2014-2020年中国木地板市场监测与未来发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国木地板市场监测与未来发展策略咨询报告》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.cction.com/report/201406/108979.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

虽然强化地板的销量仍然处于首位，但地板市场的消费趋势已经开始发生变化。从目前的消费群体来看，强化地板的受众比例为75%，而实木类地板的消费者占25%。强化地板的价格优势仍然会让其在较长的一段时间内保持市场销量的首位，尤其是在三、四线城市，其市场占有率处于绝对优势，并且一些农村也开始受到城市化进程的影响，使得强化地板在这些地区的销售优势比较明显。强化地板的市场领导地位还将如何变化，新的市场增长点将在哪里？随着人们消费实力的提升，不少消费者购买地板时会选择比强化地板更为高档的产品。近三年来实木地板的销量明显增加，三层实木复合地板与多层实木复合地板等实木类产品市场增幅最快。实木类地板的市场占有率逐渐提高有其深层次的市场原因。处于一线城市的消费者，不论是首次置业还是改善型置业，只要人们选择自己居住，在地板的选择上就更加用心，因此会选择更为环保的实木类地板。在销量方面，尽管目前市场整体环境较弱，但实木类地板的销售增幅仍能达到20%至30%左右，因此企业对于实木类地板的潜力不敢小觑，纷纷表示未来将不断更新、扩大实木类产品的品类。实木类地板的迅速增长能否代替强化地板成为领导者，企业又将如何布局？价格是阻碍实木类产品市场占有率进一步提升的重要原因。但是，随着实木类地板生产能力的提高，三层实木以及多层实木复合地板的售价也正处于下降区间。未来实木复合类地板的价格将会持续下调。未来，价格能否为实木类地板提供强劲的竞争力？木地板行业的市场结构出现此消彼长的态势，价格和定制设计也成为竞争的焦点，未来市场还将有怎样的发展形势？企业该怎样面对？

地板在室内的使用面积仅次于墙面漆，因此它的质量与环保性能一直以来都备受关注。2012年木地板行业的整体销量继续呈下滑趋势，部分小企业已停产。市场出现了以下五大因素影响木地板的销售：第一，人民币升值，木地板行业遇到反倾销反补贴调查及其他因素，将直接导致大量出口为主的木地板企业进入国内市场，国内市场竞争将比往年激烈。第二，全国楼市继续实行严厉的调控政策，这将直接导致房地产交易量萎缩。现在是大城市房价是一个城市没有价格，交易量很低。其中尤其是二手房交易量较低，这种情况将直接影响到下游市场的建材行业，木地板行业也将幸免。第三，受通货膨胀影响，会直接影响消费者不敢花钱。第四，原材料和劳动力成本上升将直接影响产品的价格，消费者会更难承受。第五，国内有超过3000家企业，在产品同质化，市场营销互相模仿，重营销轻服务的前提下，竞争压力巨大。而实木地板方面，因为木材资源供不应求，原材料价格上升，人工安装费、运费、房钱等经营本钱增加，预测实木、多层实木地板价格将肯定上浮。固然2012年的地板市场并不理想，但因为所有本钱都在不断上涨，导致地板坯料的价格也在不断上涨。随着地板企业的库存逐渐减少，地板坯料价格也有所上调。经由实木地板企业一系列的促销厮杀，实

木地板的销售量确实泛起大幅度增长。木地板整体销量出现下降，特别是强化木地板销量下降明显，竹地板销售也面临尴尬，而实木地板销量却是出于上涨的态势。未来木地板行业的销量将如何变化？受哪些因素影响？木地板企业如何洞察先机？如何提早布局？

消费者对生活环境日趋崇尚舒适的同时，个性化的诉求逐渐增强，木地板成了有家装需求的消费者看好的建材，按大多数人的习惯性思维，木地板有防潮难，易腐蚀，易起鼓，难打理等多个缺点，但随着地板品类的增加，加工技术的成熟以及施工队伍的专业化，这些存在于传统观念中的缺点已经可以得到有效的规避。时下，不管是年轻的80后家装群体，还是四五十岁的中老年消费者，越来越多的把目光集中在木地板。中国房地产行业的发展持续不断的升温，未来国民经济发展对地板的需求强劲拉动。2006-2020年间，中国城镇新建住宅竣工面积将约达120亿平方米，年均近8亿平方米，按可进行地面装饰的面积占80%。未来木地板行业发展广阔。我国木地板行业的发展之路，应该向高端品牌产品要效益，挑战国际品牌。其实，木地板产品要向高端发展，突破性产品和服务是核心。木地板厂家应该有远见，通过现在看到未来，看到市场中的潜力，看到市场发展的机遇，构建木地板品牌，让自己成为木地板品牌厂家，成为木地板品牌产品。逐步走向高端市场，占据高端市场。发展高端木地板，构建木地板高端品牌，才是木地板厂家未来更好的发展方向。木地板行业发展广阔，高端化是一个方向，但是木地板行业未来的发展还会朝哪些方向变化？各细分市场的发展热点在哪里，企业该如何选择发展的切入点？又该如何制定经营策略，以达到自身的经营目标？

本行业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、国家林业局、中国木材与木制品流通协会木地板流通专业委员会、中国林产工业协会地板委员会、、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。

本木地板行业报告，首先分析了国内外木地板行业的发展，接着对中国木地板行业的运营状况进行了细致的透析，然后具体介绍了实木地板、实木复合地板、强化木地板等市场的发展。随后对木地板行业竞争格局、企业经营等进行了重点分析，最后分析了木地板行业的发展趋势并提出投资建议。本报告数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对餐饮业有个系统深入的了解、或者想投资餐饮业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录

第一部分 木地板行业运行环境

【全球经济形势恶化的背景下，国际木地板行业市场空间怎样？主要国家木地板行业发展形势如何？木地板的划分和对比如何？木地板行业PEST模型分析结果如何？木地板行业处在一个什么样的市场环境？】

第一章 木地板的分类概述与相关阐述

第一节 木地板的分类
一、按木地板结构分类
二、按木地板功能分类
第二节 实木地板相关概述
一、实木地板的分类
二、实木地板的主要树种
三、实木地板的特性
第三节 实木复合地板相关概述
一、实木复合地板的分类
二、实木复合地板的特性
三、实木复合地板的技术指标
第四节 强化木地板相关概述
一、强化木地板的分类
二、强化木地板的比较优势
三、强化木地板的主要技术指标
第五节 竹地板相关概述
一、竹地板的分类
二、竹地板的优劣势
第六节 木地板的相关阐述
一、木地板的涂装
二、木地板的色差
三、木地板的拼缝
四、实木地板的加工和干燥
五、木地板材质优劣的鉴定
六、地板的价格比值
第二章 中国木地板行业市场环境分析
第一节 2010-2012年木地板行业经济环境分析
一、国民经济运行情况GDP
二、消费价格指数CPI、PPI
三、全国居民收入情况
四、恩格尔系数
五、工业发展形势

六、固定资产投资情况
七、财政收支状况
八、中国汇率调整
九、货币供应量
十、中国外汇储备
十一、存贷款基准利率调整情况
十二、存款准备金率调整情况
十三、社会消费品零售总额
十四、对外贸易&进出口
十五、城镇人员从业状况
第二节 2010-2012年木地板行业政策环境分析
一、木地板税收政策调整
二、《木地板铺设面层验收规范》
三、《木地板保修期内面层检验规范》
四、《实木地板使用说明书》
五、《多层实木复合地板使用说明书》
六、《三层实木复合地板使用说明书》
七、《强化木地板使用说明书》
八、《竹地板使用说明书》
九、《软木类地板使用说明书》
第三节 2010-2012年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、生态环境分析
五、中国城镇化率
六、居民的各种消费观念和习惯
第四节 2010-2012年木地板行业技术环境分析
一、新技术新标准让行业更规范
二、新款式新面孔呈现多元化
三、木地板虽好合理使用是关键
四、国际木地板行业新技术发展趋势

五、国内木地板行业新技术发展趋势
第三章 全球木地板市场空间与主要国家形势分析
第一节 2010-2012年全球木地板市场现状分析
一、全球木地板发展与消费分析
二、全球首款无甲醛木质地板研发成功
三、全球木地板竞争程度分析
四、全球木地板十大品牌分析
五、跨国公司在中国木地板市场投资布局
六、外企在木地板市场的三大竞争策略
七、中国在全球木地板市场中的占有率分析
第二节 欧洲木地板市场分析
一、欧洲实木地板受高端消费市场青睐
二、欧洲强化木地板市场发展现状
三、俄罗斯镶木地板占据市场主流
第三节 北美木地板市场分析
一、美国硬木地板的发展
二、美国强化木地板发展形势
三、美国木地板行业状况及未来走势分析
四、北美洲强化木地板市场简况
第四节 其他地区木地板行业
一、日本实木地板减少
二、印度木地板行业发展简况
三、巴西木地板行业发展现状
四、南非复合地板发展形势看好
第五节 2013-2016年全球木地板市场空间分析
一、全球实木地板价格将稳步上涨
二、木地板全球化进程加快
三、全球木地板市场空间巨大
第二部分 木地板行业运行现状
【木地板行业的分布、竞争力、产业升级如何？行业各项经济指标运行如何（企业数量资产规模、营业收入、盈利情况……）？行业发展存在哪些问题？受哪些影响因素？采取何种策略应对？木地板行业何去何从？】

第四章 中国木地板行业发展与战略规划分析
第一节 木地板行业发展概述
一、木地板行业经历的四个阶段
二、木地板行业在国民经济发展中的重要性
三、木地板行业向“中国创造”逐步靠近
第二节 木地板国际竞争力分析
一、木地板行业在国际市场竞争中的状况
二、木地板国际化三大难题
三、中国木地板在国际市场遭遇的挑战
四、外资入侵木地板市场行业环境面临挑战
五、人民币升值给地板出口带来的压力
六、从地板双反看中国木地板出口危与机
七、木地板行业国际竞争优势减弱的原因
第三节 木地板行业产区及分布现状
一、实木地板产区及分布
二、强化木地板产区及分布
三、实木复合地板产区及分布
四、软木地板产区及分布
五、竹地板产区及分布
第四节 2010-2012年低碳经济与木地板行业发展分析
一、低碳经济概念
二、低碳经济为地板行业带来的效益
三、低碳浪潮中木地板品牌的创新之路
四、低碳大潮中木地板企业的发展之道
第五节 2010-2012年木地板行业发展分析
一、2010年政策推动木地板企业抢滩农村市场
二、2011年木地板行业发展大事记
三、2012年木地板行业发展分析
第六节 2010-2012年木地板行业发展现状
一、服务已经成为地板行业新的影响因素
二、影响地板行业高速发展的因素
三、地板行业品牌突破正在进行时

四、地板行业呼吁新商业模式出现
第七节 2010-2012年木地板创新力分析
一、品牌规划与宣传创新力
二、产品延续与新品推广创新力
三、管理体系与人才引进创新力
第八节 2010-2012年木地板品牌力分析
一、品牌建设的必要性和可行性
二、正确认识地板品牌
三、强势地板企业的品牌延伸之路
四、如何建设地板品牌
第九节 2010-2012年影响木地板发展的重要因素分析
一、楼市因素
二、信誉因素
三、新法规因素
四、经济危机因素
第十节 2010-2012年木地板企业发展瓶颈分析
一、研发力量薄弱
二、品牌观念不强
三、创新范围狭隘
四、合纵连横意识薄弱
五、木地板税收政策调整带来的挑战
第十一节 木地板企业的战略分析
一、中国木地板产业发展的建议
二、中国木地板行业发展壮大的战略对策
三、低碳时代中国木地板企业的突围策略
第五章 中国地板行业经济规模与市场景气分析
第一节 2010-2012年地板制造行业总体规模分析
一、2010-2012年地板制造企业数量结构
二、2010-2012年地板制造亏损企业数量
三、2010-2012年地板制造行业从业人员数
四、2010-2012年地板制造行业资产规模
五、2010-2012年地板制造行业负债规模

六、2010-2012年地板制造行业出口交货值
七、2010-2012年地板制造行业新产品情况
八、2010-2012年地板制造行业主营收入规模
九、2010-2012年地板制造行业主营成本规模
十、2010-2012年地板制造行业费用规模
十一、2010-2012年地板制造行业利润规模
第二节 2010-2012年地板制造行业产销分析
一、2010-2012年地板制造行业产成品情况
二、2010-2012年地板制造行业产品销售收入
第三节 2010-2012年地板制造行业盈利能力分析
一、2010-2012年地板制造行业销售利润率
二、2010-2012年地板制造行业成本费用利润率
三、2010-2012年地板制造行业亏损面
第四节 2010-2012年地板制造行业偿债能力分析
一、2010-2012年地板制造行业资产负债比率
二、2010-2012年地板制造行业利息保障倍数
第五节 2010-2012年地板制造行业营运能力分析
一、2010-2012年地板制造行业应收帐款周转率
二、2010-2012年地板制造行业总资产周转率
第六节 2010-2012年地板制造行业发展能力分析
一、2010-2012年地板制造行业总资产增长率
二、2010-2012年地板制造行业利润总额增长率
三、2010-2012年地板制造行业主营业务收入增长率
第三部分 木地板消费市场分析
【木地板行业及产品销售情况怎样？其销售市场怎样变化及原因如何？木地板门店销售和消费者调查结果怎样？消费者特性和消费趋势如何变化？木地板企业又该怎样划分市场？怎样制定相应的营销策略？】
第六章 中国木地板市场运行现状与问题对策分析
第一节 2010-2012年木地板市场发展概况
一、中国木地板的市场现状
二、木地板市场各品种发展态势
三、中国木地板市场发展的影响因素

四、仿真实木地板成为木地板市场新星
第二节 2010-2012年木地板市场运行分析
一、2010-2012年木地板市场运行分析
二、2010-2012年木地板市场发展特点
三、2010-2012年木地板市场发展问题与形势
第三节 2010-2012年木地板市场现状分析
一、木地板行业持续十年高速发展
二、实木地板受资源制约而产量增长受限
三、实木复合地板结构优化具有较大发展空间
四、强化地板物美价廉前景广阔
五、竹地板绿色环保但生产效率有待提高
六、国际贸易壁垒导致地板出口下滑
第四节 2010-2012年木地板市场存在的问题及对策
一、木地板企业生产现状
二、木地板使用寿命短亟需规范
三、国内木地板消费市场存在的突出问题
四、引导我国木地板市场健康发展的对策
第七章 中国木地板市场销售状况与影响因素分析
第一节 2010-2012年木地板销售数据分析
一、2010-2012年地板产销量及增长
二、2010-2012年强化木地板产销量及增长
三、2010-2012年实木复合地板产销量及增长
四、2010-2012年实木地板产销量及增长
五、2010-2012年竹地板产销量及增长
六、2010-2012年其他地板产销量及增长
第二节 2010-2012年木地板销售市场分析
一、木地板国际销量下滑分析
二、2012年木地板销量下降
三、影响木地板销量的五大因素
四、影响木地板价格的四大因素
第三节 2010-2012年实木地板销售市场分析
一、2012年实木地板销量上升

二、实木地板价格分析
三、实木地板价格上涨的五大因素
四、促进实木地板占据高端市场份额的因素
第四节 2010-2012年实木复合地板销售市场分析
一、2012年实木复合地板销量增长
二、多层实木复合地板热销的原因
三、实木复合地板价格层次的划分原因
四、实木复合地板价格分析
第五节 2010-2012年强化木地板销售市场分析
一、2012年强化木地板销售增幅下降
二、强化木地板企业转舵应对销量压力
三、高价进口强化木地板受捧原因分析
四、强化木地板价格分析
第六节 2010-2012年竹地板销售市场分析
一、2012年竹地板销量尴尬分析
二、竹地板销量落后的原因分析
三、影响竹地板销售的关键因素分析
四、竹地板销售拐点分析
第八章 中国木地板门店销售调查与发展建议
第一节 地板店员分析
一、地板店员基本情况分析
1、地板店员从业年限情况
2、地板店员学历分析
二、地板店员培训分析
1、店员接受专业培训的期望分析
2、店员希望得到销售技巧、地板生产等培训
3、店员期望多种组织形式的培训
第二节 地板店面销售分析
一、人均销售地板分析
1、人均销售地板面积分析
2、年龄与销售业绩基本成正比
3、从业年限导致销售业绩差距

4、学历与销售业绩呈正比
5、一线城市店员业绩好于二线及以下城市
6、西南销售人员业绩最突出
二、店面销售特征分析
1、79%店面经营HYPERLINK "#10"2HYPERLINK "#10"个或更多品类地板
2、一、二级城市店面经营品类差异明显
3、华东地区强化木地板、实木地板销量旗鼓相当
4、采用地板的家庭，地板已占其铺地材料一半以上
5、地板有望稳居家庭装修中铺地材料首选的地位
6、地板价格主要区间分析
第三节 家庭用户地板消费特征
一、消费者购买木地板最关注的因素
二、消费者购买木地板时担心的问题
1、甲醛释放量成为影响消费者选购木地板的最大障碍
2、不同城市担心问题区别微小
三、女性是家庭装修购买木地板的主要决策者
四、不同年龄段人群选购木地板的品类有明显差异
1、强化木地板的购买者年龄段分析
2、三层实木复合地板的购买者年龄段分析
3、多层实木复合地板的购买者年龄段分析
4、实木地板的购买者年龄段分析
第四节 地板销售问题与建议
一、加强对终端销售人员的培训工作
二、培养较稳定的员工队伍
三、应关注不同客户群的需求差异
四、避免夸大木地板中甲醛释放量的问题
五、加强产品的美学概念
六、建议地板企业关注实木复合地板的发展
第九章 2013-2016年木地板消费者与消费趋势分析
第一节 木地板消费者需求分析
一、消费者购买的关注因素

二、木地板材质与消费因素
三、消费者年龄与材质选择
第二节 木地板消费者调查
一、消费者仍青睐实木地板
二、消费者选购地板的渠道
三、消费者选购地板价格区间
四、消费者选购地板材质时最看重因素
五、大尺寸木地板成为消费方向
第三节 消费者口碑打造地板品牌忠诚度
第四节 彩绘地板打造消费者的优雅世界
一、可爱童趣彩绘地板
二、高雅华丽彩绘地板
三、复古艺术彩绘地板
第五节 地板行业新消费模式分析
一、网上商城
二、跨业营销
三、地板“体验馆”
四、地板下乡
五、“大家居”时代
第六节 地板消费要注重产品细节 与服务
第七节 2013-2016年木地板消费趋势分析
一、环保因素是消费的永恒话题
二、浅色实木地板超越深色实木地板成为主流
三、个性化实木地板受垂青
四、消费者注重木地板的品牌印象
第十章 中国木地板市场划分与营销策略分析
第一节 中国木地板市场营销现状
一、地板行业营销的四大怪圈
二、国内木地板行业的两大营销困境
三、木地板营销亟需寻求突破
第二节 木地板营销市场细分
一、地理细分

二、人口细分
三、心理细分
四、行为细分
第三节 木地板卖场营销的三大意识
一、竞争意识
二、经营意识
三、学习意识
第四节 木地板营销渠道分析
一、中国木地板行业销售渠道现状
二、中国木地板行业渠道变革的必然性
三、中国木地板行业渠道变革的驱动因素
四、木地板行业营销渠道变革产生的深刻影响
五、木地板行业营销渠道变革的途径探究
第五节 木地板行业营销渠道模式分析
一、代理制营销渠道模式
1、代理制营销渠道概
2、代理制营销渠道优点
3、代理制营销渠道缺点
二、买断制营销渠道式
1、买断制营销渠道概念
2、买断制营销渠道优点
3、买断制营销渠道缺点
三、直营制营销渠道式
1、直营制营销渠道概念
2、直营制营销渠道优点
3、直营制营销渠道缺点
四、经销制营销渠道式
1、经销制营销渠道概念
2、经销制渠道模式类型.
五、典型企业营销渠道式
第六节 木地板行业营销策略
一、木地板二三级城市营销策略

二、木地板企业的网络营销构建思路
三、木地板企业的终端营销策略探讨
四、打造实木地板企业营销联盟
五、强化木地板营销模式探讨
第七节 80后的个性化体验营销分析
一、80后地板消费特征分析
二、地板品牌的80后营销设想
三、地板企业针对80后的营销建议
第八节 地板行业网络营销战略分析
一、网络广告投放
二、搜索引擎营销
三、博客、微博、论坛、电子杂志营销
四、新闻事件营销
五、视频营销
六、动漫营销
七、网络问答营销
第九节 地板企业微博营销策略分析
一、塑造微博风格
二、策划微博内容
三、创意微博活动
第四部分 木地板行业全景调研
【实木地板、实木复合地板、强化木地板……各细分市场供需、发展形势、未来趋势如何？产业链各环节 有什么变化？对木地板行业产生什么样的利弊影响？木地板企业如何把握全局的发展形势？】
第十一章 2013-2016年实木地板市场深度分析与趋势预测
第一节 实木地板行业发展概述
一、实木地板的定义和种类
二、实木地板发展的五个阶段
三、实木地板行业标准进一步完善
四、中国实木地板行业步入诚信时代
五、实木地板产品SWOT分析
第二节 2010-2012年实木地板市场分析

一、实木地板市场发展现状
二、实木地板渐失主角地位
三、第3代实木地板成市场发展主流
四、三层实木地板将占领未来各级市场
五、实木地板市场发展形势
六、实木地板消费三大趋势
第三节 2010-2012年多层实木地板市场分析
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 2010-2012年全国及主要省份实木地板产量分析
一、2010-2012年全国实木地板产量分析
二、2010-2012年主要地区实木地板产量分析
三、2010-2012年主要省份实木地板产量分析
第五节 2010-2012年实木地板消费调查分析
一、实木地板装修意向
二、实木地板装修特征
三、实木地板消费者维权渠道
第六节 2010-2012年实木地板消费误导分析
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
第七节 2010-2012年实木地板企业竞争分析
一、实木地板行业竞争者分析
二、传统实木地板行业面临严峻挑战
三、实木地板企业竞争战略选择
四、中小型实木地板企业竞争策略
五、未来实木地板市场的竞争格局
第八节 2013-2016年实木地板发展趋势分析

一、实木地板未来发展方向
二、实木地板未来发展新趋势
三、实木地板未来消费趋势
四、实木地板未来发展态势明朗
第九节 实木地板行业发展的原则策略分析
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
第十二章 2013-2016年强化木地板市场深度分析与趋势预测
第一节 强化木地板行业发展概述
一、强化木地板的发展阶段
1、起步阶段
2、高速发展阶段
3、市场成熟阶段
二、强化木地板产业七大特点
三、强化木地板发展优势
四、强化木地板新国标出台实施
五、中国强化木地板迈入高端时代
第二节 强化木地板产品SWOT分析
一、优势（Strength）
二、劣势（Weakness）
三、机会（Opportunity）
四、威胁（Threat）
第三节 2010-2012年强化木地板市场分析
一、强化木地板市场发展现状
二、强化木地板市场发展特点
三、高清技术成为强化木地板新卖点
四、强化地板占据市场主导地位
五、强化地板市场销售情况简析
六、强化地板发展速度放缓
七、消费者口味向实木地板转移

八、强化地板重塑市场核心竞争力
九、强化复合木地板提升技术附和低碳大势
第四节 2010-2012年超实木地板市场分析
一、超实木地板的定义及发展历程
二、超实木地板市场畅销四大原因
三、超实木地板快速发展的驱动因素
四、超实木地板备受市场青睐
第五节 强化木地板行业的问题与对策
一、强化木地板市场六大不规范现象
二、强化木地板产品存在三大质量问题
三、三大重疾阻碍强化木地板健康发展
四、强化木地板行业应规范化
第六节 强化木地板品牌企业发展策略分析
一、环保策略
二、规模策略
三、质量策略
四、服务策略
第七节 2013-2016年强化木地板行业发展趋势分析
一、强化木地板产品发展趋势
二、强化木地板市场发展趋势
三、强化木地板技术发展趋势
第十三章 2013-2016实木复合地板市场深度分析与趋势预测
第一节 2010-2012年实木复合地板发展业分析
一、实木复合地板行业及产品特点
二、实木复合地板的主要消费优势
三、实木复合地板渐成我国木地板市场主流
四、实木复合地板二三线城市需求火爆
五、多层实木复合地板渐成大趋势
第二节 2010-2012年三层实木复合地板发展分析
一、三层实木复合地板市场现状分析
二、三层实木复合地板产品特点
三、三层实木复合地板成地板产业低碳发展的主力军

四、三层实木复合地板与强化地板争市场
五、三层实木复合地板发展面临的问题
六、三层实木复合地板前景趋势分析
第三节 2010-2012年多层实木复合地板发展分析
一、多层实木复合地板的崛起
二、多层实木复合地板的三大优势
三、多层实木复合地板的消费优势
四、多层实木复合地板市场增长情况
五、多层实木复合地板的两大质量问题
六、多层实木地板市场推广面临的问题
第四节 2010-2012年全国及主要省份复合木地板产量
一、2010-2012年全国复合木地板产量分析
二、2010-2012年主要地区复合木地板产量分析
三、2010-2012年主要省份复合木地板产量分析
第五节 实木复合地板市场存在的问题分析
一、实木复合地板市场三大消费困惑
二、实木复合地板市场面临的竞争错位问题
第六节 实木复合地板SWOT分析
一、优势（Strength）
二、劣势（Weakness）
三、机会（Opportunity）
四、威胁（Threat）
第七节 实木复合地板SWOT策略解析
一、SO（优势+机会）策略
二、WO（弱势+机会）策略
三、ST（优势+威胁）策略
四、WT（弱势+威胁）策略
第八节 2013-2016年实木复合地板发展趋势分析
一、产品向多样化和个性化发展
二、表板向多树种发展
三、表板厚度逐渐降低
四、表板拼板方式变化

五、三拼板向独面板发展
六、表板从涂漆向涂油发展
七、芯板采用多样化
八、表板风格从恬静型向生命型发展
九、产品从普通直榫型向锁扣免胶型发展
十、低温固化型和非醛类胶粘剂逐步应用
第十四章 2013-2016年竹地板市场深度分析与趋势预测
第一节 2010-2012年竹地板市场分析
一、竹木地板的优势
二、竹地板企业曲线突围国内地板市场
三、中国成世界最大竹材人造板生产国
四、竹地板产业需要发出自己的声音
五、塑造竹地板市场强势品牌的策略
第二节 2010-2012年竹地板消费分析
一、竹产业市场发展现状
二、发展壮大竹产业需要引导消费
三、科技展结合丰富的文化内涵发展竹产业
第三节 2010-2012年主要地区竹地板行业发展状况
一、浙江安吉县竹地板产业发展概况
二、安吉竹地板企业发展新动态
三、义乌市场竹地板热销欧美国家
四、江西奉新县竹地板等产业发展状况分析
第四节 竹地板行业发展对策
一、竹地板企业突围策略探析
二、竹地板转攻国内市场发展对策分析
三、竹地板行业品牌打造策略
第五节 2013-2016年竹地板行业发展趋势分析
一、我国竹地板市场发展形势与机遇分析
二、竹地板市场发展前景广阔
三、竹木复合地板产销形势分析
四、竹木复合地板的发展趋势
第十五章 中国其它木地板行业发展分析

第一节 竹木复合地板市场分析

一、竹木复合地板概述

二、竹木复合地板市场前景广阔

三、三层竹木复合地板成为未来发展趋势

四、铁路货车用竹木复合层积材地板的应用浅析

第二节 体育木地板市场分析

一、体育木地板的定义

二、体育木地板特性与技术指标

三、我国体育木地板发展状况

四、我国体育木地板市场标准缺失

第三节 漆面木地板市场分析

一、漆面木地板倍受市场青睐

二、漆面木地板七大质量问题

三、我国漆面木地板国家标准出台

第十六章 2013-2016年木地板原料市场分析与趋势预测

第一节 中国木材产业发展概述

一、我国木材工业总体呈高速发展态势

二、木材工业综合利用率提高

三、木材产业发展概述

四、2012年中国木材行业发展现状

五、2013-2016年林木业发展的总体趋势

六、“十二五”期间我国商品木材供需展望

第二节 中国木材进口贸易概况

一、2010-2012年我国木材进口分析

二、欧美进口木材受我国市场青睐

三、中俄木材贸易发展状况分析

四、中国与加拿大锯材贸易状况

第三节 中国竹产业分析

一、国内竹行业发展的主要优势

二、国内竹行业发展概况

三、国内竹业发展存在的主要问题

四、我国竹产业发展的策略分析

五、2013-2016竹业产业化发展趋势
第十七章 2013-2016年木地板相关产业市场分析与趋势预测
第一节 中国房地产市场分析
一、房地产行业运行特点分析
二、楼市调控政策波及木地板行业
三、房地产市场发展现况
四、2013-2016房地产行业发展趋势
第二节 中国建材市场分析
一、2010-2012年建材行业运行情况
二、绿色建材有望占据市场主流
三、2013-2016年建材行业发展趋势
第三节 中国建筑装饰材料市场分析
一、我国建筑装饰业的发展现状
二、建筑装饰行业特征分析
三、建筑装饰材料市场的发展形式
四、建材下乡对建筑装饰材料市场消费的推动
五、建筑装饰材料业的发展建议
六、2013-2016年建筑装饰材料市场未来走势
第四节 中国木地板胶粘剂市场分析
一、木地板胶粘剂的应用及发展
二、国内外胶粘剂市场发展分析
三、2012年我国胶合板产量情况
四、工业木质素在木材胶粘剂中应用的研究进展
五、2013-2016年木地板胶粘剂发展趋势
第五节 中国瓷砖市场分析
一、瓷砖的分类介绍
二、2012年我国瓷砖主要产品产量情况
三、2012年全国瓷砖网上市场价格情况
四、我国瓷砖市场竞争与流行趋势分析
五、2013-2016年瓷砖产量预测
第六节 中国塑料地板市场分析
一、塑料地板概述

二、塑料建材行业的发展现状
三、2013-2016年塑料建材行业发展前景和趋势
第五部分 木地板市场竞争格局
【木地板市场竞争程度怎样？市场集中度有什么变化？应采取什么竞争策略？各区域市场的发展形势给企业什么样的启示？品牌企业占有率有什么变化？波特五力分析、SWOT分析结果如何？】
第十八章 中国木地板市场竞争格局与策略分析
第一节 木地板行业波特竞争模型分析
一、行业新进入者的威胁
二、供应商的议价能力
三、购买者的议价能力
四、替代品的威胁
五、行业内现有竞争者之间的竞争
第二节 2010-2012年木地板行业竞争现状分析
一、国内木地板行业竞争同质化分析
二、木地板行业“洗牌”发展分析
三、地板行业竞争进入攻坚阶段
四、地板行业竞争开始由产品竞争转向服务
五、白热化竞争遏制地板涨价潮
六、品牌木地板上演“服务战”
七、实木与强化地板竞争形势严峻
第三节 2010-2012年木地板行业竞争格局分析
一、遭遇“井喷期”行业无战事
二、异业找空间横向寻突破
三、全面大整合多元谋发展
第四节 木地板行业竞争形势分析
一、实木地板和强化地板竞争对峙形势
二、木地板行业竞争加剧导致主流材种涨价
三、木地板行业进入品牌竞争关键期
第五节 木地板行业品牌竞争策略分析
一、木地板行业品牌竞争环境分析
二、产品创新成地板业竞争关键

三、差异化服务将成地板品牌核心竞争力
四、中国木地板行业需要向健康竞争发展
五、我国木地板业提升品牌竞争力策略分析
六、木地板品牌的打造策略
第十九章 中国各地区木地板发展现状与形势分析
第一节 广东木地板行业发展回顾
一、广东木地板市场分析
1、广东现有木地板生产企业数量
2、实木地板在广东成为市场主流
3、广东木地板龙头企业发展策略分析
4、广东木地板的机遇和挑战分析
二、广东木地板市场供需分析
1、2010-2012年广东实木地板产量及增长
2、2010-2012年广东复合木地板产量及增长
3、2010-2012年广东木地板需求总量
4、2010-2012年广东木地板需求总额
三、广东木地板市场价格分析
1、广东实木地板价格分析
2、广东强化地板价格分析
四、广东木地板市场占有率分析
1、广东木地板市场占有率分析
2、广东不同价格档次强化木地板市场占有率
3、广东主要品牌强化木地板市场占有率
第二节 浙江南浔实木地板发展分析
一、南浔实木地板产业优势分析
二、南浔实木地板产业发展概况
三、南浔实木地板行业日益兴盛
四、南浔实木地板行业品牌化发展势头迅猛
五、南浔实木地板发展面临新要求
六、南浔实木地板产业发展策略
第三节 江苏横林强化木地板发展分析
一、横林强化地板产业集群的发展概况

二、横林地板实现“大生产”向“大流通”跨越
三、横林地板企业的破局之道
四、整合升级是横林地板未来发展方向
第四节 上海木地板行业发展概况
一、上海木地板市场概况
二、上海木地板供需情况
三、上海木地板发展形势
第五节 安徽木地板市场现状
一、安徽木地板市场概况
二、安徽木地板供需情况
三、安徽木地板发展形势
第六节 兰州木地板市场分析
第七节 四川木地板市场分析
第二十章 中国木地板重点企业分析
【品牌企业分析内容如下：
1、企业概况
2、企业经营分析
（1）、企业盈利能力分析
（2）、企业运营能力分析
（3）、企业偿债能力分析
（4）、企业发展能力分析
3、企业竞争力分析
（1）、经营数据分析
（2）、企业优势分析
（3）、企业劣势分析
（4）、渠道及营销策略
4、企业经营策略和发展战略】
第一节 木地板品牌企业分析
一、大自然家居(中国)有限公司
二、圣象集团
三、安徽扬子地板股份有限公司
四、江苏肯帝亚木业有限公司

五、江苏凯莱木业有限公司

六、浙江安心木业有限公司

七、福建福人集团有限责任公司

八、浙江高牌木业有限公司

九、德尔国际家居股份有限公司

十、安信伟光(上海)木材有限公司

十一、浙江方圆木业有限公司

十二、浙江创鑫木业有限公司

十三、浙江世友木业有限公司

十四、浙江林昌木业有限公司

十五、浙江久盛地板有限公司

十六、浙江富得利木业有限公司

十七、浙江永吉木业有限公司

十八、浙江格尔森木业有限公司

十九、巴洛克木业(中山)有限公司

二十、滁州市春洲木业有限公司

二十一、浙江裕华木业有限公司

二十二、吉林森林工业集团金桥木业集团公司

二十三、富林国际集团

二十四、北美枫情（上海）商贸有限公司

二十五、广州力恒集团有限公司

二十六、福州亿利达木业有限公司

二十七、上海菲林格尔木业股份有限公司

二十八、武汉拜尔木业有限公司

二十九、江苏欧象万盛木业有限公司

三十、江苏森森木业有限公司

三十一、大亚科技股份有限公司

三十二、广东省宜华木业股份有限公司

三十三、四川国栋建设集团有限公司

三十四、中国吉林森林工业集团有限责任公司

三十五、大连科冕木业股份有限公司

三十六、四川升达林业产业股份有限公司

三十七、福建省永安林业（集团）股份有限公司
三十八、常州市华伦木业有限公司
三十九、北京瑞嘉欧亚木业有限公司
四十、江苏贝尔装饰材料有限公司
第二节 竹地板品牌企业分析
一、江西飞宇竹业集团有限公司
二、浙江大庄实业集团有限公司
三、江西山友实业有限公司
四、江西华昌竹业集团有限公司
五、江西省新井泰实业有限公司
六、江西腾达竹木业有限公司
七、浙江永裕竹业股份有限公司
八、安徽亚普竹业有限公司
第六部分 木地板行业趋势预测
【要想在如今竞争激烈的市场上站稳脚跟，应紧随市场的脚步向前发展进步，那么未来几年木地板行业业有些什么样的变化趋势？各细分市场又有些什么样的变化趋势呢？】
第二十一章 2013-2016年木地板行业前景与趋势
第一节 2013-2016年木地板行业发展前景分析
一、支撑未来我国木地板快速发展的主要因素
二、木地板在二三级市场具广阔发展潜力
三、新型环保塑木地板未来发展前景广阔
四、生态木地板前景乐观
五、速生材木地板产业前景广阔
第二节 2013-2016年木地板行业发展趋势预测
一、中国木地板产业发展九大趋势
二、未来中国木地板行业发展四大方向
三、低碳环保成木地板行业未来发展主题
四、木地板高端市场是未来发展方向
第三节 2013-2016年木地板市场营销趋势分析
一、80后消费群体是主导
二、品牌积淀持久之道
三、全面铺展地级城市

四、团购取信消费者
五、网络营销潜力无穷
六、整个营销渠道开始多元化
第四节 2013-2016年木地板行业环保趋势分析
一、环保成全球地板业新方向
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
第二十二章 2013-2016年木地板细分市场发展趋势
第一节 2013-2016年强化木地板市场发展趋势
一、强化木地板行业发展趋势
二、强化木地板市场消费趋势
三、强化木地板生产厚度发展趋势及其问题
第二节 2013-2016年多层实木地板市场发展趋势
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
五、性能发展趋势
第三节 木塑地板将引领地板行业新潮流
第四节 地板采暖成未来地板市场生力军
第五节 地板装修流行趋势
一、回归自然、尊重自我
二、品位生活、地板文化
三、自然环保、人性本源
第七部分 木地板行业投资战略研究
【木地板行业投资特性、壁垒、风险、盈利模式怎样？企业的投资环境如何？木地板企业的投资前景和投资热点有什么变化？需要什么样的投资策略？又需要采取哪些相应的经营策略策略？】
第二十三章 2013-2016年木地板行业投资特性分析
第一节 2013-2016年木地板行业投资壁垒分析
一、质量和技术壁垒
二、规模和持续供货能力

三、市场声誉
四、品牌壁垒
第二节 2013-2016年木地板行业投资风险分析
一、政策调控风险
二、市场不规范竞争风险
三、物流成本风险
四、技术创新风险
第三节 2013-2016年木地板行业投资特性分析
一、木地板行业吸引投资者的三大原因
二、木地板企业联合的大集团模式受投资者青睐
三、鲜明特色和独到竞争策略的木地板企业受青睐
四、房地产行业的潜在需求促进木地板行业投资
第四节 2013-2016年木地板行业盈利模式分析
一、顾客细分
二、销售模式
三、产品管理
四、服务增值
第二十四章 2013-2016年木地板行业投资策略分析
第一节 2013-2016年木地板行业投资前景分析
一、木地板行业投资的机遇和挑战
二、木地板行业未来需求潜力巨大
三、2013-2016年木地板产品产量预测
第二节 2013-2016年木地板行业投资趋势分析
一、强化木地板在二三线城市优势明显
二、实木类地板销售增幅加快
三、实木类产品比例提高
四、实木复合地板价格下降成趋势
五、定制设计逐渐成为卖点
第三节 2013-2016年木地板行业投资策略分析
一、强化木地板主攻低端市场
二、木地板企业要打造绿色环保产业链
三、新地板装修新变革中木地板的定位

四、负离子木地板成为行业热点
五、竹地板在农村市场具有优势
第二十五章 2013-2016年木地板行业发展战略分析
第一节 木地板企业发展案例分析
一、巴洛克木业公司市场定位案例分析
1、企业背景分析
2、行业、产品、消费者分析
3、定位策略的关键点
4、目标消费者锁定
5、关键需求点锁定
6、营销出击点确定
7、针对潜在消费者策略
8、传播诉求点确定
9、销售结果验证
二、升达公司“地板下乡”营销案例分析
1、成立项目小组
2、项目的推广执行区域选择
3、产品准备
4、合理的销售价格体系
5、销售终端的解决方式
6、项目终端具体执行方案
第二节 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
第三节 木地板企业策略转变分析
一、国家对木地板相关税收政策的调整
二、企业要改变策略积极应对挑战
三、加快产业结构整合竞争
四、营销理念调整
五、迅速占领市场加快产业结构整合竞争

六、调整营销战略部署
第四节 木地板企业发展策略分析
一、木地板行业的多元化与扩张战略
二、木地板企业渠道模式的选择和调整
三、木地板企业面对70、80后消费群体的营销策略
四、木地板下乡的营销策略
五、电子商务时代的到来地板企业发展策略
六、地板行业如何以技术创新节约资源
图表目录
图表：2010-2012年中国木地板行业产品销售格局
图表：2010-2012年木地板总产值在GDP中的比重
图表：2010-2012年地板产销量及增长
图表：2010-2012年强化木地板产销量及增长
图表：2010-2012年实木复合地板产销量及增长
图表：2010-2012年实木地板产销量及增长
图表：2010-2012年竹地板产销量及增长
图表：2010-2012年实木地板产量及增长
图表：2010-2012年华北地区实木地板产量统计
图表：2010-2012年东北地区实木地板产量统计
图表：2010-2012年华东地区实木地板产量统计
图表：2010-2012年华中地区实木地板产量统计
图表：2010-2012年华南地区实木地板产量统计
图表：2010-2012年西南地区实木地板产量统计
图表：2010-2012年西北地区实木地板产量统计
图表：2010-2012年前五大省市实木地板产量统计
图表：2010-2012年复合木地板产量及增长
图表：2010-2012年华北地区复合木地板产量统计
图表：2010-2012年东北地区复合木地板产量统计
图表：2010-2012年华东地区复合木地板产量统计
图表：2010-2012年华中地区复合木地板产量统计
图表：2010-2012年华南地区复合木地板产量统计
图表：2010-2012年西南地区复合木地板产量统计

图表：2010-2012年西北地区复合木地板产量统计
图表：2010-2012年前五大省市复合木地板产量统计
图表：2010-2012年木地板行业经营效益分析
图表：2010-2012年中国木地板行业盈利能力分析
图表：2010-2012年中国木地板行业运营能力分析
图表：2010-2012年中国木地板行业偿债能力分析
图表：2010-2012年中国木地板行业发展能力分析
图表：2010-2012年木地板行业主要经济指标统计表
图表：2010-2012年大型木地板企业主要经济指标统计
图表：2010-2012年中型木地板企业主要经济指标统计
图表：2010-2012年小型木地板企业主要经济指标统计
图表：2010-2012年木地板行业销售产值及增长率
图表：2010-2012年木地板行业销售收入及增长率
图表：2010-2012年木地板制造行业企业数量区域分布
图表：2010-2012年木地板行业市场竞争格局
图表：2010-2012年木地板制造前十企业市场占有率
图表：2010-2012年木地板行业前10名厂商销售额
图表：2010-2012年木地板制造行业销售集中度变化图
图表：2010-2012年木地板行业前10名厂商资产规模
图表：2010-2012年木地板制造行业资产集中度变化图
图表：2010-2012年木地板行业前10名厂商利润情况
图表：2010-2012年广东实木地板产量及增长
图表：2010-2012年广东复合木地板产量及增长
图表：2010-2012年上海实木地板产量及增长
图表：2010-2012年上海复合木地板产量及增长
图表：2010-2012年安徽实木地板产量及增长
图表：2010-2012年安徽复合木地板产量及增长
图表：2010-2012年甘肃实木地板产量及增长
图表：2010-2012年甘肃复合木地板产量及增长
图表：2010-2012年四川实木地板产量及增长
图表：2010-2012年四川复合木地板产量及增长
图表：2010-2012年中国木地板进出口数量情况

图表：2010-2012年中国木地板进出口金额统计
图表：2013-2016年地板制造行业企业数量预测
图表：2013-2016年地板制造行业资产规模预测
图表：2013-2016年地板制造行业负债规模预测
图表：2013-2016年地板制造行业工业销售产值预测
图表：2013-2016年地板制造行业产成品预测
图表：2013-2016年地板制造行业主营业务收入预测
图表：2013-2016年地板制造行业主营业务成本预测
图表：2013-2016年地板制造行业利润总额预测
图表：2013-2016年地板制造行业营业费用预测
图表：2013-2016年地板制造行业财务费用预测
图表：2013-2016年地板制造行业成本费用预测
图表：2013-2016年木地板市场容量预测
图表：2013-2016年木地板市场规模预测
图表：2013-2016年木地板市场销售收入预测
图表：2013-2016年木地板市场竞争格局预测
图表：2013-2016年木地板市场盈利预测
图表：2013-2016年实木地板产量预测
图表：2013-2016年复合木地板产量预测
图表：2013-2016年地板产销量预测
图表：2013-2016年强化木地板产销量预测
图表：2013-2016年实木复合地板产销量预测
图表：2013-2016年实木地板产销量预测
图表：2013-2016年竹地板产销量预测
略……

详细请访问：http://www.cction.com/report/201406/108979.html