

2022年中国人造板行业分析报告- 产业竞争现状与发展商机研究

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《2022年中国人造板行业分析报告-产业竞争现状与发展商机研究》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/566634.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

根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，人造板行业属于“C202人造板制造”；根据《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，人造板行业属于“C20木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业”。

人造板是指以木材及其剩余物或其他非木材植物为原料，加工成各种形状的单元材料，施加或不施加胶粘剂和其他添加剂，组胚胶合而成的各种板材或成型制品。人造板可以充分利用枝丫材、木材加工剩余物进行生产，从而提升了木材综合利用率。根据测算，1立方米人造板可代替约3立方米的原木使用，因此现代人造板行业的发展缓解了人类需求与木材供应之间的严峻矛盾，且OSB等新型人造板的广泛运用有利于减少钢铁、水泥等碳排放高的建材使用，推动建材行业碳达峰，因此现代人造板行业符合生态环境保护的可持续发展方向，符合国家“双碳”战略决策，得到了国家政策的大力支持。

国务院发布的《2030年前碳达峰行动方案》明确提出要加强木竹建材等低碳建材产品研发应用，推广绿色低碳建材和绿色建造方式。根据国家发展改革委发布的《产业结构调整指导目录（2019年本）》，“木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用”属于鼓励类行业。国家林业局发布的《林业发展“十三五”规划》明确指出，要引导人造板、家具、木浆造纸、林化产品等产业集聚发展，培育30个具有国际影响力的示范产业集群。

1、行业监管部门、行业监管体制

人造板制造行业，由国家发展和改革委员会、工业和信息化部统一制定产业政策，行业主管部门包括国家市场监督管理总局、国家林业和草原局等部门，其中国家市场监督管理总局负责行业市场监管和行业质量技术监管，国家林业和草原局负责拟订相关产品国家标准和规程并监督实施。

人造板行业的自律性行业协会包括中国林产工业协会、中国木材与木制品流通协会、中国建筑材料流通协会等，各行业协会的职责主要包括制定本行业的行规、行约，建立行业自律机制，促进企业平等竞争；协助政府有关部门进行行业管理工作，参与制定、修改本行业各类标准，组织行业标准的贯彻实施，推进行业质量管理等。

2、行业主要法律法规

近年来，我国持续健全完善人造板制造行业的规范制度，逐步建立了多层次的法律法规体系，主要法律法规包括《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国环境保护法》等。同时，相关部门也推出了各项产业政策规划，指导行业健康有序发展，对人造板行业及相关下游行业影响较大的主要产业政策如下：

序号

颁布时间

名称

颁布单位

相关内容

1

2021年

《2030年前碳达峰行动方案》

国务院

加快推进绿色建材产品认证和应用推广，加强新型胶凝材料、低碳混凝土、木竹建材等低碳建材产品研发应用。推广绿色低碳建材和绿色建造方式，加快推进新型建筑工业化，大力发展装配式建筑。

2

2021年

《住房和城乡建设部等15部门关于加强县城绿色低碳建设的意见》

住房和城乡建设部等15个部门

大力发展绿色建筑和建筑节能。加快推进绿色建材产品认证，推广应用绿色建材。

3

2019年

《产业结构调整指导目录（2019年本）》

国家发改委

确定木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用、木材及木（竹）质材料节能、节材、环保加工技术开发与利用属于鼓励类。

4

2019年

《绿色产业指导目录（2019年版）》

国家发改委等七部委

绿色建筑材料制造、装配式建筑均被列入绿色产业指导目录，受到国家政策的大力支持。

5

2019年

《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022年）》

工信部、发改委、人社部、中国证监会等13个部门

提升制造业设计能力，能够为产品植入更高品质、更加绿色、更可持续的设计理念；能够综合应用新材料、新技术、新工艺、新模式，促进科技成果转化应用；能够推动集成创新和原始创新，助力解决制造业短板领域设计问题。

6

2017年

《建筑业发展“十三五”规划》

住房和城乡建设部

建筑节能及绿色建筑发展目标：到2020年，城镇绿色建筑占新建建筑比重达到50%，新开工全装修成品住宅面积达到30%，绿色建材应用比例达到40%。

7

2017年

《“十三五”装配式建筑行动方案》

住房和城乡建设部

到2020年，全国装配式建筑占新建建筑的比例达到15%以上，其中重点推进地区达到20%以上，积极推进地区达到15%以上，鼓励推进地区达到10%以上。推进中国特色现代木结构建筑技术体系及中高层木结构建筑研究。推动“钢-混”“钢-木”“木-混”等装配式组合结构的研发应用。推广绿色多功能复合材料，发展环保型木质复合、金属复合、优质化学建材及新型建筑陶瓷等绿色建材。到2020年，绿色建材在装配式建筑中的应用比例达到50%以上。

8

2016年

《林业发展“十三五”规划》

国家林业局

优化人造板、家具、木浆造纸、林业装备制造和林业循环经济等产业布局，依托资源禀赋和口岸，打造一批精深加工产业集群，发挥重点产业聚集效应和区域产业竞争优势。推进林浆纸一体化、林板一体化建设，延长产业链和价值链，引导人造板、家具、木浆造纸、林化产品等产业集聚发展，培育30个具有国际影响力的示范产业集群，淘汰落后产能80%以上。

9

2016年

《国务院办公厅关于大力发展装配式建筑的指导意见》

国务院办公厅

因地制宜发展装配式混凝土结构、钢结构和现代木结构等装配式建筑。力争用10年左右的时间，使装配式建筑占新建建筑面积的比例达到30%。提高绿色建材在装配式建筑中的应用比例，强制淘汰不符合节能环保要求、质量性能差的建筑材料，确保安全、绿色、环保。结合节能减排、产业发展、科技创新、污染防治等方面政策，加大对装配式建筑的支持力度。支持符合高新技术企业条件的装配式建筑部品部件生产企业享受相关优惠政策。

10

2016年

《浙江省人民政府办公厅关于加快推进住宅全装修工作的指导意见》

浙江省人民政府办公厅

各市、县（市、区）中心城区范围内，出让或划拨国有土地上的新建住宅，推行全装修，实

现成品交房。各地可结合实际，明确其他区域内住宅全装修和成品交房的实施范围和实施时间，加快推动住宅全装修全覆盖。住宅全装修要实行菜单式装修和个性化服务相结合。建设单位按购房者选定菜单或优化的装修设计实施方案实施装修，并以成品住宅交付。

11

2016年

《中国家具行业“十三五”发展规划》

中国家具协会

“新型城镇化建设”规划等战略则将进一步扩大城镇消费群体、优化消费结构、释放消费潜力，发挥我国的人口红利和人才红利，带来城市基础设施、公共服务设施和住宅建设等巨大投资需求，带来持续的发展动力和新一轮的消费增长。

12

2014年

《绿色建材评价标识管理办法》

住房和城乡建设部、工信部

绿色建材是指在全生命周期内可减少对天然资源消耗和减轻对生态环境影响，具有“节能、减排、安全、便利和可循环”特征的建材产品。鼓励企业研发、生产、推广应用绿色建材。鼓励新建、改建、扩建的建设项目优先使用获得评价标识的绿色建材。绿色建筑、绿色生态城区、政府投资和使用财政资金的建设项目，应使用获得评价标识的绿色建材。

资料来源：观研天下整理（YZX）

观研报告网发布的《2022年中国人造板行业分析报告-产业竞争现状与发展商机研究》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国人造板行业发展概述

第一节 人造板行业发展情况概述

- 一、人造板行业相关定义
- 二、人造板行业基本情况介绍
- 三、人造板行业发展特点分析
- 四、人造板行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、人造板行业需求主体分析

第二节 中国人造板行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、人造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、中国人造板行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国人造板行业生命周期分析

- 一、人造板行业生命周期理论概述
- 二、人造板行业所属的生命周期分析

第四节 人造板行业经济指标分析

- 一、人造板行业的赢利性分析
- 二、人造板行业的经济周期分析

三、人造板行业附加值的提升空间分析

第五节 中国人造板行业进入壁垒分析

- 一、人造板行业资金壁垒分析
- 二、人造板行业技术壁垒分析
- 三、人造板行业人才壁垒分析
- 四、人造板行业品牌壁垒分析
- 五、人造板行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球人造板行业市场发展现状分析

第一节 全球人造板行业发展历程回顾

第二节 全球人造板行业市场区域分布情况

第三节 亚洲人造板行业地区市场分析

- 一、亚洲人造板行业市场现状分析
- 二、亚洲人造板行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲人造板行业市场前景分析

第四节 北美人造板行业地区市场分析

- 一、北美人造板行业市场现状分析
- 二、北美人造板行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美人造板行业市场前景分析

第五节 欧洲人造板行业地区市场分析

- 一、欧洲人造板行业市场现状分析
- 二、欧洲人造板行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲人造板行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界人造板行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球人造板行业市场规模预测

第三章 中国人造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、全社会消费品零售总额
- 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 中国人造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 中国人造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 中国人造板行业运行情况

第一节 中国人造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 中国人造板行业市场规模分析

第三节 中国人造板行业供应情况分析

第四节 中国人造板行业需求情况分析

第五节 我国人造板行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国人造板行业供需平衡分析

第七节 中国人造板行业发展趋势分析

第五章 中国人造板所属行业运行数据监测

第一节 中国人造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 中国人造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 中国人造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2018-2022年中国人造板市场格局分析

第一节 中国人造板行业竞争现状分析

- 一、中国人造板行业竞争情况分析
- 二、中国人造板行业主要品牌分析

第二节 中国人造板行业集中度分析

- 一、中国人造板行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国人造板行业市场集中度分析

第三节 中国人造板行业存在的问题

第四节 中国人造板行业解决问题的策略分析

第五节 中国人造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2018-2022年中国人造板行业需求特点与动态分析

第一节 中国人造板行业消费市场动态情况

第二节 中国人造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 人造板行业成本结构分析

第四节 人造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 中国人造板行业价格现状分析

第六节 中国人造板行业平均价格走势预测

- 一、中国人造板行业价格影响因素
- 二、中国人造板行业平均价格走势预测
- 三、中国人造板行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国人造板行业区域市场现状分析

第一节 中国人造板行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区人造板市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区人造板市场规模分析
- 四、华东地区人造板市场规模预测

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、华中地区人造板市场规模分析
- 四、华中地区人造板市场规模预测

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、华南地区人造板市场规模分析
- 四、华南地区人造板市场规模预测

第五节 华北地区人造板市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区人造板市场规模分析
- 四、华北地区人造板市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区人造板市场规模分析
- 四、东北地区人造板市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区人造板市场规模分析

四、西部地区人造板市场规模预测

第九章2018-2022年中国人造板行业竞争情况

第一节 中国人造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 中国人造板行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国人造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 人造板行业企业分析（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2022-2027年中国人造板行业发展前景分析与预测

第一节 中国人造板行业未来发展前景分析

一、人造板行业国内投资环境分析

二、中国人造板行业市场机会分析

三、中国人造板行业投资增速预测

第二节 中国人造板行业未来发展趋势预测

第三节 中国人造板行业市场发展预测

一、中国人造板行业市场规模预测

二、中国人造板行业市场规模增速预测

三、中国人造板行业产值规模预测

四、中国人造板行业产值增速预测

五、中国人造板行业供需情况预测

第四节 中国人造板行业盈利走势预测

一、中国人造板行业毛利润同比增速预测

二、中国人造板行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国人造板行业投资风险与营销分析

第一节 人造板行业投资风险分析

- 一、人造板行业政策风险分析
- 二、人造板行业技术风险分析
- 三、人造板行业竞争风险分析
- 四、人造板行业其他风险分析

第二节 人造板行业应对策略

- 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2022-2027年中国人造板行业发展战略及规划建议

第一节 中国人造板行业品牌战略分析

- 一、人造板企业品牌的重要性
- 二、人造板企业实施品牌战略的意义
- 三、人造板企业品牌的现状分析
- 四、人造板企业的品牌战略
- 五、人造板品牌战略管理的策略

第二节 中国人造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 中国人造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

第十四章2022-2027年中国人造板行业发展策略及投资建议

第一节 中国人造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 中国人造板行业营销渠道策略

一、人造板行业渠道选择策略

二、人造板行业营销策略

第三节 中国人造板行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国人造板行业重点投资区域分析

二、中国人造板行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/566634.html>