领未来各级市场

第二节 2011-2012年我国实木地板消费中的误导分析

一、地板追求长而宽

二、卖方与铺设两者分家

三、追求素板不愿购漆板

四、过分追求色差、纹理一致

五、铺设时加细木工板

六、过分追求名贵材种

七、只重购买，不重铺设

第三节 2011-2012年我国多层实木地板发展分析

一、多层实木地板现状及存在的问题

二、多层实木地板为未来主要价值点

第四节 2011-2012年发展我国实木地板需遵循的要求分析

一、提高木材利用率，确保生态资源平衡

二、加强平衡含水率的研究和应用

三、提高油漆质量，加大漆饰的科技投入

四、创新铺装材料和注重铺装方法的科学化

第五节 2011-2012年中国实木地板企业做大做强的对策分析

第六章 中国强化木地板市场发展形势分析

第一节 强化木地板简介

第二节 我国强化木地板的发展阶段

一、起步阶段

二、高速发展阶段

三、市场成熟阶段

第三节 强化地板发展速度放缓

一、强化地板发展速度放缓

二、消费者口味向实木地板转移

第四节 强化复合木地板提升技术附和低碳大势

第五节 强化地板重塑市场核心竞争力

第六节 强化木地板树立品牌企业的发展策略

一、环保策略

二、规模策略

三、质量策略

四、服务策略

第七章 中国实木复合地板市场营运局势分析

第一节 实木复合地板概述

第二节 2011-2012年我国复合木地板发展现况分析

一、复合木地板生产规模分析

二、实木复合地板二三线城市需求火爆

三、多层实木复合地板渐成大趋势

第三节 2011-2012年中国三层实木复合地板市场分析

一、三层实木复合地板产品特点

二、三层实木复合地板与强化地板争市场

三、三层实木复合地板前景分析

第四节 2011-2012年中国多层实木复合地板市场分析

一、多层实木复合地板的消费优势

二、多层实木复合地板市场潜力大

三、多层实木复合地板的发展趋势

第五节 2012-2016年我国实木复合地板发展趋向分析

一、产品向多样化和个性化发展

二、表板向多树种发展

- 三、表板厚度逐渐降低
- 四、表板拼板方式变化
- 五、三拼板向独面板发展
- 六、表板从涂漆向涂油发展
- 七、芯板采用多样化
- 八、表板风格从恬静型向生命型发展
- 九、产品从普通直榫型向锁扣免胶型发展
- 十、低温固化型和非醛类胶粘剂逐步应用

第八章 中国竹地板市场发展格局分析

第一节 竹地板强势引导中国突破竹产品消费能力

- 一、中国竹产业发展现状
- 二、发展壮大竹产业需要引导消费
- 三、科技展结合丰富的文化内涵发展竹产业

第二节 2011-2012年中国竹地板市场发展情况分析

- 一、竹木地板的优势
- 二、竹地板企业曲线突围国内地板市场
- 三、中国成世界最大竹材人造板生产国
- 四、竹地板产业需要发出自己的声音
- 五、塑造竹地板市场强势品牌的策略

第三节 2011-2012年中国竹木复合地板市场格局分析

- 一、竹木复合地板产销形势分析
- 二、竹木复合地板的发展趋势

第四节 竹地板优势尽显市场前景可观

第九章 中国木地板消费者及消费市场调研分析

第一节 消费者行为分析

第二节 木地板消费者调查

- 一、消费者仍最青睐实木地板
- 二、消费者选购地板的渠道
- 三、消费者选购地板价格区间
- 四、消费者选购地板材质时最看重因素

第三节 消费者口碑打造地板品牌忠诚度

第四节 彩绘地板打造消费者的优雅世界

- 一、可爱童趣彩绘地板
- 二、高雅华丽彩绘地板
- 三、复古艺术彩绘地板

第五节 地板行业新消费模式分析

第六节 地板消费需注重产品细节与服务

第十章 中国木地板市场营销分析

第一节 木地板营销中的顾客心理分析

第二节 木地板营销渠道动因及其影响分析

一、渠道变革的背景

二、渠道变革的动因

三、渠道变革的影响

四、渠道变革的对策

第三节 木地板营销市场细分分析

一、地理细分

二、人口细分

三、心理细分

四、行为细分

第四节 地板企业全面制胜的营销攻略

第五节 80后的个性化体验营销分析

一、80后地板消费特征分析

二、地板品牌的80后营销设想

三、地板企业针对80后的营销建议

第六节 地板行业的七种网络营销战略

第七节 地板企业如何玩转微博营销

第十一章 中国木地板市场竞争格局分析

第一节 中国木地板行业波特竞争模型分析

一、行业新进入者的威胁

二、供应商的议价能力

三、购买者的议价能力

四、替代品的威胁

五、行业内现有竞争者之间的竞争

第二节 2011-2012年我国木地板行业竞争现状分析

一、地板行业竞争进入攻坚阶段

二、地板行业竞争开始由产品竞争转向服务

三、白热化竞争遏制地板涨价潮

四、差异化服务将成地板品牌核心竞争力

第三节 2011-2012年中国木地板业的多元化竞争格局分析

一、遭遇“井喷期”行业无战事

二、异业找空间横向寻突破

三、全面大整合多元谋发展

第四节 2011-2012年中国地板经销商如何提升自我竞争力分析

第十二章 中国木地板重点企业调研分析

第一节 浙江世友木业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 浙江久盛地板有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 浙江永吉木业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 安信伟光（上海）木材有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 黑龙江省穆棱富邦集团有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 浙江绿家木业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 浙江富得利木业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 绍兴市彬彬木业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 福建福人木业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十三章 2012-2016年中国木地板行业发展趋势分析

第一节 2012-2016年我国木地板整体发展趋势前瞻

第二节 2012-2016年我国木地板市场发展趋向分析

一、80后消费群体是主导

二、品牌积淀持久之道

三、全面铺展地级城市

四、团购取信消费者

五、网络营销潜力无穷

六、整个营销渠道开始多元化

第三节 未来十年木地板的发展趋势

第四节 2012-2016年中国木地板环保趋势分析

一、环保成全球地板业新方向

二、环保地板是一种永远不变的潮流

三、环保无污染地板材料将主导市场

第五节 2012-2016年中国多层实木地板的发展趋势分析

一、结构发展趋势

二、功能发展趋势

三、外观发展趋势

四、市场份额变化趋势

五、性能发展趋势

第六节 木塑地板将引领地板行业新潮流

第七节 地板采暖成未来地板市场生力军

第八节 地板装修流行趋势

一、回归自然、尊重自我

二、品位生活、地板文化

三、自然环保、人性本源

第十四章 2012-2016年中国木地板行业发展策略分析

第一节 电子商务时代的到来地板企业发展策略

第二节 地板行业如何以技术创新节约资源

第三节 中国地板企业面对转变、跨越的策略

一、加快产业结构整合竞争

二、营销理念调整

第四节 中国地板企业实现再次腾飞的策略

一、迅速占领市场加快产业结构整合竞争

二、调整营销战略部署

第五节 地板企业如何面对严峻的外部形势

一、加强品牌宣传

二、加强品牌招商

三、加强活动促销

四、加强售后管理

图表目录（部分）：

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：浙江世友木业有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江世友木业有限公司经营收入走势图

图表：浙江世友木业有限公司盈利指标走势图

图表：浙江世友木业有限公司负债情况图

图表：浙江世友木业有限公司负债指标走势图

图表：浙江世友木业有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江世友木业有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江久盛地板有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江久盛地板有限公司经营收入走势图

图表：浙江久盛地板有限公司盈利指标走势图

图表：浙江久盛地板有限公司负债情况图

图表：浙江久盛地板有限公司负债指标走势图

图表：浙江久盛地板有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江久盛地板有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江永吉木业有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江永吉木业有限公司经营收入走势图

图表：浙江永吉木业有限公司盈利指标走势图

图表：浙江永吉木业有限公司负债情况图

图表：浙江永吉木业有限公司负债指标走势图

图表：浙江永吉木业有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江永吉木业有限公司成长能力指标走势图

图表：安信伟光（上海）木材有限公司主要经济指标走势图

图表：安信伟光（上海）木材有限公司经营收入走势图

图表：安信伟光（上海）木材有限公司盈利指标走势图

图表：安信伟光（上海）木材有限公司负债情况图

图表：安信伟光（上海）木材有限公司负债指标走势图

图表：安信伟光（上海）木材有限公司运营能力指标走势图

图表：安信伟光（上海）木材有限公司成长能力指标走势图

图表：黑龙江省穆棱富邦集团有限责任公司主要经济指标走势图

图表：黑龙江省穆棱富邦集团有限责任公司经营收入走势图

图表：黑龙江省穆棱富邦集团有限责任公司盈利指标走势图

图表：黑龙江省穆棱富邦集团有限责任公司负债情况图

图表：黑龙江省穆棱富邦集团有限责任公司负债指标走势图

图表：黑龙江省穆棱富邦集团有限责任公司运营能力指标走势图

图表：黑龙江省穆棱富邦集团有限责任公司成长能力指标走势图

图表：浙江绿家木业有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江绿家木业有限公司经营收入走势图

图表：浙江绿家木业有限公司盈利指标走势图

图表：浙江绿家木业有限公司负债情况图

图表：浙江绿家木业有限公司负债指标走势图

图表：浙江绿家木业有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江绿家木业有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江富得利木业有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江富得利木业有限公司经营收入走势图

图表：浙江富得利木业有限公司盈利指标走势图

图表：浙江富得利木业有限公司负债情况图

图表：浙江富得利木业有限公司负债指标走势图

图表：浙江富得利木业有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江富得利木业有限公司成长能力指标走势图

图表：绍兴市彬彬木业有限公司主要经济指标走势图

图表：绍兴市彬彬木业有限公司经营收入走势图

图表：绍兴市彬彬木业有限公司盈利指标走势图

图表：绍兴市彬彬木业有限公司负债情况图

图表：绍兴市彬彬木业有限公司负债指标走势图

图表：绍兴市彬彬木业有限公司运营能力指标走势图

图表：绍兴市彬彬木业有限公司成长能力指标走势图

图表：福建福人木业有限公司主要经济指标走势图

图表：福建福人木业有限公司经营收入走势图

图表：福建福人木业有限公司盈利指标走势图

图表：福建福人木业有限公司负债情况图

图表：福建福人木业有限公司负债指标走势图

图表：福建福人木业有限公司运营能力指标走势图

图表：福建福人木业有限公司成长能力指标走势图

图表：略.....

《中国木地板市场分析与市场投资价值报告（2012-2016）》系统全面的调研了木地板的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/132812132812.html>