



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年实木地板行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年实木地板行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/129682.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

随着全球环保消费大趋势的影响，三层和多层实木地板正越来越多地抢占实木地板份额，成为地板消费的主流。欧美市场三层、多层新实木地板早已形成市场主流。在欧洲市场，三层实木复合地板占有60%左右的实木类地板市场份额。美国市场上，多层实木复合地板也是实木类地板消费主流。中国市场从上世纪90年代开始引入这两类产品。2008年，我国以三层、多层为主流的实木复合地板总销售量达到7800万平方米，其中三层实木复合地板销售量是2500万平方米，大约80%出口到欧美市场。以实木复合类地板销量排名第一的圣象地板为例，每年增长超过30%。到2008年底，以三层多层为主流的"新实木"地板品牌集中度进一步提高，以位列全国实木类地板销量第一的圣象地板为例，90%实木类产品为三层和多层，每年增长超过30%，全国销量前十名企业品牌主流产品结构已全部转化为三层多层为主的"新实木"，市场份额成为市场消费的第一风向标。来自中国林产工业协会统计：2005-2007年全国实木复合类地板产品累计产销量分别达到6000、7500、8800万平方米，以超过20%左右的速度增长，已跃居实木类地板消费首席。而传统独体实木地板2008年市场规模已不足整体实木类份额的30%。这一消费结构大约与欧美实木类地板品类结构相当。以三层实木为代表的大幅面规格和以多层实木丰富表面工艺为代表的装饰风格上的突破给了新实木类地板很多加分。大幅面大规格华贵典雅，而表面手刮、烟熏、手工着色等表面工艺营造了自然、仿古、乡村等装饰氛围，为喜爱不同装饰风格的个性装修提供了丰富的表现力。实木复合地板纵横交错结构让产品更加稳定，在抗冲击性、表面耐磨等指标上独树一帜，多重特殊的前处理让木材达到含水率均衡并进行除虫、除菌、阻燃等功能处理，轻松应对长达30年的家用和人流并不密集的商务场所。

在欧美地板消费市场，三层实木复合地板占据90%以上的份额，但在国内消费市场却难睹芳容。随着海外消费市场疲软、地板出口受阻，他们不得不转头瞄向国内，开始了一轮国内市场攻坚战。2009年6月30日，年产能在300万平方米以上的13家企业组建的"三层实木复合地板推广联盟"通过网络展开新一轮宣传攻势。然而，面临着渠道短缺、成本太高、利润微薄等瓶颈，这种高品质的产品进入寻常百姓家，还有相当长的路要走。仔细观察13家重量级地板企业，不难发现，他们旗下都拥有年产能超过300万平方米的三层实木复合地板生产线，而他们的目的也就是为了推广三层实木复合地板，这一在欧美国家广受欢迎、但在国内基本不被知晓的地板品类。说到地板，欧美国家消费者理所应当地认为就是三层实木复合地板，但在国内，三层实木复合地板尚乏人问津，强化地板占据主流，多层实木复合地板和全实木地板略有地位。如何将三层实木复合地板推广给中国消费者，是他们头疼之事。

虽然三层实木复合地板在国内需求甚少，但生产企业却不少，自1994年第一条三层实木复合地板生产线落户国内，十多年来，已相继有百余家企业在从事三层实木复合地板生产，年

产能超过5000万平方米，不过，80%以上都是供给国外市场。2008年下半年以来，全球金融风暴危及地板行业，国外消费市场疲软，国家调整地板出口退税，外销的三层实木复合地板企业订单骤然减少，时至今日，仍无法恢复生产，惟有打开内销市场的大门才能挽救命运。无论从品质上看，还是从风格上看，或是环保、功能、寿命、稳定性上看，三层实木复合地板确实是地板产品中的佼佼者，在国外已经拥有150多年的历史，但较高的产品品质也就意味着较高的生产成本和销售价格，甚至部分产品比全实木地板还要贵，在人们普遍已接受了强化地板、多层实木复合及全实木地板的市场环境下，如此高价但并不闻名的三层实木复合地板处境尴尬。

国内企业从事三层实木复合地板生产多数是为国外企业提供代加工，代加工赚取的利润，比起内销的强化地板或实木地板企业销售利润来说要低很多，就是现在转型内销，三层实木复合地板给经销商的出厂价也是很低的，但因为目前还没有形成大规模的销量，代理商没办法给市场较低的价格，造成了三层实木复合地板价格高出一截，如果有销量，价格是会适当降下来的。是先降价追求销量，还是有了销量再降价，即便降价，由于其成本较高也难以降到消费者预期的心理价位，摆在三层实木复合地板面前的"价格问题"实属棘手；在这些地板老总们看来，"到底什么时候，消费者能认识到三层实木复合地板品质确属上乘"这一问题不解决，"价格问题"便永远解决不了。事实上，三层实木复合地板属于一种高端产品，自应有其高端的销售渠道，凭国内既有的地板渠道体系推广，与强化地板争市场并非明智之举。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国建材工业协会、中国地板行业协会、中国林产工业协会地板专业委员会、中国林科院木材工业研究所、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、家装建材行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国实木地板行业的发展状况、市场竞争、流通渠道等进行了分析，并重点分析了主要子行业的发展状况和特点，报告还对行业重点企业、发展趋势、发展策略等做了重点分析。本报告是国内外实木地板企业、房地产开发企业、物业管理和装修公司等单位准确了解目前实木地板行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对实木地板的上游供应厂商、实木地板企业以及欲在实木地板领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前实木地板业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 实木地板行业发展概述

第一节 实木地板的概念

一、实木地板的定义

二、实木地板的特点

三、实木地板的分类

第二节 实木地板行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 实木地板市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 全球实木地板行业发展分析

第一节 世界实木地板行业发展分析

一、2007年世界实木地板行业发展分析

二、2008年世界实木地板行业发展分析

三、2009年世界实木地板行业发展分析

第二节 全球实木地板市场分析

一、2009年全球实木地板需求分析

二、2009年欧美实木地板需求分析

三、2009年中外实木地板市场对比

第三节 2008-2009年主要国家或地区实木地板行业发展分析

一、2008-2009年美国实木地板行业分析

二、2008-2009年日本实木地板行业分析

三、2008-2009年欧洲实木地板行业分析

第三章 我国实木地板行业发展分析

第一节 中国实木地板行业发展状况

- 一、2008年实木地板行业发展状况分析
- 二、2008年中国实木地板行业发展动态
- 三、2008年实木地板行业经营业绩分析
- 四、2008年我国实木地板行业发展热点

第二节 中国实木地板市场供需状况

- 一、2009年中国实木地板行业供给能力
- 二、2009年中国实木地板市场供给分析
- 三、2009年中国实木地板市场需求分析
- 四、2009年中国实木地板产品价格分析

第三节 我国实木地板市场分析

- 一、2008年上半年实木地板市场分析
- 二、2008年下半年实木地板市场分析
- 三、2009年上半年实木地板市场分析
- 四、2009年实木地板市场的走向分析

第四章 实木地板产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国实木地板产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国实木地板产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国实木地板产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国实木地板产业市场总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国实木地板产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国实木地板产业成本费用总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国实木地板产业利润总额分析

- 一、2008-2009年中国实木地板产业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国实木地板产业进出口分析

第一节 我国实木地板产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国实木地板产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国实木地板产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年实木地板进口预测

四、2009年实木地板出口预测

第六章 2008-2009年关联产业发展分析

第一节 房地产行业发展分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2009-2012年行业发展形势

第二节 建材行业发展分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2009-2012年行业发展形势

第三节 地板行业发展分析

一、2008-2009年行业发展现状

- 二、2008-2009年市场需求分析
- 三、2008-2009年市场规模分析
- 四、2008-2009年市场竞争分析
- 五、2009-2012年行业发展形势

第七章 中国实木地板需求与消费者偏好调查

第一节 2008-2009年中国实木地板产量统计分析

第二节 2008-2009年中国实木地板历年消费量统计分析

第三节 实木地板产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 实木地板产品的品牌市场调查

- 一、消费者对实木地板品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对实木地板产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对实木地板品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、实木地板品牌忠诚度调查
- 六、实木地板品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度

第二部分 行业竞争格局

第八章 实木地板行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 实木地板行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年实木地板行业竞争格局分析

一、2008年实木地板行业竞争分析

二、2008年中外实木地板产品竞争分析

三、2008-2009年国内外实木地板竞争分析

四、2008-2009年我国实木地板市场竞争分析

五、2008-2009年我国实木地板市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要实木地板企业动向

第九章 实木地板企业竞争策略分析

第一节 实木地板市场竞争策略分析

一、2009年实木地板市场增长潜力分析

二、2009年实木地板主要潜力品种分析

三、现有实木地板产品竞争策略分析

四、潜力实木地板品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 实木地板企业竞争策略分析

一、金融危机对实木地板行业竞争格局的影响

二、金融危机后实木地板行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国实木地板市场竞争趋势

四、2009-2012年实木地板行业竞争格局展望

五、2009-2012年实木地板行业竞争策略分析

六、2009-2012年实木地板企业竞争策略分析

第十章 主要实木地板企业竞争分析

第一节 大自然（中国驰名商标，广东）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 世友（中国驰名商标，浙江）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 圣象（中国驰名商标，上海）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 安信（中国驰名商标，上海）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 宜华（中国驰名商标，广东）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 久盛（中国驰名商标，浙江）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 方圆（中国驰名商标，浙江）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 永吉（中国驰名商标，浙江永吉）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 富得利（中国驰名商标，浙江）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 誉丰（中国驰名商标，上海）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 实木地板行业发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年实木地板行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国实木地板市场趋势分析

一、2008-2009年实木地板市场趋势总结

二、2009-2012年实木地板发展趋势分析

三、2009-2012年实木地板市场发展空间

四、2009-2012年实木地板产业政策趋向

五、2009-2012年实木地板技术革新趋势

六、2009-2012年实木地板价格走势分析

第十二章 未来实木地板行业发展预测

第一节 未来实木地板需求与消费预测

一、2009-2012年实木地板产品消费预测

二、2009-2012年实木地板市场规模预测

三、2009-2012年实木地板行业总产值预测

四、2009-2012年实木地板行业销售收入预测

五、2009-2012年实木地板行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国实木地板行业供需预测

一、2008-2012年中国实木地板供给预测

二、2009-2012年中国实木地板产量预测

三、2009-2012年中国实木地板需求预测

四、2009-2012年中国实木地板供需平衡预测

五、2009-2012年中国实木地板产品价格预测

六、2009-2012年主要实木地板产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 实木地板行业投资现状分析

第一节 2008年实木地板行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年实木地板行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十四章 实木地板行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年实木地板行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十五章 实木地板行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 实木地板行业投资效益分析

一、2008-2009年实木地板行业投资状况分析

二、2009-2012年实木地板行业投资效益分析

三、2009-2012年实木地板行业投资趋势预测

四、2009-2012年实木地板行业的投资方向

五、2009-2012年实木地板行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响实木地板行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响实木地板行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响实木地板行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响实木地板行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国实木地板行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国实木地板行业发展面临的机遇分析

第五节 实木地板行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年实木地板行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年实木地板行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年实木地板行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年实木地板行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年实木地板同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年实木地板行业其他风险及控制策略

第十六章 实木地板行业投资战略研究

第一节 实木地板行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国实木地板品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、实木地板实施品牌战略的意义

三、实木地板企业品牌的现状分析

四、我国实木地板企业的品牌战略

五、实木地板品牌战略管理的策略

第三节 实木地板行业投资战略研究

一、2009年地板行业投资战略研究

二、2009年实木地板行业投资战略研究

三、2009-2012年实木地板行业投资形势

四、2009-2012年实木地板行业投资战略

图表目录

图表：实木地板产业链分析

图表：国际实木地板市场规模

图表：国际实木地板生命周期

图表：2008-2009年中国实木地板行业市场规模

图表：2008-2009年全球实木地板产业市场规模

图表：2008-2009年实木地板重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国实木地板行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国实木地板行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国实木地板行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国实木地板竞争力分析

图表：2009-2012年中国实木地板产能预测

图表：2009-2012年中国实木地板消费量预测

图表：2009-2012年中国实木地板市场前景预测

图表：2009-2012年中国实木地板市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国实木地板发展前景预测

图表：2008年1-12月实木地板产量全国合计

图表：2008年1-12月实木地板产量北京市合计

图表：2008年1-12月实木地板产量天津市合计

图表：2008年1-12月实木地板产量河北省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量山西省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量吉林省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月实木地板产量上海市合计

图表：2008年1-12月实木地板产量江苏省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量浙江省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量安徽省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量福建省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量江西省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量山东省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量河南省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量湖北省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量湖南省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量广东省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量广西区合计

图表：2008年1-12月实木地板产量海南省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量重庆市合计

图表：2008年1-12月实木地板产量四川省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量贵州省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量云南省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量陕西省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月实木地板产量新疆区合计

图表：2008年1-12月实木地板产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月实木地板产量全国合计

图表：2009年1-5月实木地板产量北京市合计

图表：2009年1-5月实木地板产量天津市合计

图表：2009年1-5月实木地板产量河北省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量山西省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量吉林省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月实木地板产量上海市合计

图表：2009年1-5月实木地板产量江苏省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量浙江省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量安徽省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量福建省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量江西省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量山东省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量河南省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量湖北省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量湖南省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量广东省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量广西区合计

图表：2009年1-5月实木地板产量海南省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量重庆市合计

图表：2009年1-5月实木地板产量四川省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量贵州省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量云南省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量陕西省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月实木地板产量新疆区合计

图表：2009年1-5月实木地板产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月实木地板行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月实木地板行业收入前十家企业

图表：2008年5月实木地板行业收入前十家企业

图表：2008年8月实木地板行业收入前十家企业

图表：2008年11月实木地板行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月实木地板行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月实木地板进口数据

图表：2008年1季度实木地板进口数据

图表：2008年1月实木地板进口数据

图表：2008年2月实木地板进口数据

图表：2008年3月实木地板进口数据

图表：2008年2季度实木地板进口数据

图表：2008年4月实木地板进口数据

图表：2008年5月实木地板进口数据

图表：2008年6月实木地板进口数据

图表：2008年3季度实木地板进口数据

图表：2008年7月实木地板进口数据

图表：2008年8月实木地板进口数据

图表：2008年9月实木地板进口数据

图表：2008年4季度实木地板进口数据

图表：2008年10月实木地板进口数据

图表：2008年11月实木地板进口数据

图表：2008年12月实木地板进口数据

图表：2008年1-12月实木地板出口数据

图表：2008年1季度实木地板出口数据

图表：2008年1月实木地板出口数据

图表：2008年2月实木地板出口数据

图表：2008年3月实木地板出口数据

图表：2008年2季度实木地板出口数据

图表：2008年4月实木地板出口数据

图表：2008年5月实木地板出口数据

图表：2008年6月实木地板出口数据

图表：2008年3季度实木地板出口数据

图表：2008年7月实木地板出口数据

图表：2008年8月实木地板出口数据

图表：2008年9月实木地板出口数据

图表：2008年4季度实木地板出口数据

图表：2008年10月实木地板出口数据

图表：2008年11月实木地板出口数据

图表：2008年12月实木地板出口数据

图表：2009年1-5月实木地板进口数据

图表：2009年1季度实木地板进口数据

图表：2009年1月实木地板进口数据

图表：2009年2月实木地板进口数据

图表：2009年3月实木地板进口数据

图表：2009年2季度实木地板进口数据

图表：2009年4月实木地板进口数据

图表：2009年5月实木地板进口数据

图表：2009年1-5月实木地板出口数据

图表：2009年1季度实木地板出口数据

图表：2009年1月实木地板出口数据

图表：2009年2月实木地板出口数据

图表：2009年3月实木地板出口数据

图表：2009年2季度实木地板出口数据

图表：2009年4月实木地板出口数据

图表：2009年5月实木地板出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/129682.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。