



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2011年中国木地板市场调研与战略咨询市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2011年中国木地板市场调研与战略咨询市场分析及发展趋势研究报告》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/48273.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

第一部分 中国木地板供给需求现状

第一章 木地板供给分析

第一节 2003-2007年中国木地板产量总体增长情况及其产量结构变动趋势 2

一、2003-2007年中国木地板总体产量及其结构变动分析（国家统计局数据） 2

二、2003-2006年中国木地板总体产量及其结构变动分析（国家林业局数据） 3

1、总体产量增长情况 3

2、2003-2006年不同地板种类比例结构变动情况 4

第二节 2003-2007年木地板产量结构 6

一、2003—2007年木地板总体产量 6

二、2003—2007年中国实木地板产量地区结构 7

三、2003—2006年实木地板产量集中度 11

四、2004—2006年中国实木地板产量前十位企业产量变动情况 12

第三节 复合地板产量结构 14

一、2003—2007年复合地板总体产量 14

二、2003—2007年复合地板产量地区结构 15

三、2003—2006年复合地板产量集中度 19

四、2004—2006年复合地板产量前十位企业产量变动情况 21

第二章 2002-2007年中国木地板进出口分析

第一节 中国木地板进出口发展现状 23

一、复合竹地板出口退税率确定 23

二、加拿大终裁我国复合木地板倾销 23

三、欧盟修改关于木质包装材料的某些规定 23

第二节 2002-2007年中国木地板进出口情况分析 24

一、2002-2006年中国木地板进出口总体情况 24

二、2002-2007年海关税号4413类别的进出口总体情况 25

三、2002-2007年海关税号4411类别的进出口情况 32

四、2002-2007年海关税号4409类别的进出口 38

第三章 木地板需求分析

第一节 木地板需求影响因素 43

一、2002—2006年城乡居民人均收支情况 43

二、2005-2006年木地板价格上涨 45

三、木地板质量 46

四、替代品的发展 46

第二节 木地板消费心理 48

一、质量影响消费者对产品的心理评价 48

二、室内环境环保意识增强 49

三、木地板概念混乱导致消费者不信任 51

四、木地板消费者认知误区 52

五、消费者将更加理性务实 54

第三节 木地板市场需求现状及预测 54

一、2006年木地板需求特点 54

二、高端市场需求看好 56

三、强化木地板四大优势分析 57

第四章 木地板细分市场

第一节 1999-2006年中国各细分市场销量和2006-2007年木地板市场发展现状 59

一、1999-2006年中国木地板总销量和各细分市场销量 59

二、2006-2007年中国木地板发展现状 60

第二节 实木地板 61

一、实木地板优缺点分析 61

二、实木地板价格构成分析 64

三、2004-2006年实木地板的产销量分析 66

四、实木地板消费者心态分析 67

五、实木地板品牌定位 71

六、实木地板市场竞争趋势 72

七、实木地板产品发展趋势 72

第三节 强化木地板 74

一、强化木地板优缺点 74

二、强化木地板成本价格分析 75

三、强化木地板消费者心态分析	77
四、2003-2006年中国强化木地板产销量分析	79
五、强化木地板市场现状及趋势	80
六、强化木地板市场竞争	82
七、强化木地板产品发展趋势	82
第四节 实木复合地板	85
一、实木复合地板优劣	85
二、2003-2006年中国实木复合地板产销量	87
三、实木复合地板市场现状	88
四、实木复合地板市场趋势	90
五、实木复合地板竞争现状	93
六、实木复合地板竞争趋势	94
七、实木复合地板产品创新	96
第五节 软木地板	98
一、软木地板优劣	98
二、软木地板消费者定位推广	100
三、软木地板市场	102
四、软木地板竞争	103
五、软木地板发展趋势	106
第六节 竹材地板	108
一、竹地板优特点分析	108
二、竹地板市场拓展	109
三、竹地板市场现状	111
四、竹地板竞争情况	115
五、竹地板发展趋势	115

第二部分 木地板竞争态势和领先企业分析

第五章 木地板竞争态势

第一节 木地板市场竞争现状及趋势	118
一、木地板行业整合因素分析	118
二、木地板进入服务竞争时代	119
三、北美地板巨头加入竞争行列	121

四、2005年木地板品牌三分之势 122

第二节 木地板竞争策略 123

- 一、突出各类产品的最优点 123
- 二、环保是共同的卖点 125
- 三、品牌信任将使消费者忠诚度提高 125
- 四、产品开发要注重脚感 125

第六章 木地板代表企业分析

第一节 圣象地板 127

- 一、圣象集团介绍 127
- 二、2003—2006年圣象生产状况 128
- 三、2003—2006年圣象经营情况分析 128
- 四、公司竞争战略 129

第二节 安信集团 132

- 一、公司简介 132
- 二、2003—2006年安信生产状况 134
- 三、2003—2006年安信经营情况分析 134
- 四、公司发展战略策略 135

第三节 上海汇丽集团 137

- 一、公司概况 137
- 二、2003—2006年上海汇丽生产状况 138
- 三、2003—2006年上海汇丽经营情况分析 138

第四节 吉林森工集团 139

- 一、集团概况 139
- 二、2003—2005年吉林森工北京分公司生产状况 140
- 二、2003—2006年吉林森工北京分公司生产情况分析 141

第五节 四川升达公司 142

- 一、公司介绍 142
- 二、主要产品 142
- 三、2003—2006年四川升达公司生产状况 144
- 四、2003—2006年四川升达公司经营情况分析 144
- 五、公司市场运作 145

第六节 永安林业	146
一、公司概况	146
二、2003—2006年福建省永安林业生产状况	148
三、2003—2006年福建省永安林业经营情况分析	148
第七节 菲林格尔木业	149
一、公司概况	149
二、2003—2005年菲林格尔生产状况	151
三、2003—2006年菲林格尔经营情况分析	151
第八节 克诺森华	152
一、公司概况	152
二、2003—2005年北京克诺森华生产状况	154
三、2003—2005年北京克诺森华经营情况分析	154
第九节 广东盈彬木业	155
一、公司简介	155
二、2004—2006年广东盈彬木业生产状况	156
三、2003—2006年广东盈彬木业经营情况分析	156
四、公司运营战略	157
第十节 广西三威林产工业(集团)有限公司	159
一、公司概况	159
二、2004—2006年广西三威林产生产状况	160
三、2003—2006年广西三威林产经营情况分析	160
第十一节 南京枫桦木业制品厂	161
一、公司简介	161
二、2004—2004年南京枫桦木业生产状况	162
三、2003—2004年南京枫桦木业经营情况分析	162
第十二节 穆棱富邦木业有限公司	163
一、公司简介	163
二、2003—2006年穆棱富邦木业生产状况	163
三、2003—2005年穆棱富邦木业经营情况分析	164

第三部分 木地板区域市场和流通渠道

第七章 木地板区域市场分析

第一节 国际市场	167
一、2003年欧洲强化木地板全球销售统计	167
二、欧盟人造板市场产品需通过CE认证	167
三、美国的木地板	168
四、加裁定中国复合木地板倾销	172
五、葡萄牙软木地板	173
六、芬兰地板市场	175
七、印尼政策变动导致实木地板价飙三成	175
第二节 国内重点市场	176
一、2004年沈阳地板市场	176
二、上海地板产业由大渐强	178
三、北京木地板市场	179
四、深圳木地板市场	184
五、西安木地板市场现状及预测	186

第八章 木地板营销流通分析

第一节 木地板流通渠道现状	188
一、市场流通概况	188
二、欧倍德退出，百安居接手	190
三、后WTO时代建材市场走向及其创新发展	192
四、建材市场发展趋势	195
第二节 木地板流通渠道方式对比	197
一、摊位制市场	197
二、建材超市	198
三、装饰材料专卖店	200
第三节 木地板流通发展趋势	201
第四节 木地板营销分析	202
一、木地板营销策略存在的问题	202
二、地板销售的全包与半包	204
三、利用股份制运作打造新经销网络	205

第四部分 木地板上下游及替代产品分析

第九章 木地板上游产业分析

第一节 木材工业 208

- 一、2004年中国木材市场概况 208
- 二、木材工业面临着严峻的形势 210
- 三、“十一五”中国林业发展格局初定 211
- 四、未来中国林木业的政策取向 211
- 五、2010年木材需求量将达到2亿立方米 212

第二节 人造板行业 212

- 一、2001 - 2007年中国人造板产量变化 212
- 二、2005-2007年人造板主要生产地区比较分析 213
- 三、2005-2006年人造板生产集中度分析 215

第三节 中国木工机械 217

- 一、中国木工机械行业概况 217
- 二、木工机械企业要注重保护专利 218
- 三、木工机械产品市场细分化 219
- 四、国木工机械发展三大障碍 220
- 五、欧洲木工机械争抢国内市场 220

第十章 建筑房地产行业

第一节 中国建筑业发展概况 222

- 一、建筑业带动了国民经济的发展 222
- 二、建筑业投资情况 223
- 三、建筑业存在的问题 225
- 四、建筑建材行业发展机遇 227
- 五、2005建筑风格流行趋势 229

第二节 建筑地产行业 231

- 一、2001—2006年各省市房地产施工、竣工面积 231
- 二、2001—2006年中国商品房销售面积及各省市销售情况 235
- 三、2000—2006年商品房销售价格分析 237
- 四、2001—2006年商品房不同地区投资情况 241
- 五、2006年房地产业发展状况 242
- 六、建筑建材行业所面临的发展机遇 244

第十一章 木地板替代品分析

第一节 建陶地砖 246

- 一、墙地砖价格分析 246
- 二、部分墙地砖市场价格上扬10% 246
- 三、抛晶地砖市场前景分析 247
- 四、石塑防滑地砖功能 248
- 五、2005年再掀仿古砖潮 249
- 六、2005年解析瓷砖三种流行方向 250

第二节 石材 251

- 一、石材消费增长 251
- 二、中国石材行业概况 252
- 三、天然石材放射性及其安全标准 253
- 四、厦门港承担70%的石材进出口量 254
- 五、石材向超薄方向发展 254
- 六、人才稀缺制约南安石材业 255

第三节 地毯 256

- 一、地毯的种类特点 256
- 二、地毯的优点 258
- 三、西藏地毯跻身世界名毯 259
- 四、地毯新产品优特点分析 260
- 五、两大问题困扰我国地毯业发展 261
- 六、地毯业的研究发展动向 262

第五部分 木地板产业投资建议和发展趋势

第十二章 木地板行业相关政策

第一节 木地板行业概况 265

- 一、木地板产品分类 265
- 二、木地板行业发展历程及企业分布 269
- 三、2004年中国地板行业利好特点 270
- 四、2005年地板行业重点提示 270
- 五、木地板行业市场前景及发展方向 271

第二节 木地板行业相关政策标准	272
一、木地板行业主要标准	272
二、生产执行许可证制度，产品销售将标编号	275
三、木地板获E1级认证方能称绿色环保建材	275
四、地板业积极应对“锁扣之争”	276
第三节 木地板相关产业的政策标准	277
一、溶剂型木器涂料中有害物质限量	277
二、胶粘剂中有害物质限量	279
三、人造板及其制品中甲醛释放限量	280
四、聚氯乙烯卷材地板中有害物质限量	280
五、地毯中有害物质释放限量	281

第十三章 木地板产业投资分析

第一节 木地板投资特性	283
一、成长性	283
二、竞争性	284
三、赢利性	284
四、中国地板行业的发展周期	284
第二节 木地板SWOT分析	286
一、促进地板业发展的有利因素	286
二、地板业发展的不利因素	291
三、地板企业面临的威胁	292
四、地板业的投资商机	293
第三节 木地板行业投资策略	297
一、加强大市场细分力度	297
二、明确定位，考虑企业资源状况	297
三、组织完善市场营销各个环节	298
四、加强合作，培养人才	299
五、增加技术开发投入，创新制胜。	299
六 重视环保及质量认证	300
第四节 木地板行业投资方向	300
一、投资生产领域	300

二、投资于流通环节	301
三、投资于木地板的服务业	302

第十四章 木地板产品发展趋势

第一节 木地板产品功能发展趋势	304
一、专为老人儿童设计的软木地板	304
二、地热采暖用户适用的抗菌地板	304
三、抗菌功能地板八成合格	304
四、舒适宁静的软木静音地板	305
第二节 木地板产品技术发展趋势	306
一、高科技把地板变舒适	306
二、六重抗菌功效的地板研制成功	307
三、新型防霉地板上市	307
四、新概念型数码地板	307
五、地板业积极发展核心技术	308
第三节 木地板产品外观发展趋势	309
一、回归自然的浅色地板	309
二、张扬个性强调自我	309
三、地板“浮雕革命”	309

第十五章 2008-2011年中国木地板需求预测

第一节 中国木地板未来需求的驱动因素和不利因素分析	311
一、需求的驱动因素	311
二、不利因素	312
第二节 2011年中国木地板需求预测	313

图表目录

图表 1 2004--2007年中国木地板(包含实木地板和复合地板)产量及增长情况一览表(国家统计局数据)	2
图表 2 2004—2007年中国木地板产量增长趋势图	2
图表 3 2003-2006年中国木地板产量及增长情况一览表(国家林业局数据)	3
图表 4 2003-2006年中国木地板产量及增长情况趋势图(国家林业局数据)	3

图表 5	2003年中国各种木地板产量比例图(国家林业局数据)	4
图表 6	2004年中国各种木地板产量比例图(国家林业局数据)	5
图表 7	2006年中国各种木地板产量比例图(国家林业局数据)	5
图表 8	2003—2007年主要实木地板企业产量图	6
图表 9	2007年1-10月中国实木地板产量地区结构图：	7
图表 10	2006年中国实木地板产量地区结构图：	7
图表 11	2005年中国木地板产量地区结构图：	8
图表 12	2004年中国木地板产量地区结构图：	8
图表 13	2003年中国木地板产量地区结构图：	9
图表 14	2007年中国实木地板主要省份产量及其增长情况一览表	9
图表 15	2006年各省市实木地板产量一览表表	10
图表 16	2005年各省市实木地板产量一览表表	10
图表 17	2003—2005年中国实木地板产量比例结构表：	11
图表 18	2004年实木地板产量结构（按企业规模）图：	11
图表 19	2003年实木地板产量结构（按企业规模）图：	12
图表 20	2003—2004年大中小企业实木地板产量增长率对比图：	12
图表 21	2006年中国实木地板产量前10位企业一览表表	13
图表 22	2004-2005年中国实木地板产量前10位企业一览表表	13
图表 23	2003—2007年中国复合地板产量增长图	15
图表 24	2007年1-10月中国各省市复合地板产量比例图：	15
图表 25	2007年中国各省市复合地板产量比例图：	16
图表 26	2006年中国各省市复合地板产量比例图：	16
图表 27	2005年中国各省市复合地板产量比例图：	17
图表 28	2004年中国各省市复合地板产量比例图：	17
图表 29	2003年中国各省市复合地板产量比例图：	17
图表 30	2007年中国各省市复合地板产量一览表	18
图表 31	2006年各省市复合地板产量一览表	18
图表 32	2005年各省市复合地板产量一览表	19
图表 33	2004—2005年中国复合地板产量比例结构表：	19
图表 34	2004年大中小型企业复合地板产量比例图：	20
图表 35	2003年大中小型企业复合地板产量比例图：	20
图表 36	2003—2004年大中小型企业复合地板产量增长率对比图：	20

图表 37	2006年中国复合地板产量前十位企业一览表	21
图表 38	2005年中国复合地板产量前十位企业一览表	21
图表 39	2003-2004年复合地板产量前10名企业排名	22
图表 40	木地板海关进出口目录：	25
图表 41	2002-2005年中国木地板进出口总体贸易情况：	25
图表 42	2002-2007年税号[4413000000]的进出口情况；	25
图表 43	2007年1-6月海关税号[4413000000]的分国别出口情况	26
图表 44	2006年海关税号[4413000000]的分国别出口情况	27
图表 45	2005年海关税号[4413000000]的分国别出口情况	29
图表 46	2005年海关税号[4413000000]的分省市出口情况：	30
图表 47	2007年1-6月海关税号[4413000000]的分国别进口情况	30
图表 48	2006年海关税号[4413000000]的分国别进口情况	31
图表 49	2005年海关税号[4413000000]的分国别进口情况	31
图表 50	2005年海关税号[4413000000]的分省市进口情况：	32
图表 51	2002-2005年税号4411类进出口情况；	32
图表 52	2007年1-9月中国海关税号4411类出口贸易情况（分国别）：	33
图表 53	2006年中国海关税号4411类出口贸易情况（分国别）：	33
图表 54	2005年中国海关税号4411类出口贸易情况（分国别）：	34
图表 55	2005年中国海关税号4411类别的出口贸易情况（分省市）：	35
图表 56	2007年1-9月中国海关税号4411类别的进口贸易情况（分国别）	36
图表 57	2006年中国海关税号4411类别的进口贸易情况（分国别）	36
图表 58	2005年中国海关税号4411类别的进口贸易情况（分国别）：	37
图表 59	2005年中国海关税号4411类别的进口贸易情况（分省市）：	38
图表 60	2002-2005年中国海关税号4409类别的进出口贸易情况	38
图表 61	2007年1-9月中国海关税号4409类出口贸易情况（分国别）：	39
图表 62	2006年中国海关税号4409类别的出口贸易情况（分国别）	39
图表 63	2004年中国海关税号4409类别的出口贸易情况（分国别）：	40
图表 64	2004年中国海关税号4409类别的出口贸易情况（分省市）：	40
图表 65	2007年1-9月中国海关税号4409类别的进口贸易情况（分国别）	41
图表 66	2006年中国海关税号4409类别的进口贸易情况（分国别）	41
图表 67	2004年中国海关税号4409类别的进口贸易情况（分国别）：	42
图表 68	2004年中国海关税号4409类别的进口贸易情况（分省市）：	42

图表 69	2002—2005年城乡居民人均现金收入一览表	43
图表 70	2002—2005年城镇居民家庭设备用品及服务支出一览表	44
图表 71	2005年04月各地区城镇居民家庭收支基本情况	44
图表 72	1999-2006年中国木地板总销量和各细分市场销量一览表	59
图表 73	1999-2006年中国各主要种类木地板销量所占比例走势图	59
图表 74	2003—2006年中国实木地板产量增长趋势图	66
图表 75	1999—2006年中国实木地板销量图	66
图表 76	2003—2006年中国强化木地板产量增长图	79
图表 77	1999—2006年中国强化木地板销量增长图	80
图表 78	2003—2006年中国实木复合地板产量增长图	87
图表 79	1999—2006年中国实木复合地板产量增长图	88
图表 80	1999—2006年中国竹地板销量增长图	114
图表 81	2003—2006年圣象实业（深圳）有限公司复合地板产量增长图	128
图表 82	2003—2006年圣象实业（深圳）有限公司运行情况	129
图表 83	2003—2006年圣象实业（深圳）有限公司运行分析	129
图表 84	2003—2006年上海安信地板有限公司木地板产量图	134
图表 85	2003—2006年上海安信地板有限公司运行情况	134
图表 86	2003—2006年上海安信地板有限公司运行分析	135
图表 87	2003—2006年上海汇丽地板制品有限公司复合地板产量图	138
图表 88	2003—2006年上海汇丽地板制品有限公司运行情况	139
图表 89	2003—2006年上海汇丽地板制品有限公司运行分析	139
图表 90	2003—2005年吉林森林工业股份有限公司北京分公司复合地板产量图	141
图表 91	2003—2005年吉林森工北京分公司运行情况	141
图表 92	2003—2005年吉林森工北京分公司运行分析	141
图表 93	2003—2005年四川升达林产有限公司木地板产量图	144
图表 94	2003—2006年四川升达公司运行情况	144
图表 95	2003—2006年四川升达公司运行分析	145
图表 96	2003—2006年福建省永安林业集团股份有限公司复合地板产量图	148
图表 97	2003—2006年福建省永安林业运行情况	148
图表 98	2003—2006年福建省永安林业运行分析	149
图表 99	2003—2006年菲林格尔木业(上海)有限公司复合地板产量图	151
图表 100	2003—2006年菲林格尔木业(上海)有限公司运行情况	151

图表 101	2003—2006年菲林格尔木业(上海)有限公司运行分析	152
图表 102	2003—2005年北京克诺森华地板有限公司复合地板产量图	154
图表 103	2003—2005年北京克诺森华地板有限公司运行情况	154
图表 104	2003—2005年北京克诺森华地板有限公司运行分析	155
图表 105	2004—2006年佛山市顺德区盈彬木业实木地板产量图	156
图表 106	2003—2006年佛山市顺德区盈彬木业有限公司运行情况	157
图表 107	2003—2005年佛山市顺德区盈彬木业有限公司运行分析	157
图表 108	2003—2006年广西三威林产工业有限公司木地板产量图	160
图表 109	2003—2006年广西三威林产工业有限公司运行情况	161
图表 110	2003—2006年广西三威林产工业有限公司运行分析	161
图表 111	2003—2004年南京枫桦木业木地板产量图	162
图表 112	2003—2004年南京枫桦木业制品厂运行情况	162
图表 113	2003—2004年南京枫桦木业制品厂运行情况	163
图表 114	2003—2006年穆棱富邦木业有限公司木地板产量图	164
图表 115	2003—2006年穆棱富邦木业有限公司运行情况	164
图表 116	2003—2006年穆棱富邦木业有限公司运行分析	165
图表 117	2001—2002年美国木地板总贸易量	168
图表 118	世界软木原料产出分布图	174
图表 119	芬兰2000-2001年木地板销售额	175
图表 120	北京市居民购买家装的动机	181
图表 121	北京消费者对三种地面材料的选择比率	181
图表 122	深圳消费者购买地板的关心指标	184
图表 123	深圳各类地板市场占有率	185
图表 124	各类饰材流通渠道的份额	201
图表 125	1998—2004年中国林业总产值增长图：	208
图表 126	2001 - 2007年中国人造板产量增长趋势图	213
图表 127	2005年人造板主要生产地区一览表	213
图表 128	2006年人造板主要生产地区一览表	214
图表 129	2007年人造板主要生产地区一览表	215
图表 130	2005年我国人造板主要生产地区比例图	216
图表 131	2006年我国人造板主要生产地区比例图	216
图表 132	1981—2004年中国建筑业对国民经济的贡献分析表：	222

图表 133	2002—2005年中国建筑业固定资产投资情况表：	224
图表 134	2004—2005年建筑安装工程固定资产投资额完成情况表：	225
表 135	2005-2006年中国商品房施工面积及同比增长情况	231
图表 136	2005-2006年中国商品房竣工面积及同比增长情况	232
图表 137	中国2001年各地区房地产开发企业（单位）住宅施工、竣工、销售面积统计	232
图表 138	中国2002-2003年各地区房地产开发企业（单位）住宅施工、竣工、销售面积统计	233
图表 139	2004年1—10月中国各地区房地产施工、竣工面积统计	234
图表 140	2003-2004年一季度商品房销售额及增长情况	235
图表 141	2004年1—10月各省市商品房销售情况	236
图表 142	2005-2006年中国商品房销售面积及同比增长情况	237
图表 143	2000—2004年商品房销售价格指数一览表	238
图表 144	2006年4季度全国70个大中城市房地产价格指数	239
图表 145	2001—2005年东部地区房地产开发投资完成额	241
图表 146	2001—2005年中部地区房地产开发投资完成额	241
图表 147	2001—2005年东部地区房地产开发投资完成额	242
图表 148	2005-2006年中国房地产开发投资完成额及同比增长情况	242
图表 149	中国木地板种类规格及质量要求一览表：	265
图表 150	木地板相关标准的中英文对照表：	272
图表 151	溶剂型木器涂料中有害物质限量	277
图表 152	溶剂型胶粘剂中有害物质限量值表：	279
图表 153	水基型胶粘剂中有害物质限量值表：	279
图表 154	人造板及其制品中甲醛释放量试验方法及限量值	280
图表 155	挥发物的限量表：	281
图表 156	有害物质释放限量表：	281
图表 157	地毯衬垫有害物质释放限量表：	281
图表 158	地毯胶粘剂有害物质释放限量表：	282
图表 159	2003—2004年中国木地板行业收入利润表	283
图表 160	2003—2004年中国木地板行业盈利水平一览表：	284
图表 161	行业的生命周期	285
图表 162	2003—2004年中国木地板行业发展规模表	285
图表 163	1999-2006年中国木地板总销量和各细分市场销量一览表	313

图表 164 1999-2006年中国各主要种类木地板销量所占比例走势图 313

图表 165 1999-2006年中国木地板销量增长情况 314

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48273.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提供专业投资咨询报告、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。