

2021-2026年中国木地板行业市场全景调研及投资 规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国木地板行业市场全景调研及投资规划建议报告》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：<https://www.huaon.com/channel/building/705010.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

木地板是国内装修最重要的铺装材料之一，按照品类可以将木地板分为为强化复合地板、实木复合地板、实木地板、竹地板四类，其中强化复合地板和实木复合地板由于其综合能力相对较好，成为市场上的主流品类。

2019年我国住宅商品房销售面积为150144万m²，相比于2010年增长了60.79%，而我国规模以上木地板企业销量在此期间只增长了6.42%，木地板的增长率远低于住宅商品房，由此可知，木地板的市场空间受到其他材料的挤压，同时也表明木地板产业还有很大的发展空间。根据中国林产工业协会的统计，2020年我国规模以上企业木竹地板销量为41170万平方米，相比于2019年有所回落。

2014-2020年我国规模以上企业木竹地板销量变化

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。

报告目录：

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 中国木地板行业政策环境分析

- 一、行业主管部门和管理体制
- 二、木地板行业相关标准分析
- 三、《木地板铺设面层验收规范》
- 四、《木地板保修期内面层检验规范》
- 五、《中国木地板行业服务规范》

第二节 中国木地板行业经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第三节 中国木地板行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、科技环境分析
- 五、生态环境分析
- 六、中国城镇化率

第四节 中国木地板行业产业链分析

- 一、中国木地板行业产业链概述
 - (一) 中国木地板行业产业链结构
 - (二) 中国木地板行业上下游影响
- 二、木地板行业上下游发展情况
 - (一) 中国人造板行业发展分析
 - (二) 中国房地产市场发展分析
 - 1、中国房地产投资规模分析
 - 2、中国房地产供应面积分析
 - 3、中国房地产需求规模分析

第三章 中国木地板行业发展的基本情况分析

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 中国木地板行业发展状况分析

由于中美贸易摩擦带来的影响以及世界经济复苏乏力，木材制品出口由于欧盟及许多新兴国

家经济发展在减速，欧元及许多国家的货币不断贬值;加上美国大幅度提高实木复合地板的反倾销税率和提高人造板、木质家具和强化地板等木制品的进口甲醛释放量标准等，打压我国林产品的出口的影响，使我国木地板及木质家具出口困难加大。2015-2020年我国木地板出口额从2.74亿美元下降至1.2亿美元，特别是美国2015年公布提高实木复合地板反倾销税率后，对用胶合板做基材的实木复合地板出口打击很大，出口量大幅度下降，许多实木复合地板产量因此也明显减少。

2015-2020年我国木地板进出口额变化

第四节 中国低碳经济与木地板行业发展分析

第五节 中国地板行业出口面临形势分析

第六节 中国木地板企业发展瓶颈分析

第七节 中国木地板创新力分析

第八节 中国木地板品牌分析

第四章 中国木地板制造所属行业数据监测分析

第一节 中国木地板制造所属行业发展分析

一、中国木地板制造所属行业发展概况

二、中国木地板制造所属行业发展概况

三、中国木地板制造所属行业发展概况

第二节 中国木地板制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 中国木地板制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第四节 中国木地板制造所属行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第五章 中国实木地板市场营运格局分析

第一节 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、中国实木地板销售规模分析

三、实木地板价格调整分析

四、实木地板四大消费趋势

第二节 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 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 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 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 强化木地板介绍分析

第二节 中国强化木地板发展历程

第三节 强化木地板销售规模分析

第四节 强化地板企业提高竞争力

第五节 强化地板的发展优势分析

第六节 强化复合地板加强市场竞争力

第七节 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 我国复合木地板发展现况分析

- 一、复合木地板的生产规模分析
- 二、复合实木地板销售规模分析

三、复合实木地板成为市场新宠

四、实木复合地板价格动态分析

第三节 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、三层实木复合地板走俏市场的原因

三、三层实木复合地板优势及前景分析

第四节 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

第五节 2021-2026年我国实木复合地板发展趋向分析

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

第二节 中国竹地板市场发展情况分析

第三节 中国竹木复合地板市场格局分析

一、竹木复合地板的市场现状

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 互联网地板产品消费情况调查分析

第一节 互联网地板消费人群指数分析

一、地板消费人群年龄层次分析

二、地板消费人群家庭装修面积分析

三、地板消费人群区域分布分析

第二节 互联网地板产品指数分析

一、地板产品类型指数分析

二、地板产品购买价格指数分析

三、地板产品消费者性能需求指数分析

第三节 互联网地板产品消费渠道指数分析

一、消费者购买渠道指数分析

二、消费者获取地板产品的信息来源指数分析

第四节 互联网地板消费者电商接受度分析

一、地板消费者接受度指数分析

二、消费者电商购买渠道年龄层对比分析

三、地板网络消费问题指数分析

第五节 互联网地板消费投诉指数分析

第六节 互联网地板消费结论分析

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 地板企业更新营销方式

第五节 80、90的个性化体验营销分析

一、地板消费特征分析

二、地板品牌的营销设想

三、地板企业营销建议

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、行业现有企业间的竞争

二、行业新进入者威胁分析

三、替代产品或服务的威胁

四、上游供应商讨价还价能力

五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国木地板行业竞争现状分析

第三节 中国木地板业的多元化竞争格局分析

第四节 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竞争性财务数据分析

第一节 德尔国际家居股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节 四川升达林业产业股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第三节 大亚科技股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第四节 广东省宜华木业股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第五节 大自然家居控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第六节 湖州富得利木业股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第七节 江苏肯帝亚木业有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第八节 久盛地板有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第九节 浙江世友木业有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第十节 浙江大东吴绿家木业有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第十三章 2021-2026年中国木地板行业发展趋势分析

第一节 我国木地板市场发展趋势分析

第二节 中国木地板环保趋势分析

一、环保成全球地板业的主要方向

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

第三节 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

第四节 木塑地板将引领地板行业新潮流

第五节 地板采暖成未来地板市场生力军

第六节 影响地板行业发展的相关趋势预测

一、中国房地产行业发展趋势

二、中国木地板出口预测趋势

(一) 竹木地板占领出口市场

(二) 微晶木地板适合出口东南亚

(三) 实木复合地板出口趋势

(四) 强化木地板出口趋势

三、中国木地板人均使用趋势

四、中国城市住宅木地板使用率趋势

第七节 2021-2026年中国木地板市场供需预测

一、实木地板行业的产量预测

二、复合木地板行业的产量预测

三、强化木地板行业的产量预测

四、木地板行业的销售收入预测

五、实木地板行业销售规模预测

六、复合木地板行业销售规模预测

七、强化木地板行业销售规模预测

第十四章 2021-2026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(AK HHSW)

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 中国地板企业发展策略分析

一、中小地板企业发展策略

二、打造长远策略营销战术

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：

图表：2020年中国木地板所属行业区域结构

图表：2020年中国木地板所属行业渠道结构

图表：2020年中国木地板所属行业需求总量

图表：2020年中国木地板所属行业市场饱和度

图表：2020年中国木地板所属行业供给总量

图表：2020年中国木地板所属行业供给增长速度

图表：2021-2026年中国木地板所属行业供给量预测

图表：2020年中国木地板所属行业净资产增长率

图表：2020年中国木地板产品出口量以及出口额

图表：2020年中国木地板行业出口地区分布

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/building/705010.html>