



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国地板行业市场研究与 发展分析预测

# 一、调研说明

《2007年中国地板行业市场研究与发展分析预测》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/48596.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

### 〔 描述 〕

木地板进入中国十年来，经历了从实木地板、强化地板和实木复合地板的此消彼长。在新的政策和市场环境下，在未来十年内，代表简约环保的实木复合地板将成为地面家居装饰材料的主流。

根据中国木材流通协会的统计，受原料市场的影响，2004年、2005年实木地板销售量下降了30%，2005年国内实木地板的销售量为7500万，比上年下降了近30%左右。专家也预计，2006年国内实木地板的销售总量将继续下降。专家预测，2006年成长性最好的是实木复合和强化地板，实木地板从数量上不可能有很大的增长，软木地板受到资源的影响变化不会太大。

《2006年中国地板行业市场研究与发展分析预测》是在中心“十一五”建材研究组课题研究成果基础上，结合对企业投资策略分析的基础上撰写而成。报告从行业环境、行业2006市场预测、企业竞争策略和行业前景与机会分析四部分，并对行业内重点企业的经营战略和竞争力进行了综合评价，为企业把握整个行业发展趋势以及选择基于趋势上的发展策略选择提供指导。

本研究报告依据中国林产工业协会、国家林业局、海关总署、国务院研究发展中心和国家统计局等权威渠道数据，同时采用中心大量产业数据库以及我们对木地板行业所进行的市场调查资料，综合运用定量和定性的分析方法对中国木地板行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。在报告的成稿过程中得到建材工业协会的专家、领导的耐心指导，在此一并表示感谢。

本报告主要面向木地板生产企业、经销和相关企业公司，同时对于产业研究规律、产业政策制定和欲进入的金融投资集团具有重要的参考价值。

（报告全文共二十章213页，18余万字，其中图表40个，2006年12月份出品）

## 【 目 录 】

### 第一部分 2006~2007年木地板行业运行环境

#### 第一章 2006~2007年中国木地板运行现状

##### 第一节 2006~2007年木地板运行概况

###### 一、木地板行业简介

###### 二、2006年木地板业发展概况

###### 三、2006年木地板业发展特点

##### 第二节 国内木地板主要问题及对策分析

###### 一、强化地板销量增长，但品质良莠不齐

###### 二、实木地板投诉随销售量的增长而增加

###### 三、木地板产品质量问题

###### 四、行业发展面临全方位整合

##### 第三节 我国木地板产业特征与行业重要性

###### 一、行业进入成熟稳定期

###### 二、行业在国民经济发展中的重要性分析

###### 三、行业在国际市场竞争中的状况分析

#### 第二章 2006~2007年木地板发展宏观经济环境分析

##### 第一节 2006~2007年国际经济环境分析预测

###### 一、2006全球经济运行分析

###### 二、2007年世界经济走势前瞻

##### 第二节 2006~2007年宏观经济分析及预测

###### 一、2006年宏观经济运行分析

###### 二、2007年经济发展形势展望

##### 第三节 未来5年我国国民经济主要指标预测

###### 一、经济增长预测

###### 二、产业结构预测

###### 三、人口预测

#### 第三章 2006~2007年木地板行业政策影响

##### 第一节 2006年4月消费税调整影响探究

一、征收消费税有利于环保

二、实木地板涨价是必然

三、销售总量下降半数品牌将消失

## 第二节 我国木地板行业管理政策分析

一、林产工业协会简介

二、《中国木地板行业服务规范》

## 第三节 认证认可对木地板行业影响分析

# 第四章 2006~2007年国际木地板行业发展分析

## 第一节 发达国家木地板市场发展分析

一、美国木地板市场分析

二、英国木地板市场份额增加

三、芬兰木地板市场状况

四、德国木地板市场状况

五、乌克兰木地板市场状况

六、葡萄牙木地板市场状况

## 第二节 国外地板行业发展对我国的影响分析

# 第二部分 2006~2007年我国木地板细分产品分析

## 第五章 2006~2007年实木地板市场分析预测

### 第一节 实木地板的价格和销售状况分析

一、实木地板价格构成分析

二、实木地板消费心态分析

三、实木地板品牌定位分析

四、实木地板市场销售现状

### 第二节 2007年实木地板发展趋势预测

一、品种趋向高档化

二、地板颜色趋向深色调

三、耐磨漆地板将完全取代普通漆地板

## 第六章 2006~2007年强化木地板市场

### 第一节 2006~2007年强化木地板的价格及销售状况分析

- 一、强化木地板价格构成分析
- 二、强化木地板消费者心态分析
- 三、强化木地板市场销售现状

## 第二节 近期市场流行产品分析

- 一、彩色地板
- 二、实木脚感型地板
- 三、生物蜡地板

## 第三节 2006~2007年强化木地板市场价格分析

- 一、回顾强化木地板价格的走势
- 二、以价格划分的市场格局
- 三、2006~2007年价格的预测

## 第四节 2006年强化木地板的新趋势及发展前景

- 一、HDF（高密度基板）生产解决基材用料问题
- 二、崇尚绿色环保消费
- 三、外观处理工艺更加个性化
- 四、知名品牌越来越受到青睐
- 五、新国家标准出台的影响

## 第七章 2006~2007年实木复合地板市场

### 第一节 2006年实木复合地板的价格及销售状况

- 一、实木复合地板价格构成分析
- 二、实木复合地板消费者心态分析
- 三、实木复合地板市场销售现状

### 第二节 2006年实木复合地板市场前景

- 一、实木复合地板市场占有率逐步提升
- 二、入世后国际竞争和合作将促进品牌的生长
- 三、天然木材资源的限制和技术水平的提高促进发展

## 第八章 2006~2007年竹地板市场

### 第一节 2006年竹地板的价格及销售状况

- 一、竹地板价格构成分析
- 二、竹地板消费者心态分析

### 三、竹地板市场销售现状

#### 第二节 竹地板2006年前景分析

##### 一、竹木地板产品特点与优势分析

##### 二、行业新产品——竹木复合地板分析

##### 三、竹地板2006年产销分析

### 第九章 2006~2007年软木地板市场

#### 第一节 2005年软木地板的价格及销售状况

##### 一、软木地板价格构成分析

##### 二、软木地板消费者心态分析

##### 三、软木地板市场销售现状

#### 第二节 软木地板2006年前景分析

##### 一、软木地板产品特点分析

##### 二、软木地板日益受到青睐

##### 三、软木地板2006年产销分析

### 第十章 2006~2007年木地板供给产量分析

#### 第一节 影响价格主要因素

##### 一、来自原材料的价格压力

##### 二、原材料价格对行业影响分析

#### 第二节 木地板产量结构

##### 一、2006—2007年木地板总体产量

##### 二、2005—2006年木地板产量地区结构

##### 三、2005年木地板产量集中度

##### 四、2005年木地板产量前十位企业

#### 第三节 复合地板产量结构

##### 一、2006—2007年复合地板总体产量

##### 二、2005~2006年复合地板产量地区结构

##### 三、2005年复合地板产量集中度

##### 四、2005年复合地板产量前十位企业

#### 第四节 2006-2007年木地板行业总体预测

##### 一、资源短缺，价格上扬

- 二、实木地板贵族化
- 三、强化地板实木化
- 四、实木复合地板多元化
- 五、竹地板规模化
- 六、单一品牌地板种类多元化

## 第十一章 2006年木地板需求分析

### 第一节 木地板需求影响因素

- 一、2002—2005年城乡居民人均收支情况
- 二、木地板价格上涨幅度
- 三、木地板质量
- 四、替代品的发展

### 第二节 木地板消费心理

- 一、质量影响消费者对产品的心理评价
- 二、室内环境环保意识增强
- 三、木地板概念混乱导致消费者不信任
- 四、木地板消费者认知误区
- 五、消费者将更加理性务实

### 第三节 木地板市场需求现状及预测

- 一、2006年木地板销售增长
- 二、高端市场需求看好
- 三、强化木地板四大优势分析

## 第三部分 2006-2007年木地板企业竞争结构分析

## 第十二章 2006-2007年木地板竞争分析

### 第一节 木地板消费市场日趋成熟

- 一、消费日益成熟
- 二、木地板消费中存在的问题分析
- 三、劣质木地板逐步战略转移

### 第二节 木地板产品质量现状分析

- 一、产品质量现状
- 二、强化木地板产品质量国家监督抽查结果分析



### 第三节 木地板企业的竞争策略

## 第十三章 2006~2007年中国地板流通渠道分析

### 第一节 流通的核心地位分析

#### 一、世界经济发展新的战略格局

#### 二、建立新的流通战略观

### 第二节 建材市场流通渠道革新分析

#### 一、传统流通方式分析

#### 二、流通渠道改进的必要性分析

### 第三节 改革流通渠道的策略分析

#### 一、家居超市流通的策略分析

#### 二、流通渠道的多元化分析

#### 三、木地板营销模式变化分析

## 第十四章 2006~2007年木地板产业经营策略分析

### 第一节 木地板行业投资特点

#### 一、投资成本较低

#### 二、产品生产周期相对较短

#### 三、利润率普遍下降

#### 四、行业进入障碍

#### 五、地板行业的生命周期

### 第二节 木地板行业经营发展方向分析

#### 一、产品生产标准化

#### 二、经营行为规范化

#### 三、产品功能多样化

#### 四、售后服务系统化

### 第三节 企业品牌建设分析

#### 一、产业向品牌化方向发展

#### 二、2006年品牌竞争加剧

#### 三、木地板新产品开发方向

## 第十五章 2006~2007年我国木地板行业重点经营借鉴分析

## 第一节 圣象集团公司

- 一、2006年经营现状分析
- 二、经营理念和营销策略分析
- 三、2006年公司发展战略及动态

## 第二节 广州富林木业有限公司

- 一、2006年公司经营现状分析
- 二、2006年经营理念和营销策略
- 三、2006年公司发展战略及动态

## 第三节 北京克诺森华地板有限公司

- 一、2006年公司经营现状分析
- 二、2006年经营理念和营销策略
- 三、2006年公司发展战略及动态

## 第四节 四川升达林产有限公司

- 一、2006年经营现状分析
- 二、经营理念和营销策略分析
- 三、2006年公司发展战略及动态

## 第五节 国际吉象人造林制品集团

- 一、2005年经营现状分析
- 二、经营理念和营销策略分析
- 三、2006年公司发展战略及动态

## 第六节 菲林格尔木业（上海）有限公司

- 一、2005年经营现状分析
- 二、经营理念和营销策略分析
- 三、2006年公司发展战略及动态

## 第七节 天津福亚实业有限公司

## 第八节 吉林森林工业股份有限公司

- 一、2006年经营现状分析
- 二、2006年公司发展前景

## 第九节 福建省永安林业（集团）股份有限公司

- 一、2006年经营现状分析
- 二、2006年公司发展前景

## 第十节 广东省宜华木业股份有限公司

一、2006年经营现状分析

二、2006年公司发展前景

#### 第四部分 2006~2007年产业发展前景及投资机会分析

#### 第十六章 我国木地板产业市场前景预测

##### 第一节 需求影响因素预测

一、人口增长因素

二、城市化和城镇化的因素

三、国民经济发展水平因素

四、未来五年装饰建材市场需求状况

五、2006年木地板的市场需求状况

##### 第二节 拉动木地板需求的有利因素

一、世界家具业纷纷向我国转移

二、建材市场持续扩张

三、建材消费新趋势：瓷砖向木地板转换

##### 第三节 市场竞争状况分析

一、洋品牌和国产品牌的竞争

二、价格竞争

三、不同材种木地板的竞争

#### 第十七章 2006~2007年重点地区地板市场和消费状况分析

##### 第一节 北京地区

一、北京市居民购买装修材料的动机

二、北京地区强化木地板的消费情况调查

三、北京装修新趋势隐藏新商机

##### 第二节 上海地区

一、中国最大的房地产市场

二、地板需求增大

##### 第三节 广州地区

一、广州装饰建材市场发展空间巨大

二、广州地板市场出现真空

##### 第四节 深圳地区

- 一、建材需求增加，消费者环保与品牌意识增强
- 二、各类木地板在深圳的市场占有情况

## 第五节 西安地区

- 一、西安地板市场状况
- 二、各类木地板市场占有情况

## 第十八章 木地板相关产业2006年走势分析

### 第一节 2006年房地产行业走势

- 一、房地产业发展的前景分析
- 二、未来几年房地产投资形势分析

### 第二节 2006年我国林产品行业分析

- 一、世界林产品总量分析
- 二、影响林产品供需的因素分析
- 三、2006年我国木材进出口分析
- 四、2006年我国木材市场预测

### 第三节 2006装饰建材行业分析

- 一、近年来我国装饰建材产业持续扩张
- 二、2006年家居业开始腾飞
- 三、2006年家居装修材料价格分析

## 第十九章 2006-2007年木地板相关产业走势分析

### 第一节 2006-2007年建材行业分析预测

- 一、2006年建材行业经济运行分析
- 二、2006-2007年建材生产及市场形势展望
- 三、2006年建材行业发展趋势和竞争态势分析判断
- 四、“十一五”建材工业发展的基本思路

### 第二节 2006-2007年房地产业分析预测

- 一、2006年房地产市场运行情况
- 二、“十一五规划”与房地产业
- 三、房地产行业趋势预测
- 四、房地产发展对木地板业的影响分析

### 第三节 2006-2007年我国林产品行业分析

- 一、2006年世界林产品总量分析
- 二、2006年影响林产品供需因素分析
- 三、2006年我国木材进出口分析
- 四、2006年我国木材市场预测

#### 第四节 2006-2007装饰建材行业分析

- 一、近年来我国装饰建材产业持续扩张
- 二、2006年家居业开始腾飞
- 三、2006年家居装修材料价格分析

### 第二十章 木地板行业发展趋势及预测

#### 第一节 木地板市场的发展趋势

- 一、市场前景分析
- 二、行业发展方向
- 三、行业洗牌加剧
- 四、未来发展趋势

#### 第二节 木地板产品的发展趋势

- 一、2006年地板产品流行趋势
- 二、2006年地板产品时尚趋势

#### 第三节 中国木地板行业发展建议

- 一、加强消费者市场细分工作力度
- 二、明确定位，整合营销
- 三、发展和完善销售渠道建设
- 四、加强合作
- 五、不断创新，开发独特的产品
- 六、重视质量认证和行业标准七、竞争策略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48596.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](http://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。