

2018-2023年中国木地板行业市场发展现状调查及 投资前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国木地板行业市场发展现状调查及投资前景趋势研究报告》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/304472304472.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

木地板产品按结构和材料主要分为实木地板、实木复合地板、强化复合地板、竹地板和软木地板五类，其中前四类为主流消费地板。从综合观感、舒适度、物理性能、安装便利性、保养、使用寿命、价格、资源利用率等八方面指标进行对比，主要地板的特点如下：

几种主要地板的性能指标比较

资料来源：公开资料整理

中国木地板行业经过多年的发展，已经形成了具有一定规模的产业体系。木地板行业主要分为实木地板、强化复合地板、实木复合地板、竹地板及软木地板五大类产品，并形成了从生产、销售、铺设到售后服务配套的完整产业体系。中国木地板企业达2,300多家，主要分布在华东、华南、东北等地，分别形成了以浙江南浔为首的实木生产之都、江苏横林为首的强化复合地板生产之都、浙江安吉竹地板生产之都及东北三层实木复合地板生产基地等集中区域。在中国木地板消费结构中，强化复合地板因具有耐磨、耐划、耐污染腐蚀、耐冲击、防潮、易清理等性能，利于营造安全、卫生、舒适的生活环境，能够满足广大消费者的家居生活需求，从而占据市场绝对优势。强化复合地板占总销量的比重最大，一直处于50%以上；其次为实木复合地板，其占比超过30%；从整体销量来看，强化复合地板和实木复合地板销量占木地板销量的80%左右，实木地板由于木材资源的紧缺和国家对森林资源的保护政策等原因，近两年来销量减少；竹地板在整个地板中的占比一直处于较低的水平。

虽然近几年受到房地产投资减速等不利因素影响，我国木地板总产量整体仍然保持稳定，其中实木复合地板和竹地板产量还有所增长。未来，在消费结构调整下，木地板仍将继续保持稳定增长。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国木地板行业市场发展现状调查及投资前景趋势研究报告》主要研究木地板行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说

明书等等。

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 2015-2017年国际木地板行业发展状况分析

2.1 2015-2017年全球木地板市场发展综述

2.1.1 全球市场规模分析

2.1.2 全球市场需求格局

2.1.3 欧盟进口市场分析

2.1.4 美国市场需求前景

2.1.5 全球未来发展趋势

2.2 2015-2017年全球木地板市场发展动态

2.2.1 2015年市场动态

2.2.2 2016年市场动态

2.2.3 2017年市场动态

第三章 2015-2017年中国木地板行业发展综述

3.1 中国木地板行业总体分析

3.1.1 行业产业链

3.1.2 行业发展概况

3.1.3 行业发展特点

3.1.4 行业发展形势

3.2 2015-2017年中国木地板市场发展状况

3.2.1 行业产量规模

3.2.2 行业销量规模

3.2.3 行业转型升级

3.3 中国木地板市场竞争状况分析

3.3.1 市场竞争格局

3.3.2 产品集中度分析

3.3.3 产品创新竞争

3.3.4 品牌竞争激烈

3.4 中国木地板行业技术专利申请状况

3.4.1 行业技术水平

3.4.2 专利权人类别

3.4.3 专利所属地分布

3.5 中国木地板行业发展存在的问题

3.5.1 行业发展瓶颈

3.5.2 市场需求萎缩

3.5.3 企业经营问题

3.5.4 企业面临困境

3.6 中国木地板行业发展对策

3.6.1 资本进入对策

3.6.2 企业战略分析

3.6.3 产业发展建议

第四章 2015-2017年中国实木地板市场发展状况

4.1 中国实木地板发展的宏观环境

4.1.1 政治环境

4.1.2 经济环境

4.1.3 文化和自然环境

4.1.4 技术环境

4.2 中国实木地板行业发展概况

4.2.1 行业发展阶段

4.2.2 主要产区分布

4.2.3 国家标准发布

4.2.4 行业诚信建设

4.2.5 产品SWOT分析

4.3 2013-2015年全国实木木地板产量分析

4.3.1 2013-2015年全国实木木地板产量趋势

4.3.2 2014年全国实木木地板产量情况

4.3.3 2015年全国实木木地板产量情况

4.3.4 2015年实木木地板产量分布情况

4.4 中国实木地板市场发展综述

4.4.1 市场品牌排名

4.4.2 行业销售规模

4.4.3 市场价格水平

4.4.4 市场主流产品

4.5 实木地板市场消费意向调查分析

4.5.1 选购价位分析

4.5.2 消费群体结构

4.5.3 树种材质考虑

4.5.4 产品类型选择

4.6 实木地板企业竞争分析

4.6.1 行业竞争局面及起因

4.6.2 市场竞争状况分析

4.6.3 市场竞争乱象分析

4.6.4 企业竞争战略选择

4.6.5 中小型企业竞争策略

4.7 浙江南浔实木地板发展分析

4.7.1 产业发展状况

4.7.2 行业模式的形成

4.7.3 参与行业标准制定

4.7.4 产业优势分析

4.7.5 产业发展回顾

4.7.6 南浔实木地板成为国家知名品牌

4.7.7 布局电商市场

4.7.8 行业面临新要求

4.7.9 产业发展策略

4.7.10 未来发展方向

4.8 实木地板发展趋势分析

4.8.1 未来发展方向

4.8.2 未来发展新趋势

4.8.3 未来消费趋势

4.8.4 未来发展态势

第五章 2015-2017年中国强化木地板市场发展分析

5.1 中国强化木地板行业概况

5.1.1 主要产品分类

5.1.2 产业特点分析

5.1.3 行业发展优势

5.1.4 主要产区分布

5.1.5 国标出台实施

5.2 强化木地板市场发展分析

5.2.1 市场发展回顾

5.2.2 产业发展状况

5.2.3 产销量规模分析

5.2.4 市场价格分析

5.2.5 市场重点品牌

5.2.6 市场消费趋向

5.2.7 高清技术发展

5.3 强化木地板产业SWOT分析

5.3.1 优势（Strength）

5.3.2 劣势（Weakness）

5.3.3 机会（Opportunity）

5.3.4 威胁（Threat）

5.4 江苏横林强化木地板的发展

5.4.1 产业集群规模分析

5.4.2 进出口规模分析

5.4.3 当地协会助力发展

5.4.4 产业发展历程

5.4.5 企业破局之道

5.4.6 整合升级方向

5.5 强化木地板行业的问题与对策

5.5.1 质量存在问题

5.5.2 产业面临问题

5.5.3 市场不规范现象

5.5.4 行业规范化问题

5.5.5 产业发展对策

5.5.6 企业发展策略

5.6 强化木地板行业发展趋势分析

5.6.1 产品发展趋势

5.6.2 市场发展趋势

5.6.3 技术发展趋势

第六章 2015-2017年实木复合地板行业发展全面解析

6.1 中国实木复合地板行业发展综述

6.1.1 行业及产品特点

6.1.2 主要消费优势

6.1.3 未来发展趋势

6.2 2015-2017年三层实木复合地板市场发展分析

6.2.1 市场发展特征

6.2.2 市场现状分析

6.2.3 发展面临的问题

6.2.4 消费趋势分析

6.2.5 发展前景展望

6.3 2015-2017年多层实木复合地板市场发展分析

6.3.1 市场发展特征

6.3.2 优缺点分析

6.3.3 产品问题分析

6.3.4 市场推广问题

6.3.5 产品质量控制措施

6.4 2013-2015年全国复合木地板产量分析

6.4.1 2013-2015年全国复合木地板产量趋势

6.4.2 2014年全国复合木地板产量情况

6.4.3 2015年全国复合木地板产量情况

6.4.4 2015年复合木地板产量分布情况

6.5 实木复合地板SWOT分析

6.5.1 优势（Strength）

6.5.2 劣势（Weakness）

6.5.3 机会（Opportunity）

6.5.4 威胁（Threat）

6.6 实木复合地板SWOT策略解析

6.6.1 SO（优势+机会）策略

6.6.2 WO（弱势+机会）策略

6.6.3 ST（优势+威胁）策略

6.6.4 WT（弱势+威胁）策略

6.7 实木复合地板市场存在的问题分析

6.7.1 市场消费困惑

6.7.2 市场竞争错位问题

第七章 2015-2017年竹地板行业发展全面解析

7.1 2015-2017年中国竹地板行业发展综述

7.1.1 市场发展状况

7.1.2 市场产量分析

7.1.3 产业区域分布

7.1.4 产业结构分析

7.1.5 产品结构分析

7.1.6 企业规模分析

7.1.7 市场发展前景

7.2 2015-2017年主要地区竹地板行业发展状况

7.2.1 浙江安吉县

7.2.2 江西会昌县

7.2.3 江西奉新县

7.3 中国竹地板专利技术发展分析

7.3.1 发展进程分析

7.3.2 专利申请类型

7.3.3 申请地域分布

7.3.4 主要申请人分析

7.3.5 技术热点分析

7.4 竹地板行业存在的问题及发展对策分析

7.4.1 产业存在的问题

7.4.2 企业突围策略

7.4.3 国内市场发展对策

7.4.4 品牌打造策略

第八章 2015-2017年其它木地板行业发展分析

8.1 竹木复合地板

8.1.1 产品概述

8.1.2 市场前景展望

8.1.3 产品应用浅析

8.1.4 未来发展趋势

8.2 体育木地板

8.2.1 产品定义

8.2.2 产品特性与技术指标

8.2.3 市场发展状况

8.2.4 市场前景展望

8.3 漆面木地板

8.3.1 市场发展概况

8.3.2 产品质量问题

8.3.3 国家标准出台

第九章 2015-2017年中国木地板行业进出口数据分析

9.1 中国其他马赛克地板用已装拼的木地板进出口数据分析

9.1.1 中国其他马赛克地板用已装拼的木地板进出口总量数据分析

9.1.2 2015-2017年主要贸易国其他马赛克地板用已装拼的木地板进出口情况分析

9.1.3 2015-2017年主要省市其他马赛克地板用已装拼的木地板进出口情况分析

9.2 中国其他多层已装拼的木地板进出口数据分析

9.2.1 中国其他多层已装拼的木地板进出口总量数据分析

9.2.2 2015-2017年主要贸易国其他多层已装拼的木地板进出口情况分析

9.2.3 2015-2017年主要省市其他多层已装拼的木地板进出口情况分析

9.3 中国其他已装拼的木地板进出口数据分析

9.3.1 中国其他已装拼的木地板进出口总量数据分析

9.3.2 2015-2017年主要贸易国其他已装拼的木地板进出口情况分析

9.3.3 2015-2017年主要省市其他已装拼的木地板进出口情况分析

第十章 2015-2017年中国木地板原料供需现状分析

10.1 2015-2017年中国木材产业发展状况

10.1.1 全球市场动态

10.1.2 国内市场机会

10.1.3 产量规模现状

10.1.4 木材价格走势

10.1.5 林木业发展趋势

10.1.6 行业发展趋势

10.2 中国木材进口贸易概况

10.2.1 原木进口形势

10.2.2 锯材进口规模

10.2.3 木材制品出口规模

10.3 中国竹产业发展分析

10.3.1 行业发展优势

10.3.2 行业发展因素

10.3.3 行业存在问题

10.3.4 产业发展策略

10.3.5 产业发展规划

第十一章 2015-2017年木地板相关产业分析

11.1 2015-2017年中国房地产业发展状况

11.1.1 产业投资情况

11.1.2 房屋销售规模

11.1.3 企业到位资金

11.1.4 产业景气指数

11.2 2015-2017年中国建材市场运行状况

11.2.1 行业运行状况

11.2.2 行业运行特征

11.2.3 行业存在问题

11.2.4 行业发展形势

11.3 2015-2017年中国建筑装饰材料行业发展分析

11.3.1 行业发展现状

11.3.2 行业特征分析

11.3.3 行业存在问题

11.3.4 行业发展趋势

第十二章 中国木地板行业营销策略分析

12.1 中国木地板市场营销现状

12.1.1 行业营销怪圈

12.1.2 行业营销困境

12.1.3 营销亟需突破

12.1.4 营销趋势分析

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 销售渠道现状

12.4.2 渠道变革分析

12.4.3 变革驱动因素

12.4.4 变革产生影响

12.4.5 变革途径探究

12.5 木地板行业营销策略

12.5.1 二三级城市营销策略

12.5.2 企业网络营销构建思路

12.5.3 企业终端营销策略探讨

12.5.4 实木地板企业营销联盟

12.5.5 强化木地板营销模式

第十三章 木地板重点企业

13.1 宜华生活科技股份有限公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 企业经营模式

13.1.3 经营效益分析

13.1.4 业务经营分析

13.1.5 财务状况分析

13.1.6 未来前景展望

13.2 福建省永安林业（集团）股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 企业获得荣誉

13.2.3 经营效益分析

13.2.4 业务经营分析

13.2.5 财务状况分析

13.2.6 未来前景展望

13.3 四川升达林业产业股份有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.3.5 未来前景展望

13.4 广东盈彬大自然木业有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 企业经营状况

13.4.3 企业发展理念

13.4.4 品牌发展战略

13.5 圣象集团

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 企业经营状况

13.5.3 企业发展战略

13.6 德尔集团

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 地板无缝技术

13.6.3 企业发展战略

13.7 浙江久盛地板有限公司

13.7.1 企业发展概况

13.7.2 企业发展优势

13.7.3 企业发展战略

13.8 安信伟光（上海）木材有限公司

13.8.1 企业发展概况

13.8.2 企业资源优势

13.8.3 企业发展动态

第十四章 2018-2022年中国木地板行业发展前景趋势预测分析

14.1 2018-2022年中国木地板行业未来发展趋势

14.1.1 市场发展趋势

14.1.2 产业营销趋势

14.1.3 行业发展方向

14.2 2018-2022年中国木地板行业预测分析

14.2.1 中国木地板行业发展因素分析

14.2.2 2018-2022年中国实木地板产量预测

14.2.3 2018-2022年中国复合木地板产量预测

图表详见正文（LPJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/304472304472.html>