

2008年中国木地板市场分析及发 展前景预测报告

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

《2008年中国木地板市场分析及发展前景预测报告》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/200808/5001.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

第一章 2007年中国经济发展环境 1

一、2007年中国宏观经济运行情况 1

二、2008年经济增长趋势预测 9

三、2008年5月PPI涨幅8.2% 12

第二章 木地板的分类与投资特性 14

一、中国木地板行业发展历程 14

二、木地板的分类 15

（一）按地板的结构和材料分类 15

（二）按地板的功能分类 17

（三）新产品的开发应用 18

三、木地板产品的特点 19

（一）实木地板 19

（二）竹材地板 19

（三）胶合木地板 20

（四）强化木质复合板 20

（五）三层实木复合地板 20

（六）多层实木复合地板 21

四、地板行业投资特性分析 21

（一）成长性 21

（二）竞争性 22

（三）赢利性 23

（四）我国地板行业的发展周期 23

第三章 木地板行业现状分析 25

一、木地板行业发展概况 25

二、木地板行业信用状况分析 25

（一）欧典事件的分析 25

（二）从地板延伸到家居贴牌洋货现象的形势 28

（三）地板行业呼唤诚信服务 30

三、2006年木地板行业的发展状况 31

（一）2006年木地板产销量分析 31

（二）2006年发展状况分析 32

四、2007年木地板行业的发展状况 34

（一）2007年木地板行业发展概述 34

（二）2007年木地板原材料供应状况 37

（三）2007年木地板的销量分析 37

（四）2007年木地板价格走势分析 38

（五）2007年木地板的铺装规范情况 38

（六）2007年我国地板品牌的价值情况 39

第四章 木地板进出口分析 42

一、木地板进出口状况 42

（一）我国木地板进出口在世界上的地位 42

（二）2006-2007年影响木地板出口的因素 42

（三）2006年-2007年木地板进出口分析 43

二、反倾销及应对 46

（一）337调查及影响 46

（二）332调查 52

（三）337案败诉的深刻教训和反倾销的应对 53

第五章 木地板细分行业市场分析 55

一、实木地板市场 55

（一）实木地板市场概述 55

（二）2007-2008年中国实木地板生产状况分析 55

（三）2007年实木地板发展趋势分析 57

二、强化木地板市场 59

（一）强化木地板的概念 59

（二）强化木地板的分类 60

（三）强化木地板市场格局 61

（四）强化木地板在地板市场中的地位 62

（五）强化木地板行业发展趋势 63

三、实木复合地板市场 65

- (一) 实木复合地板概念 65
- (二) 复合地板的分类 66
- (三) 2007-2008年中国复合地板生产状况分析 67
- (四) 我国实木复合地板的发展状况 68
- (五) 实木复合地板面临的机遇 69
- (六) 实木复合地板面临的威胁 71
- (七) 实木复合地板的优势 72
- (八) 实木复合地板的劣势 73

四、竹材地板市场 73

- (一) 竹材地板概念 73
- (二) 中国竹地板的发展状况 74
- (三) 中国竹地板的发展前景 74

五、软木地板市场 75

- (一) 软木地板概念 75
- (二) 软木地板的分类及应用 75

六、木地板铺设 76

- (一) 木地板铺设前的准备工作 76
- (二) 木地板铺设方法 76

第六章 木地板市场营销分析 78

一、流通渠道现状与发展趋势 78

- (一) 木地板行业营销现状及存在问题 78
- (二) 国内实木地板营销创新刻不容缓 84
- (三) 个性化、精品化营销 86
- (四) 地板企业探寻主题模式营销 87
- (五) 传统卖场联手网络销售模式 92

二、市场营销策略分析 95

- (一) 品牌鼎立地板的渠道和终端策略 95
- (二) 2007年地板市场营销策略 98
- (三) 地板品牌的打造策略 101

第七章 2007年木地板区域市场分析 103

一、北京市场 103

二、上海市场 103

三、四川市场 104

四、深圳市场 104

五、江苏市场 105

六、浙江市场 105

七、国际市场 107

(一) 德国市场 107

(二) 美国市场 107

(三) 欧洲市场 108

(四) 俄罗斯市场 108

第八章 行业市场竞争格局分析 110

一、当前行业市场竞争格局 110

(一) 2006年地板业竞争状况 110

(二) 木地板各档次各种类现状分析 111

二、行业市场竞争趋势 112

(一) 2007年木地板行业大事记 112

(二) 2007年木地板市场竞争激烈 115

(三) 2007年木地板市场的竞争趋势 116

第九章 中国木地板行业重点企业分析 119

一、圣象集团有限公司 119

(一) 企业概况 119

(二) 企业人才战略 121

(三) 企业发展战略 122

二、上海汇丽地板制品有限公司 123

(一) 企业概况 123

(二) 2007年经营状况分析 123

(三) 2007-2008年一季度财务状况分析 124

(四) 2008年企业发展计划 126

三、中国吉林森林工业集团有限责任公司 128

（一）企业概况 128

（二）2007年经营状况分析 129

（三）2007-2008年一季度财务状况分析 130

（四）企业面临机遇与挑战 132

（五）2008年企业发展计划 134

四、永安林业（集团）股份有限公司 136

（一）企业概况 136

（二）2007年经营状况分析 137

（三）2007-2008年一季度财务状况分析 138

（四）2008年企业发展计划 140

五、国际吉象人造林制品集团 142

（一）企业概况 142

（二）企业发展战略 142

六、深圳森林王木业有限公司 144

（一）企业概况 144

（二）企业经营状况 145

七、升达林产有限公司 148

（一）企业概况 148

（二）企业营销策略 148

（三）企业发展目标 149

八、菲林格尔木业（上海）有限公司 149

（一）企业概况 149

（二）公司技术 150

（三）产品结构 150

九、广州富林地板木业有限公司 150

（一）企业概况 150

（二）2006年经营投资状况 151

（三）企业发展措施 151

十、广东盈彬大自然木业有限公司 152

（一）企业概况 152

（二）公司技术 155

- (三) 企业经营策略 155
- (四) 2007年发展战略 157
- (五) 国际化战略 158
- 十一、北京欧德装饰材料有限公司 159
 - (一) 企业概况 159
 - (二) 2006年的经营危机 159
 - (三) 欧典地板低调复出 162

第十章 关联产业分析 163

一、木材工业 163

- (一) 木材市场缺口现状 163
- (二) 2006年中国木业发展状况 163
- (三) 2007年中国木业发展状况 167

二、木地板胶粘剂 168

- (一) 木地板胶粘剂的应用及发展 168
- (二) 我国胶粘剂市场存在的问题 171
- (三) 我国合成胶粘剂的发展对策 171
- (四) 木地板胶粘剂的发展趋势 173

三、中国建筑装饰工程业 173

- (一) 建筑装饰行业发展的历程 173
- (二) 行业发展的现状与特征 178
- (三) 我国建筑装饰业工程产值预测 185
- (四) 十一五期间的发展因素和趋势分析 185

四、塑料地板 193

- (一) 塑料地板概述 193
- (二) 塑料建材行业的发展现状 194
- (三) 塑料建材业存在的主要问题 195
- (四) 塑料建材行业发展趋势 196

五、瓷砖 197

- (一) 2006-2007年出口状况分析 197
- (二) 2007年国内外瓷砖市场流行趋势 198
- (三) 2007年价格走势 199

(四) 2007年我国陶瓷行业面临的问题和对策 200

(五) 2007年瓷砖与木地板的竞争状况 203

六、石材 205

(一) 我国石材市场发展状况 205

(二) 我国石材业存在的问题 212

(三) 石材的发展趋势 214

第十一章 消费者与需求分析 217

一、2006年消费者分析 217

二、2007年地板消费新风向 226

(一) 多层实木复合地板成为2007年最大热门 226

(二) 2007年木地板悄然走上了复古路线 228

(三) 健康环保成市场主流 229

(四) 2007年模压地板成消费新宠 230

(五) 2007年消费者更看重性价比 230

第十二章 行业发展趋势及预测 232

一、产业链发展趋势及预测 232

二、产品发展趋势及预测 232

三、行业发展趋势及预测 232

(一) 我国木地板总体表现出九大发展趋势 232

(二) 木地板市场走势分析 235

(三) 地板行业市场预测和展望 236

附录：地板知识汇总 240

表目录

表格1：1995年-2007年全国粮食总产量分析 1

表格2：1995年-2007年全国工业增加值分析 2

表格3：1995年-2007年全国固定资产投资分析 3

表格4：1995年-2007年社会消费品零售总额分析 4

表格5：2007年1-12月CPI指数表	5
表格6：1995年-2007年进出口总额	6
表格7：1995年-2007年农民人均纯收入	7
表格8：1995年-2007年城镇居民人均可支配收入	8
表格9：四类地板的年销售量（万m ² ）	32
表格10：2000-2005年我国木地板进出口情况表	43
表格11：2006年1季度我国木地板进出口数据	44
表格12：2006年2季度我国木地板进出口数据	44
表格13：2006年3季度我国木地板进出口数据	44
表格14：2006年4季度我国木地板进出口数据	44
表格15：2007年1月我国木地板进出口数据	44
表格16：2007年2月我国木地板进出口数据	45
表格17：2007年3月我国木地板进出口数据	45
表格18：2007年4月我国木地板进出口数据	45
表格19：2007年5月我国木地板进出口数据	45
表格20：2007年6月我国木地板进出口数据	45
表格21：2007年1-11月我国实木地板生产状况分析	55
表格22：2008年1-5月我国实木地板生产状况分析	56
表格23：2007年1-11月我国复合地板生产状况分析	67
表格24：2008年1-5月我国复合地板生产状况分析	67
表格25：2007年上海汇丽建材股份有限公司主营构成	123
表格26：2007-2008年一季度上海汇丽建材股份有限公司每股指标分析	124
表格27：2007-2008年一季度上海汇丽建材股份有限公司获利能力分析	124
表格28：2007-2008年一季度上海汇丽建材股份有限公司经营能力分析	125
表格29：2007-2008年一季度上海汇丽建材股份有限公司发展能力分析	125
表格30：2007-2008年一季度上海汇丽建材股份有限公司偿债能力分析	125
表格31：2007-2008年一季度上海汇丽建材股份有限公司资本结构分析	126
表格32：2007-2008年一季度上海汇丽建材股份有限公司现金流量分析	126
表格33：2007年吉林森林工业股份有限公司主营业务构成	129
表格34：2007-2008年一季度吉林森林工业股份有限公司每股指标分析	130
表格35：2007-2008年一季度吉林森林工业股份有限公司获利能力分析	130
表格36：2007-2008年一季度吉林森林工业股份有限公司经营能力分析	130

表格 37 : 2007-2008年一季度吉林森林工业股份有限公司发展能力分析	131
表格 38 : 2007-2008年一季度吉林森林工业股份有限公司偿债能力分析	131
表格 39 : 2007-2008年一季度吉林森林工业股份有限公司资本结构分析	131
表格 40 : 2007-2008年一季度吉林森林工业股份有限公司现金流量分析	131
表格 41 : 2006-2007年二季度永安林业股份有限公司主营构成	137
表格 42 : 2007-2008年一季度永安林业股份有限公司每股指标分析	138
表格 43 : 2007-2008年一季度永安林业股份有限公司获利能力分析	138
表格 44 : 2007-2008年一季度永安林业股份有限公司经营能力分析	138
表格 45 : 2007-2008年一季度永安林业股份有限公司发展能力分析	138
表格 46 : 2007-2008年一季度永安林业股份有限公司偿债能力分析	139
表格 47 : 2007-2008年一季度永安林业股份有限公司资本结构分析	139
表格 48 : 2007-2008年一季度永安林业股份有限公司现金流量分析	139
表格 49 : 吉林森林王木业有限公司经营状况分析	145
表格 50 : “十五”期间建筑装饰行业发展情况(亿元)	176
表格 51 : 2004年建筑装饰行业结构	177
表格 52 : 2004年分区域房地产投资情况 (亿元)	179
表格 53 : 建筑装饰行业总产值占建筑业产值、 GDP比重	181
表格 54 : 中国、日本和韩国工业化进程特征比较 (%)	186
表格 55 : 我国经济未来发展趋势预测	186
表格 56 : 2010年及2020年新建住宅预测	187
表格 57 : 发达国家经济发展过程中住宅消费情况	188
表格 58 : “十一五”及2020年装饰行业发展指标测算	189

图目录

图表1 : 2007年1-12月CPI指数图	5
图表 2 : 2007年1月-2008年5月CPI及PPI走势图	13
图表 3 : 行业生命周期	24
图表 4 : 2004-2007年木地板总体产量	31
图表 5 : 2000-2005年我国木地板进出口增长趋势图	43
图表 6 : 圣象地板“纺锥型”产品结构体系	121
图表 7 : 吉林森林工业集团组织架构图	128

图表 8：广东盈彬大自然木业有限公司品牌金字塔 155

图表 9：广东盈彬大自然木业有限公司品牌战略规划 155

图表 10：木材及木制品进出口金额（亿美元） 164

图表 11：热带阔叶原木（万立方米） 164

图表 12：2005年热带锯材 165

图表 13：2006年热带锯材 165

图表 14：1995-2004年新建房屋竣工情况（万平方米） 175

图表 15：1994-2003年涉外饭店数量增长情况 175

图表 16：1994-2004年城镇居民人均住房及住房消费支出情况 176

图表 17：1994-2004年装饰行业产值增长情况 176

图表 18：装饰产值、人均收入及竣工房屋价值增长情况 177

图表 19：2000年以来建筑装饰行业结构变化 178

图表 20：1994-2004年GDP与装饰业产值年均增长情况（%） 180

图表 21：2001-2005年中国规模以上石材企业板材产量柱状图（万平米） 211

图表 22：2001-2005年中国石材进出口统计 211

图表 23：2005年荒料、板材、制品进口情况（吨、万美元） 212

图表 24：2005年荒料、板材、制品出口情况（吨、万美元） 212

图表 25：家庭月总收入（元） 217

图表 26：预计铺设地板的面积（平米） 218

图表 27：如果您在装修新房时会购买哪种地板 218

图表 28：购买地板时考虑的因素 219

图表 29：地板合适的价格（元/每平方米） 219

图表 30：家庭总收入与地板种类选择的交互影响 220

图表 31：地板铺设面积与地板类型的关系 221

图表 32：安装木地板的担心因素 222

图表 33：地板品牌知名度 223

图表 34：消费者购买装修材料时选择的品牌 223

图表 35：消费者对“欧典”地板被曝欺诈消费者事件的了解 224

图表 36：“欧典”事件对消费者选择其他品牌消费信心的影响 225

图表 37：消费者对“德国血统”与国产品牌地板的消费信心 225

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200808/5001.html>