

# 2017-2022年强化木地板行业 分析与发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2017-2022年强化木地板行业分析与发展前景研究报告》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.chinairr.org/report/R04/R0403/201611/14-218562.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

强化木地板自1995年前后进入我国市场，1997年开始国产。强化木地板是一种符合国家可持续发展战略的利国利民的绿色环保产品。它的主要原材料是速生小径木材等，产品采用高科技手段加工而成。2010年，我国地板生产企业销售量约3.99亿平方米，同比增长9.6%。其中强化木地板约2.38亿平方米，同比增长12.3%；2011年，我国木地板产量3.97亿m<sup>2</sup>，其中强化木地板2.35亿m<sup>2</sup>，总产值超过700亿元，生产量与消费量均居世界第一位。2015年我国木地板产销量达4.06亿平方米，总产值约760亿元。2015年我国强化木地板产销量约2.11亿平方米，同比下降10.2%。

我国强化木地板市场的发展前景乐观，主要有以下优势：政策优势。强化木地板符合国家可持续发展的资源政策，符合国家环境保护政策，符合世界性环保要求，国家相关产业政策支持力大。产品优势。强化木地板将继续以耐磨、美观、环保、防潮、阻燃、防蛀、安装便捷、易清洁护理、经济实用等诸多优点而获得更多消费者的青睐；强化木地板品质不断提高，产品更加艺术（装修效果图）化、个性化，更真实、美观，更轻巧，更环保，表面处理技术更趋先进和多样化，更能满足不同市场的需求。市场环境和市场营销优势。

经济的发展，人们的基本生活需求大部分都已经满足，根据马斯洛需求层次理论，当人的基本生活要求满足后，就会向更高层次方向发展，其中安全需要则是更高心理需求表现之一，消费者会变得非常重视自己的生存周围环境，越来越关注个人健康安全，强化木地板作为家居生活的一部分，安全健康是必须保证的，因此真正健康环保的绿色强化木地板在市场上永远都是会受欢迎的。随着人们的生活水平提高了，相应的消费要求也变得更高、更多，时尚化、个性化、多样化的强化木地板已经是时代发展的主流。

报告目录：

### 第一部分行业发展现状

#### 第一章强化木地板行业发展概述 1

##### 第一节强化木地板行业的概念 1

###### 一、强化木地板行业的定义 1

###### 二、强化木地板行业的特点 1

###### 三、强化木地板行业的分类 2

##### 第二节强化木地板行业发展成熟度 3

###### 一、行业发展周期分析 3

###### 二、行业中外市场成熟度对比 3

### 三、行业及其主要子行业成熟度分析 4

#### 第三节强化木地板行业市场特征分析 5

##### 一、市场规模 5

##### 二、产业关联度 6

##### 三、影响需求的关键因素 7

##### 四、国内和国际市场 8

##### 五、主要竞争因素 8

##### 六、生命周期 10

#### 第四节强化木地板行业经营模式分析 10

##### 一、生产模式 10

##### 二、采购模式 11

##### 三、销售模式 13

##### 四、物流模式 15

## 第二章全球强化木地板行业发展分析 16

### 第一节世界强化木地板行业发展分析 16

#### 一、2011年世界强化木地板行业发展分析 16

#### 二、2015年世界强化木地板行业发展分析 16

#### 三、2013年世界强化木地板行业发展分析 16

### 第二节全球强化木地板行业市场分析 17

#### 一、2013年全球强化木地板行业需求分析 17

#### 二、2013年欧美强化木地板行业需求分析 18

### 第三节 2014-2016年主要国家或地区强化木地板行业发展分析 18

#### 一、2014-2016年美国强化木地板行业分析 18

#### 二、2014-2016年德国强化木地板行业分析 19

#### 三、2014-2016年欧洲强化木地板行业分析 20

## 第三章我国强化木地板行业发展分析 21

### 第一节中国强化木地板行业发展状况 21

#### 一、2015年强化木地板行业发展状况分析 21

#### 二、2015年中国强化木地板行业发展动态 22

#### 三、2015年强化木地板行业经营业绩分析 24

#### 四、碳晶强化木地板行业的发展概况 25

#### 第二节中国强化木地板行业市场供需状况 26

##### 一、2013年中国强化木地板行业供给能力 26

##### 二、2013年中国强化木地板行业市场供给分析 26

##### 三、2013年中国强化木地板行业市场需求分析 26

##### 四、2013年中国强化木地板行业产品价格分析 27

#### 第三节我国强化木地板行业市场分析 27

##### 一、2015年上半年强化木地板行业市场分析 27

##### 二、2015年下半年强化木地板行业市场分析 28

##### 三、2013年上半年强化木地板行业市场分析 28

##### 四、2013年强化木地板行业市场的走向分析 29

#### 第四章强化木地板行业产业经济运行分析 30

#### 第一节 2014-2016年中国强化木地板行业产业工业总产值分析 30

##### 一、2014-2016年中国强化木地板行业产业工业总产值分析 30

##### 二、不同规模企业工业总产值分析 31

##### 三、不同所有制企业工业总产值比较 32

#### 第二节 2014-2016年中国强化木地板行业产业市场销售收入分析 36

##### 一、2014-2016年中国强化木地板行业产业市场总销售收入分析 36

##### 二、不同规模企业总销售收入分析 37

##### 三、不同所有制企业总销售收入比较 38

#### 第三节 2014-2016年中国强化木地板行业产业产品成本费用分析 42

##### 一、2014-2016年中国强化木地板行业产业成本费用总额分析 42

##### 二、不同规模企业销售成本比较分析 42

##### 三、不同所有制企业销售成本比较分析 44

#### 第四节 2014-2016年中国强化木地板行业产业利润总额分析 47

##### 一、2014-2016年中国强化木地板行业产业利润总额分析 47

##### 二、不同规模企业利润总额比较分析 48

##### 三、不同所有制企业利润总额比较分析 49

#### 第五章我国强化木地板行业产业进出口分析 53

#### 第一节我国强化木地板行业产品进口分析 53

- 一、2015年进口总量分析 53
- 二、2015年进口结构分析 54
- 三、2015年进口区域分析 54
- 第二节我国强化木地板行业产品出口分析 55
- 一、2015年出口总量分析 55
- 二、2015年出口结构分析 55
- 三、2015年出口区域分析 56
- 第三节我国强化木地板行业产品进出口预测 56
- 一、2013年上半年进口分析 56
- 二、2013年上半年出口分析 57
- 三、2013年强化木地板行业进口预测 57
- 四、2013年强化木地板行业出口预测 59

## 第六章强化木地板行业产业链分析 60

### 第一节强化木地板行业产业链关联性分析 60

### 第二节强化木地板行业产业链下游分析 62

- 一、房地产行业发展分析 62
- 二、商业写字楼市场发展分析 71
- 三、住宅区市场发展分析 74

### 第三节强化木地板行业产业链上游分析 75

- 一、木材市场运营现状与价格分析 75
- 二、油漆市场运营现状与价格分析 94
- 三、胶粘剂市场运营现状与价格分析 97

## 第二部分行业竞争格局

## 第七章强化木地板行业竞争格局分析 107

### 第一节行业竞争结构分析 107

- 一、现有企业间竞争 107
- 二、潜在进入者分析 109
- 三、替代品威胁分析 110
- 四、供应商议价能力 112
- 五、客户议价能力 113

## 第二节行业集中度分析 114

### 一、市场集中度分析 114

### 二、企业集中度分析 115

### 三、区域集中度分析 115

## 第三节行业国际竞争力比较 117

### 一、欧洲强化木地板市场竞争状况 117

### 二、北美强化木地板市场竞争状况 119

### 三、亚洲强化木地板市场竞争状况 120

### 四、南美强化木地板市场竞争状况 120

## 第四节强化木地板行业主要企业竞争力分析 120

## 第五节 2014-2016年强化木地板行业竞争格局分析 123

### 一、2015年强化木地板行业竞争分析 123

### 二、2015年中外强化木地板行业产品竞争分析 125

### 三、2014-2016年国内外强化木地板行业竞争分析 126

### 四、2014-2016年我国强化木地板行业市场竞争分析 127

### 五、2014-2016年我国强化木地板行业市场集中度分析 128

### 六、2017-2022年国内主要强化木地板行业企业动向 130

## 第八章强化木地板行业企业竞争策略分析 131

### 第一节强化木地板行业市场竞争策略分析 131

#### 一、2013年强化木地板行业市场增长潜力分析 131

#### 二、2013年强化木地板行业主要潜力品种分析 133

#### 三、现有强化木地板行业产品竞争策略分析 134

#### 四、潜力强化木地板行业品种竞争策略选择 135

#### 五、典型企业产品竞争策略分析 136

### 第二节强化木地板行业企业竞争策略分析 139

#### 一、“十二五”规划对强化木地板行业竞争格局的影响 139

#### 二、“十二五”规划期间强化木地板行业竞争格局的变化 142

#### 三、2017-2022年我国强化木地板行业市场竞争趋势 143

#### 四、2017-2022年强化木地板行业竞争格局展望 144

#### 五、2017-2022年强化木地板行业竞争策略分析 145

#### 六、2017-2022年强化木地板行业企业竞争策略分析 172

### 第三节强化木地板行业的营销策略分析 176

#### 一、营销策略现状 176

#### 二、营销策略发展趋势 177

#### 三、行业环保产品技术的发展和理念的打造 179

## 第九章强化木地板行业的优劣势对比 182

### 第一节原材料方面的优劣势分析 182

#### 一、优势分析 182

#### 二、劣势分析 183

### 第二节价格成本方面的优劣势分析 185

#### 一、行业的价格相对低廉 185

#### 二、不法商家低价恶性竞争 185

### 第三节环保方面的优劣势分析 187

#### 一、优势分析 187

#### 二、劣势分析 189

## 第十章主要强化木地板行业企业竞争分析 190

### 第一节圣象集团 190

#### 一、企业概况 190

#### 二、竞争优势分析 192

#### 三、2014-2016年经营状况 194

#### 四、2017-2022年发展战略 196

### 第二节菲林格尔木业（上海）有限公司 198

#### 一、企业概况 198

#### 二、竞争优势分析 199

#### 三、技术状况 200

#### 四、2017-2022年发展战略 200

### 第三节升达林业 201

#### 一、企业概况 201

#### 二、竞争优势分析 202

#### 三、2014-2016年经营状况 204

#### 四、2017-2022年发展战略 205



#### 第四节西塞罗地板 206

##### 一、企业概况 206

##### 二、竞争优势分析 207

##### 三、经营产品 207

##### 四、2017-2022年发展战略 208

#### 第五节德尔集团 208

##### 一、企业概况 208

##### 二、竞争优势分析 209

##### 三、2014-2016年经营状况 209

##### 四、2017-2022年发展战略 210

#### 第六节生活家地板 211

##### 一、企业概况 211

##### 二、竞争优势分析 214

##### 三、2014-2016年经营状况 215

##### 四、2017-2022年发展战略 218

#### 第七节圣保罗木业有限公司 220

##### 一、企业概况 220

##### 二、竞争优势分析 222

##### 三、2014-2016年经营状况 223

##### 四、2017-2022年发展战略 223

#### 第八节吉象木业 225

##### 一、企业概况 225

##### 二、竞争优势分析 228

##### 三、2014-2016年经营状况 229

##### 四、2017-2022年发展战略 230

#### 第九节安徽扬子地板股份有限公司 232

##### 一、企业概况 232

##### 二、竞争优势分析 233

##### 三、2014-2016年经营状况 234

##### 四、2017-2022年发展战略 236

#### 第十节大自然家居（中国）有限公司 236

##### 一、企业概况 236

- 二、竞争优势分析 238
- 三、2014-2016年经营状况 240
- 四、2017-2022年发展战略 243

### 第三部分行业前景预测

#### 第十一章强化木地板行业发展趋势分析 247

##### 第一节 2013年发展环境展望 247

- 一、2013年宏观经济形势展望 247
- 二、2013年政策走势及其影响 257
- 三、2013年国际经济走势展望 259

##### 第二节 2013年强化木地板行业发展趋势分析 262

- 一、2013年技术发展趋势分析 262
- 二、2013年产品发展趋势分析 263
- 三、2013年行业竞争格局展望 265

##### 第三节 2017-2022年中国强化木地板行业市场趋势分析 267

- 一、2014-2016年强化木地板行业市场趋势总结 267
- 二、2017-2022年强化木地板行业发展趋势分析 269
- 三、2017-2022年强化木地板行业市场发展空间 273
- 四、2017-2022年强化木地板行业产业政策趋向 274
- 五、2017-2022年强化木地板行业技术革新趋势 275
- 六、2017-2022年强化木地板行业价格走势分析 276

#### 第十二章未来强化木地板行业发展预测 278

##### 第一节未来强化木地板行业需求与消费预测 278

- 一、2017-2022年强化木地板行业产品消费预测 278
- 二、2017-2022年强化木地板行业市场规模预测 279
- 三、2017-2022年木地板行业总产值预测 279
- 四、2017-2022年木地板行业销售收入预测 280

##### 第二节 2017-2022年中国强化木地板行业供需预测 280

- 一、2017-2022年中国强化木地板行业供给预测 280
- 二、2017-2022年中国强化木地板行业产量预测 281
- 三、2017-2022年中国强化木地板行业需求预测 281

- 四、2017-2022年中国强化木地板行业供需平衡预测 282
- 五、2017-2022年中国强化木地板行业产品价格预测 282
- 六、2017-2022年主要强化木地板行业产品进出口预测 283

#### 第四部分投资战略研究

#### 第十三章强化木地板行业投资现状分析 284

##### 第一节 2015年强化木地板行业投资情况分析 284

- 一、2015年总体投资及结构 284
- 二、2015年森工投资规模情况 287
- 三、2015年南方智谷投资情况 290
- 四、2015年分行业投资分析 291
- 五、2015年南宁地区投资分析 292
- 六、近年来外商投资情况 293

##### 第二节 2013年上半年强化木地板行业投资情况分析 293

- 一、2013年上半年总体投资及结构 293
- 二、2013年上半年投资机遇情况 294
- 三、2013年上半年秀屿投资情况 295
- 四、2013年上半年呼和浩特投资分析 296
- 五、2013年上半年圣象投资分析 296
- 六、2013年上半年满洲投资情况 297

#### 第十四章强化木地板行业投资发展环境分析 299

##### 第一节 经济环境 299

- 一、宏观经济环境 299
- 二、行业经济环境 332
- 三、市场营销环境 333

##### 第二节 政策环境 337

- 一、国家政策环境 337
- 二、各级地方政府政策环境 342
- 三、政府支持行业发展的具体行为 343
- 四、国际对中国强化木地板行业的政策与行为研究 343

##### 第三节 技术环境 344

- 一、国内技术水平 344
- 二、行业工艺流程 346
- 三、国内技术发展的趋势 348
- 四、国际技术发展的趋势 349
- 第四节社会人文环境 350
  - 一、居民收入状况 350
  - 二、居民消费水平 352
  - 三、居民强化木地板行业消费占总消费的比例 353
  - 四、居民的消费理念 353
  - 五、居民对强化木地板行业的消费偏好 357
  - 六、文化环境 358

## 第十五章强化木地板行业投资机会与风险 361

### 第一节行业活力系数比较及分析 361

- 一、2013年相关产业活力系数比较 361
- 二、2011-2015年行业活力系数分析 361

### 第二节行业投资收益率比较及分析 362

- 一、2013年相关产业投资收益率比较 362
- 二、2011-2015年行业投资收益率分析 362

### 第三节强化木地板行业投资效益分析 363

- 一、2014-2016年强化木地板行业投资状况分析 363
- 二、2017-2022年强化木地板行业投资效益分析 373
- 三、2017-2022年强化木地板行业投资趋势预测 374
- 四、2017-2022年强化木地板行业的投资方向 375
- 五、2017-2022年强化木地板行业投资的建议 377
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析 379

### 第四节影响强化木地板行业发展的主要因素 381

- 一、2017-2022年影响强化木地板行业运行的有利因素分析 381
- 二、2017-2022年影响强化木地板行业运行的稳定因素分析 381
- 三、2017-2022年影响强化木地板行业运行的不利因素分析 382
- 四、2017-2022年我国强化木地板行业发展面临的挑战分析 382
- 五、2017-2022年我国强化木地板行业发展面临的机遇分析 383

## 第五节强化木地板行业投资风险及控制策略分析 384

- 一、2017-2022年强化木地板行业市场风险及控制策略 384
- 二、2017-2022年强化木地板行业政策风险及控制策略 385
- 三、2017-2022年强化木地板行业经营风险及控制策略 386
- 四、2017-2022年强化木地板行业技术风险及控制策略 387
- 五、2017-2022年强化木地板行业同业竞争风险及控制策略 389
- 六、2017-2022年强化木地板行业其他风险及控制策略 389

## 第十六章中国产业洞察网行业投资战略研究 390

### 第一节中国产业洞察网行业发展战略研究 390

- 一、战略综合规划 390
- 二、技术开发战略 392
- 三、业务组合战略 393
- 四、区域战略规划 395
- 五、产业战略规划 399
- 六、营销品牌战略 402
- 七、竞争战略规划 403

### 第二节中国产业洞察网行业品牌的战略思考 406

- 一、企业品牌的重要性 406
- 二、强化木地板行业实施品牌战略的意义 407
- 三、强化木地板行业企业品牌的现状分析 408
- 四、我国强化木地板行业企业的品牌战略 410
- 五、强化木地板行业品牌战略管理的策略 412

### 第三节中国产业洞察网行业投资战略研究 413

- 一、2015年强化木地板行业投资战略研究 413
- 二、2013年强化木地板行业投资战略研究 415
- 三、2017-2022年强化木地板行业投资形势 417
- 四、2017-2022年强化木地板行业投资战略 418

## 部分图表目录

图表：2013年全球强化木地板行业需求情况 17

图表：2013年全球强化木地板行业需求情况 18

图表：2015年德国地板行业总产值占比分析分析 20

图表：2010-2015年我国木地板和强化木地板销量对比 21

图表：2011-2015年我国木地板行业产量对比 24

图表：2010-2015年我国木地板行业产值情况 25

图表：2013年我国强化木地板供给情况 26

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业销售产值 30

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业大型企业销售产值 31

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业中型企业销售产值 31

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售产值 32

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业国有企业企业销售产值 32

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业集体企业销售产值 33

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业股份合作企业销售产值 33

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业股份制企业销售产值 34

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业私营企业销售产值 34

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售产值 35

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业其他企业销售产值 35

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业销售收入 36

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业大型企业销售收入 37

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业中型企业销售收入 37

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售收入 38

图表：2014-2016年我国强化木地板及人造板行业国有企业销售收入 38

图表：2014-2016年我国强化木地板及人造板行业集体企业销售收入 39

图表：2014-2016年我国强化木地板及人造板行业股份合作销售收入 39

图表：2014-2016年我国强化木地板及人造板行业股份企业销售收入 40

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业私营企业销售收入 40

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业外商企业销售收入 41

图表：2015年我国强化木地板及人造板行业其他企业销售收入 41

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0403/201611/14-218562.html>