

2011-2015年中国木地板行业市场竞争现状及战略咨询报告

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

《2011-2015年中国木地板行业市场竞争现状及战略咨询报告》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/201103/62916.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

第一部分 行业发展现状 1

第一章 2009-2010年世界木地板行业发展概况 1

第一节 2009-2010年欧洲木地板行业分析 1

一、欧洲镶木地板工业前景堪忧 1

二、欧洲实木地板受高端消费市场青睐 1

三、欧洲木地板的各色创意花色设计 2

第二节 2009-2010年美国木地板行业分析 3

一、美国硬木地板的发展 3

二、美国木地板发展形势 5

第三节 2009-2010年其他国家木地板行业分析 5

一、俄罗斯镶木地板占据市场主流 5

二、日本实木地板减少 6

三、东南亚政策变动影响实木地板价格飙升 7

第二章 2009-2010年中国木地板行业投资环境分析 8

第一节 2009-2010年中国木地板行业政策环境分析 8

一、木地板税收政策调整 8

二、《木地板铺设面层验收规范》 9

三、《木地板保修期内面层检验规范》 10

第二节 2009-2010年中国木地板行业经济环境分析 12

一、2009年中国经济发展回顾 12

二、2010年中国宏观经济运行分析 15

三、2010年上半年经济发展的特点 22

第三节 2009-2010年中国木地板行业社会环境分析 28

一、2009年我国社会发展状况分析 28

二、我国人口结构现状 33

三、2009-2010年消费者收入水平 34

四、2010年消费者信心指数分析 35

第三章 2009-2010年中国木地板行业运行形势分析 37

第一节 2009-2010年中国木地板行业总体分析 37

一、大品牌持续发展逐步实现原材料部分自给 37

二、原材料供给量不会有太大波动 37

三、国家加大宏观调控给行业带来更大的压力 38

四、地板行业处在黄金发展期 38

五、大品牌的发展坚持出口 39

六、地板行业进入真正洗牌期 39

第二节 2009-2010年中国木地板行业发展存在的问题分析 40

一、木地板国际化三大难题 40

二、中国木地板陷入锁扣专利权困境 41

三、木地板使用寿命短成困扰 42

四、国内木地板行业面临突出问题 44

五、木地板税收政策调整带来的挑战 45

第三节 2009-2010年中国木地板行业发展对策分析 46

一、国际资本进入中国地板行业对策分析 46

二、木地板企业的战略分析 48

三、中国木地板发展的建议 50

四、金融危机之下木地板企业应该走出去 51

第四章 2009-2010年中国木地板市场运行态势分析 54

第一节 2009-2010年中国木地板市场发展概况 54

一、木地板市场各品种发展态势 54

二、仿真实木地板成木地板市场新星 56

三、木地板凭借性能和品质抢食奥运“奶酪” 57

第二节 2009-2010年中国木地板价格分析 58

一、2009年我国地板木制品行业原料价格走势 58

二、2009年我国地板木制品价格上升趋势分析 59

三、2010年低碳潮流下的产品价格分析 60

四、2010年地板木制品价格走势分析 61

五、2010年实木地板价格走势分析 62

第三节 2010年中国木地板行业发展形势分析 62

- 一、楼市调控政策影响分析 62
- 二、农村市场发展分析 66
- 三、产品出口现状和前景分析 67

第二部分 细分行业分析 69

第五章 2009-2010年中国木地板细分产业分析——实木地板 69

第一节 2009-2010年中国实木地板行业发展概况 69

- 一、中国实木地板发展的五个阶段 69
- 二、中国实木地板产业用创新迎接挑战 70
- 三、我国实木复合地板木制品行业规模分析 70

第二节 2009-2010年全国及重点省市实木地板（木地板）产量分析 71

- 一、2009年全国及重点省市实木地板（木地板）产量分析 71
- 二、2010年全国及重点省市实木地板（木地板）产量分析 72

第三节 2009-2010年浙江南浔实木地板的发展分析 75

- 一、南浔实木地板产业发展概况 75
- 二、南浔实木地板产业优势分析 75
- 三、南浔实木地板业存在的问题 76
- 四、南浔实木地板发展面临新要求 78
- 五、南浔实木地板产业发展策略 79

第四节 2010-2015年中国实木地板发展趋势分析 80

- 一、产品销售趋势分析 80
- 二、产品结构调整分析 81
- 三、产品标准发展分析 81

第六章 2009-2010年中国木地板细分产业分析——强化木地板 83

第一节 2009-2010年中国强化木地板行业发展概况 83

- 一、强化木地板行业发展综述 83
- 二、强化木地板产业七大特点 83
- 三、强化木地板发展优势 84

第二节 2009-2010年中国强化木地板市场概况 85

- 一、强化木地板市场特点 85
- 二、强化木地板市场走向 87

三、强化木地板品牌竞争形势	87
第三节 2009-2010年中国超实木地板产业分析	88
一、超实木地板的定义及发展历程	88
二、超实木地板市场畅销四大原因	89
三、超实木地板抢滩地板市场	89
第四节 2009-2010年江苏横林强化木地板的发展分析	91
一、横林强化地板产业集群的发展概况	91
二、抢抓机遇实现产业转型	92
三、危机催生横林不断创新	93
四、科技创新引领未来之路	94
第五节 2009-2010年中国强化木地板行业的问题与对策分析	95
一、强化木地板市场七大不规范现象	95
二、强化木地板产品存在三大质量问题	96
三、强化木地板行业应规范化	97
四、强化木地板企业四大发展策略	98
第六节 2010-2015年中国强化木地板行业发展趋势分析	100
一、强化木地板产品发展趋势	100
二、强化木地板市场发展趋势	101
三、强化木地板技术发展趋势	102
第七章 2009-2010年中国木地板细分产业分析——实木复合地板	103
第一节 2009-2010年中国实木复合地板行业综述	103
一、中国实木复合地板发展概况	103
二、实木复合地板行业及产品特点	104
三、实木复合地板未来发展十大趋势	105
第二节 2009-2010年中国实木复合地板市场分析	108
一、三层实木复合地板市场渐热	108
二、实木复合地板市场流行仿古	110
三、实木复合地板市场现状堪忧	111
四、中国实木复合地板市场潜力大	112
第三节 2009-2010年实木复合地板消费者市场分析	113
一、实木复合地板市场三大消费困惑	113

二、实木复合地板的消费优势	114
三、2009-2010年三层实木复合地板消费趋势	115
第四节 2009-2010年全国及重点省市实木复合地板产量分析	116
一、2009年全国及重点省市实木复合地板产量分析	116
二、2010年全国及重点省市实木复合地板产量分析	117
第五节 2009-2010年多层实木复合地板分析	118
一、多层实木复合地板的崛起	118
二、多层实木复合地板的三大优势	120
三、多层实木复合引发地板业消费热潮	120
四、多层实木复合地板未来发展方向	121
第八章 2009-2010年中国木地板细分产业分析——其它木地板行业	123
第一节 竹地板	123
一、中国竹地板的发展历史和现状	123
二、竹地板的替代作用与功能	123
三、竹地板有望成新的消费增长点	124
四、竹地板企业谋求壮大	124
五、中国竹地板企业品牌策略分析	125
第二节 竹木复合地板	126
一、竹木复合地板市场现状	126
二、竹木复合地板发展趋势	127
第三节 体育木地板	127
一、体育木地板的定义	127
二、我国体育木地板行业现状	129
三、体育木地板市场前景看好	130
第四节 漆面木地板	131
一、漆面木地板倍受市场青睐	131
二、漆面木地板七大质量问题	131
第五节 人造板	132
一、2009-2010年我国胶合板产量分析	132
二、2009-2010年我国纤维板产量分析	135
三、2009-2010年我国刨花板产量分析	137

第三部分 战略与竞争 140

第九章 2009-2010年中国木地板市场营销战略分析 209 140

第一节 2009-2010年中国木地板市场营销现状 140

- 一、地板行业营销的四大怪圈 140
- 二、国内木地板行业的营销困境 143
- 三、中国木地板行业销售渠道现状 144
- 四、木地板营销亟需寻求突破 145

第二节 2009-2010年木地板营销市场细分分析 148

- 一、地理细分 148
- 二、人口细分 149
- 三、心理细分 149
- 四、行为细分 150

第三节 木地板卖场营销的三大意识 151

- 一、竞争意识 151
- 二、经营意识 152
- 三、学习意识 152

第四节 2009-2010年中国木地板行业营销策略分析 152

- 一、木地板营销策略初探 152
- 二、木地板二三级城市营销策略 153
- 三、打造实木地板企业营销联盟 159
- 四、强化木地板营销模式探讨 161

第十章 2009-2010年中国木地板产业市场竞争格局分析 164

第一节 2009-2010年中国木地板行业竞争分析 164

- 一、木地板行业品牌竞争环境分析 164
- 二、产品创新成地板业竞争关键 165
- 三、品牌木地板上演“服务战” 166
- 四、实木与强化地板竞争形势严峻 167

第二节 2009-2010年中国实木地板企业竞争分析 168

- 一、实木地板行业波特五力分析 168
- 二、实木地板企业竞争战略选择 169
- 三、中国中小型实木地板企业竞争策略 171

四、未来实木地板市场的竞争方向 172

第三节 2009-2010年中国木地板产业竞争趋势分析 172

一、服务成地板业“突围”关键 172

二、变“被动式维修”为“主动关怀” 174

三、“全程服务”已成行业规范 175

第十一章 2009-2010年中国木地板重点企业竞争性财务数据分析 176

第一节 广东省宜华木业股份有限公司 176

一、公司简介 176

二、公司主要经营数据指标分析 177

三、公司经营状况分析 179

四、公司未来战略分析 180

第二节 吉林森林工业股份有限公司 181

一、公司简介 181

二、公司主要经营数据指标分析 182

三、公司经营状况分析 184

第三节 四川升达林业产业股份有限公司 185

一、公司简介 185

二、公司主要经营数据指标分析 187

三、公司经营状况分析 191

第四节 大自然地板（中国）有限公司 191

一、公司简介 191

二、公司产业链分析 192

三、2009-2010年公司发展历程 193

四、公司“金保姆”服务分析 194

第五节 菲林格尔木业（上海）有限公司 195

一、公司简介 195

二、菲林格尔三重百万承诺 195

三、菲林格尔在亚洲的发展历程 196

四、公司竞争力分析 197

第六节 浙江世友木业有限公司 197

一、公司简介 197

- 二、2010年公司赢利分析 198
- 三、公司竞争力分析 199
- 第七节 浙江久盛地板有限公司 200
 - 一、公司简介 200
 - 二、2010年公司经营动态 201
- 第八节 圣象集团有限公司 202
 - 一、企业简介 202
 - 二、圣象国际化发展分析 203
 - 三、2009年公司发展动态 205
 - 四、公司竞争力分析 207
 - 五、公司发展战略分析 208
- 第九节 南京罗伦特地板制品有限公司 208
 - 一、公司简介 208
 - 二、公司竞争力分析 210
- 第十节 安信伟光(上海)木材有限公司 213
 - 一、公司概况 213
 - 二、木地板市场逆境中公司的应对策略 214
 - 三、2009年公司动态 214
 - 四、2010年公司经营动态 215

第四部分 相关产业分析 217

第十二章 2009-2010年中国木地板原料供需现状分析 217

第一节 2009-2010年中国木材产业发展概述 217

- 一、2009年中国木材市场分析 217
- 二、2010年中国木材市场分析 222
- 三、中国木材行业发展方向 223

第二节 2009-2010年中国木材进出口贸易概况 224

- 一、2010年我国木材进出口市场分析 224
- 二、中俄木材贸易发展状况 225
- 三、中非木材贸易分析 227
- 四、中国与加拿大BC省木材贸易状况 230

第三节 2009-2010年中国竹产业分析 233

一、中国竹材资源现状	233
二、中国竹产业概况	234
三、竹产业是21世纪的朝阳产业	235
第十三章 2009-2010年中国木地板相关产业运行态势分析	238
第一节 2009-2010年中国房地产业经济状况分析	238
一、2009年房地产市场运行状况	238
二、2010年房地产市场运行状况	238
第二节 2009-2010年中国建材市场分析	241
一、2009年建材行业运行状况	241
二、2010年建材市场分水岭	242
三、绿色建材有望占据市场主流	243
四、建材市场存在的主要问题	244
五、中国建材市场发展的对策与建议	245
第三节 2009-2010年中国建筑装饰材料行业分析	247
一、建筑装饰行业特征分析	247
二、建筑装饰材料市场的发展形式	248
三、建筑装饰行业存在的主要问题	249
四、建筑装饰材料市场未来走势	250
第五部分 趋势与投资	251
第十四章 2010-2015年中国木地板行业前景趋势分析	251
第一节 2010-2015年中国木地板行业前景解析	251
一、地板行业面临严峻挑战	251
二、中国林木业未来趋势	252
三、2010年木地板业行业前景预测	254
四、木地板新时尚	254
第二节 2010-2015年中国木地板行业发展趋势	255
一、中国木地板产业发展九大趋势	255
二、未来中国木地板行业发展四大方向	258
第三节 2010-2015年中国木地板产业市场盈利预测分析、	258
一、2009年木地板利润分析、	258

二、木地板行业未来新利润点 258

第十五章 2010-2015年中国木地板产业投资机会与风险分析 260

第一节 2010-2015年中国木地板产业投资环境预测分析 260

一、后危机时代主要金融特征分析 260

二、后危机时代中国投资环境分析 262

三、2010-2015年中国经济增长预测 263

四、2010-2015年中国投资趋势预测 263

第二节 2010-2015年中国木地板产业投资机会分析 263

一、时尚木地板投资项目分析 263

二、2010-2015年木地板行业国际投资机会分析 264

三、2010-2015年木地板行业国内投资机会分析 265

第三节 2010-2015年中国木地板产业投资风险分析 266

一、市场竞争风险 266

二、原材料风险分析 266

三、进入风险 267

四、人工成本风险 267

五、汇率风险分析 268

图表目录：

图表 1：2005-2009年国内生产总值 12

图表 2：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度 13

图表 3：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%） 13

图表 4：2005-2009年年末国家外汇储备 14

图表 5：2005-2009年财政收入 15

图表 6：2010年上半年运行情况 15

图表 7：工业增加值增长速度 17

图表 8：2009-2010年同比增长及累计增长 17

图表 9：2008年2月-2010年6月固定资产投资走势（累计） 18

图表 10：社会消费品零售总额 19

图表 11：2008-2010年社会消费品零售总额变化 19

图表 12：2008年1月-2010年6月CPI和PPI同比走势（%） 21

图表 13：2005-2009年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 28

图表 14：2009年人口数及其构成 33

图表 15：2005-2009年农村居民人均纯收入 34

图表 16：2005-2009年城镇居民人均可支配收入 34

图表 17：2009-2010年消费者信心指数 35

图表 18：2010年1-6月地板木制品价格指数 61

图表 19：2010年1-6月实木地板价格走势 62

图表 20：2009年中国实木木地板分省市产量统计数据 71

图表 21：2010年1-5月我国实木木地板分省市产量统计表 72

图表 22：2010年1-6月中国实木木地板分省市产量数据统计 74

图表 23：2010-2015年中国实木地板产品销售量预测 80

图表 24：2009年中国复合木地板分省市产量统计数据 116

图表 25：2010年1-5月我国复合木地板分省市产量统计表 117

图表 26：2009年1-12月胶合板产量表 132

图表 27：2009年中国胶合板产量分省市统计表 132

图表 28：2010年1-5月中国胶合板产量分省市统计表 134

图表 29：2009年1-12月纤维板产量表 135

图表 30：2010年1-5月中国纤维板产量分省市统计表 136

图表 31：2009年1-12月刨花板产量表 137

图表 32：2010年1-5月中国刨花板产量分省市统计表 138

图表 33：广东省宜华木业股份有限公司主营业务构成 177

图表 34：广东省宜华木业股份有限公司每股指标 177

图表 35：广东省宜华木业股份有限公司获利能力 178

图表 36：广东省宜华木业股份有限公司偿债能力 178

图表 37：广东省宜华木业股份有限公司资本结构 178

图表 38：广东省宜华木业股份有限公司发展能力 178

图表 39：广东省宜华木业股份有限公司现金流量分析 179

图表 40：广东省宜华木业股份有限公司经营能力 179

图表 41：吉林森林工业股份有限公司主营业务构成 182

图表 42：吉林森林工业股份有限公司每股指标 182

图表 43：吉林森林工业股份有限公司获利能力 182

图表 44：吉林森林工业股份有限公司经营能力 183

图表 45：吉林森林工业股份有限公司偿债能力 183
图表 46：吉林森林工业股份有限公司资本结构 183
图表 47：吉林森林工业股份有限公司发展能力 183
图表 48：吉林森林工业股份有限公司现金流量分析 184
图表 49：四川升达林业产业股份有限公司主营业务构成 187
图表 50：四川升达林业产业股份有限公司每股指标 188
图表 51：四川升达林业产业股份有限公司获利能力 189
图表 52：四川升达林业产业股份有限公司经营能力 189
图表 53：四川升达林业产业股份有限公司偿债能力 189
图表 54：四川升达林业产业股份有限公司资本结构 190
图表 55：四川升达林业产业股份有限公司发展能力 190
图表 56：四川升达林业产业股份有限公司现金流量分析 190
图表 57：浙江世友木业有限公司盈利能力分析 198
图表 58：中国竹林面积 233
图表 59：1999-2009年房地产和住宅开发投资及其增长率 238
图表 60：全国商品房施工面积、新开工面积趋势 239
图表 61：1999年-2009年全国住宅销售面积和销售额 240
图表 62：1999-2009年全国住宅销售面积和销售额增长率 240
图表 63：历年全国商品房和住宅销售面积和销售额增长率 240
图表 64：2008-2010年木地板利润分析 258

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201103/62916.html>