

2008年中国木地板行业研究发展 分析报告

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年中国木地板行业研究发展分析报告》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/200805/356.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

目录

第一章、木地板的分类与投资特性 1

第一节、中国木地板行业发展历程 1

第二节、木地板的分类 3

一、按地板的结构和材料分类 3

二、按地板的功能分类 5

三、新产品的开发应用 6

第三节、木地板产品的特点 8

一、实木地板 8

二、竹材地板 8

三、三层实木复合地板 9

四、多层实木复合地板 9

五、胶合木地板 9

六、强化木质复合板 10

第四节、地板行业投资特性分析 10

一、成长性 10

二、竞争性 11

三、赢利性 12

四、我国地板行业的发展周期 13

第二章、木地板行业现状分析 15

第一节、木地板行业发展概况 15

第二节、2006年木地板行业信用状况分析 15

一、欧典事件的分析 15

二、从地板延伸到家居贴牌洋货现象的形势 19

三、地板行业呼唤诚信服务 22

第三节、2006年木地板行业的发展状况 23

一、2006年木地板产销量分析 23

二、2006年发展状况分析 25

第四节、2007年木地板行业的发展状况 26

一、2007年木地板行业发展概述 26

二、2007年木地板原材料供应状况	31
三、2007年木地板的销量分析	31
四、2007年木地板价格走势分析	32
五、2007年木地板的铺装规范情况	33
六、2007年我国地板品牌的价值情况	34
第三章、木地板细分行业市场分析	37
第一节、实木地板市场	37
一、实木地板市场概述	37
二、2007年实木地板发展趋势分析	37
第二节、强化木地板市场	40
一、强化木地板的概念	40
二、强化木地板的分类	41
三、强化木地板市场格局	42
四、强化木地板在地板市场中的地位	43
五、强化木地板行业发展趋势	45
第三节、实木复合地板市场	48
一、实木复合地板概念	48
二、复合地板的分类	49
三、我国实木复合地板的发展状况	50
四、实木复合地板面临的机遇	51
五、实木复合地板面临的威胁	54
六、实木复合地板的优势	55
七、实木复合地板的劣势	56
八、2007年实木地板行业发展趋势	57
第四节、竹材地板市场	59
一、竹材地板概念	59
二、中国竹地板的发展状况	60
三、竹地板的发展前景	60
第五节、软木地板市场	61
一、软木地板概念	61
二、软木地板的分类及应用	61
第六节、木地板铺设	62

一、木地板铺设前的准备工作	62
二、木地板铺设方法	63
第四章、2007年木地板区域市场分析	65
第一节、四川市场	65
第二节、北京市场	65
第三节、上海市场	65
第四节、深圳市场	67
第五节、江苏市场	68
第六节、浙江市场	68
第七节、国际市场	70
一、德国市场	70
二、美国市场	70
三、欧洲市场	71
四、俄罗斯市场	72
第五章、木地板进出口分析	73
第一节、木地板进出口状况	73
一、我国木地板进出口在世界上的地位	73
二、2006-2007年影响木地板出口的因素	73
三、2006年-2007年二季度木地板进出口分析	75
第二节、反倾销及应对	77
一、337调查及影响	77
二、332调查	86
三、337案败诉的深刻教训和反倾销的应对	87
第六章、木地板市场营销分析	89
第一节、流通渠道现状与发展趋势	89
一、木地板行业营销现状及存在问题	89
二、国内实木地板营销创新刻不容缓	97
三、个性化、精品化营销	100
四、地板企业探寻主题模式营销	101
五、传统卖场联手网络销售模式	108
第二节、市场营销策略分析	111
一、品牌鼎立地板的渠道和终端策略	111

二、2007年地板市场营销策略	116
三、地板品牌的打造策略	120
第七章、行业市场竞争格局分析	122
第一节、当前行业市场竞争格局	122
一、2006年地板业竞争状况	122
二、木地板各档次各种类现状分析	123
第二节、行业市场竞争趋势	124
一、2007年木地板行业大事记	124
二、2007年木地板市场竞争激烈犹如浓烈战	129
三、2007年木地板市场的竞争趋势	130
第八章、行业领先企业分析	133
第一节、圣象集团有限公司	133
一、企业简介	133
二、人才战略	135
三、2007年发展状况	136
四、发展战略	137
第二节、上海汇丽地板制品有限公司	138
一、企业简介	138
二、2006-2007年经营状况分析	139
三、2006-2007年三季度财务分析	140
第三节、中国吉林森林工业集团有限责任公司	147
一、企业简介	147
二、经营状况	149
三、2006-2007年三季度财务分析	155
四、面临机遇	158
五、发展战略	159
第四节、国际吉象人造林制品集团	161
一、企业简介	161
二、发展战略	161
第五节、深圳森林王木业有限公司	164
一、企业简介	164
二、经营状况	165

第六节、升达林产有限公司 168

一、企业简介 168

二、营销策略 168

三、发展目标 169

第七节、永安林业（集团）股份有限公司 170

一、企业简介 170

二、2006-2007年二季度经营状况分析 172

三、2006-2007年二季度财务分析 173

四、发展前景 179

第八节、菲林格尔木业（上海）有限公司 180

一、企业简介 180

二、公司技术 180

三、产品结构 181

第九节、广州富林地板木业有限公司 181

一、企业简介 181

二、2006年经营投资状况 182

三、发展措施 182

第十节、广东盈彬大自然木业有限公司 183

一、企业简介 183

二、公司技术 187

三、经营策略 187

四、2007年发展战略 189

五、国际化战略 191

第十一节、北京欧德装饰材料有限公司 192

一、企业简介 192

二、2006年的经营危机 193

三、欧典地板低调复出 196

第九章、关联产业分析 198

第一节、木材工业 198

一、木材市场缺口现状 198

二、2006年中国木业发展状况 199

三、2007年中国木业发展状况 203

第二节、木地板胶粘剂 205

一、木地板胶粘剂的应用及发展 205

二、我国胶粘剂市场存在的问题 208

三、我国合成胶粘剂的发展对策 209

四、木地板胶粘剂的发展趋势 211

第三节、中国建筑装饰工程业 211

一、建筑装饰行业发展的历程 211

二、行业发展的现状与特征 217

三、我国建筑装饰业工程产值预测 226

四、十一五期间的发展因素和趋势分析 226

第四节、瓷砖 237

一、2006-2007年出口状况分析 237

二、2007年国内外瓷砖市场流行趋势 237

三、2007年价格走势 239

四、2007年我国陶瓷行业面临的问题和对策 240

五、2007年瓷砖与木地板的竞争状况 244

第五节、石材 247

一、我国石材市场发展状况 247

二、我国石材业存在的问题 256

三、石材的发展趋势 258

第六节、塑料地板 262

一、塑料地板概述 262

二、塑料建材行业的发展现状 263

三、塑料建材业存在的主要问题 264

四、塑料建材行业发展趋势 266

第十章、消费者与需求分析 268

第一节、2006年消费者分析 268

第二节、2007年地板消费新风向 280

一、多层实木复合地板成为2007年最大热门 280

二、2007年木地板悄然走上了复古路线 282

三、健康环保成市场主流 284

四、2007年模压地板成消费新宠 285

五、2007年消费者更看重性价比 285

第十一章、行业发展趋势及预测 288

第一节、产业链发展趋势及预测 288

第二节、产品发展趋势及预测 288

第三节、行业发展趋势及预测 288

一、我国木地板总体表现出九大发展趋势 288

二、2007木地板市场走势分析 292

三、2007年地板行业市场预测和展望 293

附录：地板知识汇总 298

图表目录:

图表1:行业生命周期 13

图表2:2004-2007年木地板总体产量 23

图表3:四类地板的年销售量（万m²） 24

图表4:2004-2007年中国复合地板产量增长图 49

图表5:2000-2005年我国木地板进出口增长趋势图 75

图表6:2000-2005年我国木地板进出口情况表 75

图表7:2006年1季度我国木地板进出口数据 75

图表8:2006年2季度我国木地板进出口数据 76

图表9:2006年3季度我国木地板进出口数据 76

图表10:2006年4季度我国木地板进出口数据 76

图表11:2007年1月我国木地板进出口数据 76

图表12:2007年2月我国木地板进出口数据 76

图表13:2007年3月我国木地板进出口数据 76

图表14:2007年4月我国木地板进出口数据 77

图表15:2007年5月我国木地板进出口数据 77

图表16:2007年6月我国木地板进出口数据 77

图表17:2005-2006年圣象地板产能产量 136

图表18:2003-2005年圣象集团净利润增长情况 136

图表19:圣象地板“纺锥型”产品结构体系 137

图表20:2006-2007年二季度上海汇丽建材股份有限公司主营构成 139

图表21:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司每股指标分析 140

图表22:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司获利能力分析 141

图表23:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司经营能力分析	141
图表24:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司发展能力分析	142
图表25:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司偿债能力分析	142
图表26:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司资本结构分析	142
图表27:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司现金流量分析	143
图表28:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司主营业务收入	143
图表29:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司主营业务利润	143
图表30:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司营业利润	144
图表31:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司利润总额	144
图表32:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司净利润	144
图表33:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司可供分配的利润	144
图表34:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司可供股东分配的利润	145
图表35:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司未分配利润	145
图表36:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司流动资产	145
图表37:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司长期投资	145
图表38:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司固定资产	145
图表39:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司无形资产	146
图表40:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司流动负债	146
图表41:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司长期负债	146
图表42:2006-2007年三季度上海汇丽建材股份有限公司股东权益	147
图表43:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司主营业务构成	149
图表44:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司每股指标分析	151
图表45:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司获利能力分析	151
图表46:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司经营能力分析	152
图表47:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司发展能力分析	152
图表48:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司偿债能力分析	152
图表49:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司资本结构分析	153
图表50:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司现金流量分析	153
图表51:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司主营业务收入	153
图表52:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司主营业务利润	154
图表53:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司营业利润	154
图表54:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司利润总额	154

图表55:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司净利润 155

图表56:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司可供分配的利润 155

图表57:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司可供股东分配的利润 155

图表58:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司未分配利润 155

图表59:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司流动资产 155

图表60:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司长期投资 156

图表61:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司固定资产 156

图表62:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司无形资产 156

图表63:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司流动负债 157

图表64:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司长期负债 157

图表65:2006-2007年三季度吉林森林工业股份有限公司股东权益 157

图表66:吉林森林王木业有限公司经营状况分析 165

图表67:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司主营构成 172

图表68:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司每股指标分析 173

图表69:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司获利能力分析 173

图表70:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司经营能力分析 174

图表71:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司发展能力分析 174

图表72:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司偿债能力分析 174

图表73:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司资本结构分析 175

图表74:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司现金流量分析 175

图表75:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司主营业务收入 175

图表76:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司主营业务利润 175

图表77:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司营业利润 176

图表78:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司利润总额 176

图表79:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司净利润 176

图表80:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司可供分配的利润 177

图表81:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司可供股东分配的利润 177

图表82:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司未分配利润 177

图表83:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司流动资产 177

图表84:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司长期投资 178

图表85:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司固定资产 178

图表86:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司无形资产 178

图表87:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司流动负债 178

图表88:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司长期负债 179

图表89:2006-2007年二季度永安林业股份有限公司股东权益 179

图表90:广东盈彬大自然木业有限公司品牌金字塔 187

图表91:广东盈彬大自然木业有限公司品牌战略规划 188

图表92:木材及木制品进出口金额(亿美元) 199

图表93:热带阔叶原木(万立方米) 200

图表94:2005年热带锯材 200

图表95:2006年热带锯材 201

图表96:1995-2004年新建房屋竣工情况(万平方米) 213

图表97:1994-2003年涉外饭店数量增长情况 213

图表98:1994-2004年城镇居民人均住房及住房消费支出情况 214

图表99:1994-2004年装饰行业产值增长情况 215

图表100: “十五”期间建筑装饰行业发展情况(亿元) 215

图表101:装饰产值、人均收入及竣工房屋价值增长情况 216

图表102:2004年建筑装饰行业结构 216

图表103:2000年以来建筑装饰行业结构变化 217

图表104:2004年分区域房地产投资情况(亿元) 219

图表105:1994-2004年GDP与装饰业产值年均增长情况(%) 220

图表106:建筑装饰行业总产值占建筑业产值、GDP比重 220

图表107:中国、日本和韩国工业化进程特征比较(%) 227

图表108:我国经济未来发展趋势预测 228

图表109:2010年及2020年新建住宅预测 229

图表110:发达国家经济发展过程中住宅消费情况 230

图表111: “十一五”及2020年装饰行业发展指标测算 232

图表112:2001-2005年中国规模以上石材企业板材产量柱状图(万平米) 255

图表113:2001-2005年中国石材进出口统计 255

图表114:2005年荒料、板材、制品进口情况(吨、万美元) 255

图表115:2005年荒料、板材、制品出口情况(吨、万美元) 256

图表116:家庭月总收入(元) 268

图表117:预计铺设地板的面积(平米) 269

图表118:如果您在装修新房时会购买哪种地板 269

图表119:购买地板时考虑的因素 270

图表120:地板合适的价格（元/每平方米） 271

图表121:家庭总收入与地板种类选择的交互影响 272

图表122:地板铺设面积与地板类型的关系 273

图表123:安装木地板的担心因素 274

图表124:地板品牌知名度 275

图表125:消费者购买装修材料时选择的品牌 276

图表126:消费者对“欧典”地板被曝欺诈消费者事件的了解 278

图表127: “欧典”事件对消费者选择其他品牌消费信心的影响 278

图表128:消费者对“德国血统”与国产品牌地板的消费信心 279

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200805/356.html>