

2021年中国地板市场分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国地板市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/532634532634.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

地板材质多样，我国木地板主要分为实木地板、强化木地板、实木复合地板、多层复合地板、竹材地板、软木地板以及新兴的木塑地板。我国木地板行业产业链上游主要是木材、人造板等原材料，下游是建筑装饰、房地产、住宅等产业。

我国木地板分类 资料来源：公开资料整理

我国木地板行业产业链 资料来源：公开资料整理

一、优势分析

(1)

耐用性。木地板由整块的木料加工制成，具有一定厚度，耐磨耐用，稳定性能好。

(2)

安全环保。木地板取自天然木材或人造板，没有放射性和甲醛，不会危害到人们身体健康。

(3) 美观舒适。木地板的温度和脚感较好，美观自然，同时降低对地面的撞击声。

(4) 施工便利。木地板能够满足工人各种刨、锯需求，技术手法标准既定，省心省力，对于消费者和施工人员而言都是极为便捷的。

(5) 易于保养。木地板在铺贴的过程中能够互相贴合，不易导致污垢积压，减少清理频率，节约保养成本。

我国木地板优势 资料来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 价格昂贵。木地板的价位一直处于较高水平，成本高。

(2) 地板铺设前含水率过高，室内高温或风干而收缩易导致木地板之间出现缝隙。

(3) 我国木地板行业的标准制定工作滞后，相关知识宣传和普及力度不足，导致消费者选购时缺乏了解。

(4)

目前市场上产品质量不一，三无产品及冒牌劣质产品较多，售后服务体系不健全。

(5)

在全球森林资源减少的情况下，我国木地板尤其是实木地板的生产将面临资源短缺的阻碍。

(6) 整个木地板行业的科研开发工作滞后，木地板产品功能单一。

三、机遇分析

(1) 随着我国经济的持续发展，我国居民生活水平不断提高，部分高端需求开始释放，消费者观念转变，对地板的健康环保、美化设计等方面的需求不断提升，促进了我国木地板行业的发展。据统计，2014-2019年我国规模以上企业木地板销量持续增加。2019年，我国规模以上企业木地板销量为42460万平方米，同比增长1.7%。

2014-2019年我国规模以上企业木地板销量及增速

数据来源：中国林产工业协会地板专业委员会

(2) 建筑装饰行业作为我国木地板行业的下游，其繁荣发展为我国木地板行业创造了极大动力。据统计，2009-2019年我国建筑装饰行业市场规模稳定增长，从2009年的1.85万亿元增至2019年的4.6万亿元，行业发展前景良好。

2009-2019年我国建筑装饰行业市场规模 数据来源：中国建筑装饰协会

(3) 近年来，我国陆续出台了一系列有利于地板行业发展的相关行业政策，为我国地板行业指引了正确的发展方向。

政策

时间

要点

《国务院办公厅转发发展改革委等部门关于加快推进木材节约和代用工作意见的通知》

2005.11

在人造板、地板、家具等机械化程度较高的重点行业，进一步开展质量认证工作，推广优质品牌。积极发展人造板以及农作物剩余物、竹等资源加工产品替代木材产品，实施环保型代木工程。

《林业产业政策要点》

2007.8

鼓励木材资源综合利用开发，次小薪材和废旧木质材料回收利用及开发；鼓励林业企业提高开拓国际市场能力，鼓励林业重点龙头企业利用资本市场筹集资金，支持符合条件的重点龙头企业在国内资本市场上市。

《林业产业振兴规划（2010-2012年）》

2009.10

对林业产业发展目标、林业产业发展的保障措施提出了具体的要求。加强市场需求研究，鼓励国内区域性林产品市场建设，加大消费政策引导，开辟林产品的利用领域，挖掘林产品城乡市场消费潜力；稳定传统出口市场，开拓新兴国际市场；建立多元、稳定、安全的林产品市场体系。

《关于印发循环经济发展战略及近期行动计划的通知》

2013.1

大力发展木材精深加工，严格控制木材粗加工项目。加快淘汰高耗能落后工艺、技术和设备，推动木材、竹材加工设备节能改造。鼓励发展绿色建材产品。

《产业结构调整指导目录（2011版）》

2013.2

“次小薪材、沙生灌木和三剩物的深加工及产品开发”和“木基复合材料及结构用人造板技术开发”属于该目录中鼓励类项目。

《关于促进林木制品质量提升的意见》

2013.4

进一步加强林木制品质量综合整治，提升林木制品质量总体水平，促进林业产业持续健康发展。

《外商投资产业指导目录（2015年修订）》

2015.3

“林业三剩物，次、小、薪材和竹材的综合利用新技术、新产品开发与生产”属于该目录中鼓励外商投资产业项目。资料来源：公开资料整理

未来我国木地板行业的发展将不断完善管理机制和行业标准，合理利用资源，引导正确的消费观念。同时完善我国木地板企业规模，在提高资金利用效率的同时确保自身能够适应市场发展的需求。

我国地板行业发展趋势 资料来源：公开资料整理

四、威胁分析

（1）行业竞争激烈，企业众多。由于木地板行业对劳动力素质要求不高，科技创新能力弱，导致进入门槛较低，企业数量较多。部分中小型企业由于技术、资金等原因无法实现规模化经营，资源浪费严重，经济效益持续走低，将面临退出市场的风险。低层次竞争现象

时有发生，企业急功近利。

（2）目前，我国木地板行业集中度在不断上升，未来将会有更多缺乏竞争力、无法适应市场环境变化的中小型企业淘汰出局。据统计，2015-2019年我国木地板行业CR4稳步上升，2019年我国木地板行业CR4上升至25.62%。

2015-2019年我国木地板CR4变化情况 数据来源：公开资料整理（wqq）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国木地板市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国地板行业发展概述

第一节 地板行业发展情况概述

一、地板行业相关定义

二、地板行业基本情况介绍

三、地板行业发展特点分析

四、地板行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、地板行业需求主体分析

第二节 中国地板行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、地板行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国地板行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国地板行业生命周期分析

一、地板行业生命周期理论概述

二、地板行业所属的生命周期分析

第四节 地板行业经济指标分析

一、地板行业的赢利性分析

二、地板行业的经济周期分析

三、地板行业附加值的提升空间分析

第五节 中国地板行业进入壁垒分析

一、地板行业资金壁垒分析

二、地板行业技术壁垒分析

三、地板行业人才壁垒分析

四、地板行业品牌壁垒分析

五、地板行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球地板行业市场发展现状分析

第一节 全球地板行业发展历程回顾

第二节 全球地板行业市场区域分布情况

第三节 亚洲地板行业地区市场分析

- 一、亚洲地板行业市场现状分析
- 二、亚洲地板行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲地板行业市场前景分析
- 第四节 北美地板行业地区市场分析
 - 一、北美地板行业市场现状分析
 - 二、北美地板行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美地板行业市场前景分析
- 第五节 欧洲地板行业地区市场分析
 - 一、欧洲地板行业市场现状分析
 - 二、欧洲地板行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲地板行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界地板行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球地板行业市场规模预测

第三章 中国地板产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品地板总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国地板行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国地板产业社会环境发展分析

- 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、消费观念分析

第四章 中国地板行业运行情况

第一节 中国地板行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国地板行业市场规模分析
- 第三节 中国地板行业供应情况分析
- 第四节 中国地板行业需求情况分析
- 第五节 我国地板行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二
 - 三、其它细分市场
- 第六节 中国地板行业供需平衡分析
- 第七节 中国地板行业发展趋势分析

第五章 中国地板所属行业运行数据监测

- 第一节 中国地板所属行业总体规模分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 二、行业资产规模分析
- 第二节 中国地板所属行业产销与费用分析
 - 一、流动资产
 - 二、销售收入分析
 - 三、负债分析
 - 四、利润规模分析
 - 五、产值分析
- 第三节 中国地板所属行业财务指标分析
 - 一、行业盈利能力分析
 - 二、行业偿债能力分析
 - 三、行业营运能力分析
 - 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国地板市场格局分析

- 第一节 中国地板行业竞争现状分析
 - 一、中国地板行业竞争情况分析
 - 二、中国地板行业主要品牌分析
- 第二节 中国地板行业集中度分析
 - 一、中国地板行业市场集中度影响因素分析

二、中国地板行业市场集中度分析

第三节 中国地板行业存在的问题

第四节 中国地板行业解决问题的策略分析

第五节 中国地板行业钻石模型分析

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

第七章 2017-2020年中国地板行业需求特点与动态分析

第一节 中国地板行业消费市场动态情况

第二节 中国地板行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 地板行业成本结构分析

第四节 地板行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国地板行业价格现状分析

第六节 中国地板行业平均价格走势预测

一、中国地板行业价格影响因素

二、中国地板行业平均价格走势预测

三、中国地板行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国地板行业区域市场现状分析

第一节 中国地板行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区地板市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区地板市场规模分析

四、华东地区地板市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区地板市场规模分析
- 四、华中地区地板市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区地板市场规模分析
- 四、华南地区地板市场规模预测

第九章 2017-2020年中国地板行业竞争情况

第一节 中国地板行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国地板行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国地板行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 地板行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国地板行业发展前景分析与预测

第一节 中国地板行业未来发展前景分析

一、地板行业国内投资环境分析

二、中国地板行业市场机会分析

三、中国地板行业投资增速预测

第二节 中国地板行业未来发展趋势预测

第三节 中国地板行业市场发展预测

一、中国地板行业市场规模预测

二、中国地板行业市场规模增速预测

三、中国地板行业产值规模预测

四、中国地板行业产值增速预测

五、中国地板行业供需情况预测

第四节 中国地板行业盈利走势预测

一、中国地板行业毛利润同比增速预测

二、中国地板行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国地板行业投资风险与营销分析

第一节 地板行业投资风险分析

一、地板行业政策风险分析

二、地板行业技术风险分析

三、地板行业竞争风险分析

四、地板行业其他风险分析

第二节 地板行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国地板行业发展战略及规划建议

第一节 中国地板行业品牌战略分析

一、地板企业品牌的重要性

二、地板企业实施品牌战略的意义

三、地板企业品牌的现状分析

四、地板企业的品牌战略

五、地板品牌战略管理的策略

第二节 中国地板行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国地板行业战略综合规划分析

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

第四节 地板行业竞争力提升策略

一、地板行业产品差异性策略

二、地板行业个性化服务策略

三、地板行业的促销宣传策略

四、地板行业信息智能化策略

五、地板行业品牌化建设策略

六、地板行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国地板行业发展策略及投资建议

第一节 中国地板行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国地板行业营销渠道策略

一、地板行业渠道选择策略

二、地板行业营销策略

第三节 中国地板行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国地板行业重点投资区域分析

二、中国地板行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/532634532634.html>