

2007-2010年中国木地板市场分析与战略咨询研究 报告

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《2007-2010年中国木地板市场分析与战略咨询研究报告》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/fangwuzhuangshi/2790127901.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6500

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

说明：木地板是一个发展壮大新兴产业。我国木地板业起步很晚，但发展速度却很惊人，经过短短20年就已形成多类型、多规格和多功能的产品结构，以及从生产、销售、铺装到售后服务等系统配套体系。近几年来中国地板行业保持繁荣态势，产量与销售额均实现了稳健增长。据统计，2005年我国木地板产量已达3.12亿平方米，比上年增长了18%，年产值超过350亿元人民币。今后五年我国地板的年销量增长率将达15%-25%。近几年来中国地板行业保持繁荣态势，产量与销售额均实现了稳健增长。当前，我国部分木地板企业仍在大中型城市进行强势的竞争，原偏安于局部大中型城市的品牌企业纷纷扩大自己的版图，完成原始积累的中型企业也希望到大中型城市一试身手，市场逐步细分。自2006年4月1日起，实木地板开始征收消费税，税率5%。这意味着实木地板税收成本增加了。征收消费税引起的价格连锁反应加上海啸、汇率、环境保护等因素导致的木地板成本上升，进一步加剧了企业之间的竞争激烈程度。2006年的3.15央视“欧典事件”的曝光，严重打击了社会公众对木地板的消费信心，中国木地板行业安全信用状况不容乐观。同时，木地板行业已经进入了一个举步维艰的窘境。一面是市场需求旺盛、市场潜力巨大的吸引，一面是资源紧缺，成本上扬的现实。估计2006-2007年将有70%的木地板品牌退出游戏舞台。市场竞争由单纯的价格竞争转向多因素综合竞争，在品牌、质量、服务等方面的竞争日趋激烈。因为技术壁垒和贸易壁垒层出不穷，出口前景不错但变数较大；当国外市场需求强劲且壁垒减弱时，部分商家会情于开发国内市场；当国外市场困难重重时，商家会加大在国内市场的投入，所以出口市场和国内市场可能会处于此长彼消、此消彼长相衡状态，它们既相互促进又相互影响。2010年如果国际市场利于国产木地板出口则出口量可能占到产量的40%。未来国民经济发展对地板的需求拉动强劲，预测2006-2020年间我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%、预测近几年木地板在该领域平均市场占有率为25%计算，假定今后5年平均新建住宅面积等于今后15年平均值，2006-2010年城镇新建住宅对木地板的年平均需求量约为1.58亿平方米。这将带动地板行业发展。地板行业面临巨大的发展机遇，对于国内国外的大型企业来说，中国的地板市场是一块巨大的蛋糕。本木地板市场战略咨询报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家发展改革委员会、国务院研究中心、国家海关总署、国家林业局、中国建材工业协会、中国林产工业协会、中国轻工业联合会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及相关建材专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国地板行业的整体运行情况进行了详实的分析，综合了我国地板行业的发展状况、各关联行业的市场状况、国际、国内地板市场形势、地板消费者年龄和收入阶层等进行了分析。并重点剖析了中国地板业的发展状况，和中国地板业市场竞争格局以及地板业未来的发展策略。报告综合了木地板产销、国际市场、消费者需求、木材供应、地板进出口、替代产品等重要板块的内容。特别声明：本报告由我公司中国木地板行业研究小组历时两个月于2007年7月独家撰写完

成，报告的研究思路、目录框架结构已申请知识产权保护，并授权相关机构发布。本研究报告共287页码，14章，137个图表，报告均有页码，如果发现公布目录的页码、图表数量和实际报告不能一一对应的的话，必为盗版报告。任何未经授权的机构发布、销售本报告或在媒介公布此目录之行为均属侵权，必将担负其相关法律责任。本木地板市场研究报告为国内地板的上游供应厂商、地板企业、欲在地板领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前地板行业发展动态，把握企业定位和发展方向，寻找新的机会和可借鉴的操作模式有重要参考价值。

报告目录 目 录CONTENTS

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 木地板产量结构 2一、2003—2007年木地板总体产量 2二、2003—2007年中国实木地板产量地区结构 3三、2003—2006年木地板产量集中度 6四、2004—2006年中国实木地板产量前十位企业产量变动情况7第二节 复合地板产量结构 8一、2003—2007年复合地板总体产量 8二、2003—2007年复合地板产量地区结构 9三、2003—2006年复合地板产量集中度 12四、2004—2006年复合地板产量前十位企业产量变动情况 13第二章 2002-2007年中国木地板进出口分析 15第一节 中国木地板进出口发展现状 15一、复合竹地板出口退税率确定 15二、加拿大终裁我国复合木地板倾销 15三、欧盟修改关于木质包装材料的某些规定 15第二节 2002-2007年中国木地板进出口情况分析 16一、2002-2007年中国木地板进出口总体情况 16二、2002-2007年海关税号4413类别的进出口总体情况 17三、2002-2007年海关税号4411类别的进出口情况 19四、2002-2007年海关税号4409类别的进出口 22第三章 木地板需求分析第一节 木地板需求影响因素 25一、2002—2006年城乡居民人均收支情况 25二、2005-2006年木地板价格上涨 27三、木地板质量 28四、替代品的发展 28第二节 木地板消费心理 30一、质量影响消费者对产品的心理评价 30二、室内环境环保意识增强 31三、木地板概念混乱导致消费者不信任 33四、木地板消费者认知误区 34五、消费者将更加理性务实 36第三节 木地板市场需求现状及预测 36一、2006年木地板需求特点 36二、高端市场需求看好 38三、强化木地板四大优势分析 39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 41一、1999-2006年中国木地板总销量和各细分市场销量 41二、2006-2007年中国木地板发展现状 42第二节 实木地板 43一、实木地板优缺点分析 43二、实木地板价格构成分析 47三、实木地板消费者心态分析 49四、实木地板品牌定位 53五、实木地板市场竞争趋势 54六、实木地板产品发展趋势 54第三节 强化木地板 56一、强化木地板优缺点 56二、强化木地板成本价格分析 57三、强化木地板消费者心态分析 59四、强化木地板市场现状及趋势 61五、强化木地板市场竞争 63六、强化木地板产品发展趋势 64第四节 实木复合地板

67一、实木复合地板优劣	67二、实木复合地板市场现状	69三、实木复合地板市场趋势
72四、实木复合地板竞争现状	73五、实木复合地板竞争趋势	74六、实木复合地板产品创新
76第五节 软木地板	78一、软木地板优劣	78二、软木地板消费者定位推广
80三、软木地板市场	82四、软木地板竞争	84五、软木地板发展趋势
86第六节 竹材地板	88一、竹地板优特点分析	88二、竹地板市场拓展
89三、竹地板市场现状	91四、竹地板竞争情况	95五、竹地板发展趋势
96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
98第一节	木地板市场竞争现状及趋势	98一、木地板行业整合因素分析
98二、木地板进入服务竞争时代	99三、北美地板巨头加入竞争行列	101四、2005年木地板品牌三分之势
102第二节	木地板竞争策略	103一、突出各类产品的最优点
103二、环保是共同的卖点	105三、品牌信任将使消费者忠诚度提高	105四、产品开发要注重脚感
105第六章	木地板代表企业分析第一节	圣象地板
107一、圣象集团介绍	107二、2003—2006年圣象生产状况	108三、2003—2006年圣象经营情况分析
108四、公司竞争战略	109第二节	安信集团
112一、公司简介	112二、2003—2006年安信生产状况	114三、2003—2006年安信经营情况分析
114四、公司发展战略策略	115第三节	上海汇丽集团
117一、公司概况	117二、2003—2006年上海汇丽生产状况	118三、2003—2006年上海汇丽经营情况分析
118第四节	吉林森工集团	119一、集团概况
119二、2003—2005年吉林森工北京分公司生产状况	120二、2003—2006年吉林森工北京分公司生产情况分析	121第五节 四川升达公司
122一、公司介绍	122二、主要产品	122三、2003—2006年四川升达公司生产状况
124四、2003—2006年四川升达公司经营情况分析	124五、公司市场运作	125第六节
永安林业	126一、公司概况	126二、2003—2006年福建省永安林业生产状况
127三、2003—2006年福建省永安林业经营情况分析	128第七节	菲林格尔木业
129一、公司概况	129二、2003—2005年菲林格尔生产状况	130三、2003—2006年菲林格尔经营情况分析
131第八节	克诺森华	132一、公司概况
132二、2003—2005年北京克诺森华生产状况	134第九节	广东盈彬木业
135一、公司简介	135二、2004—2006年广东盈彬木业生产状况	136三、2003—2006年广东盈彬木业经营情况分析
136四、公司运营战略	137第十节	广西三威林产工业(集团)有限公司
138一、公司概况	138二、2004—2006年广西三威林产生产状况	139三、2003—2006年广西三威林产经营情况分析
140第十一节	南京枫桦木业制品厂	141一、公司简介
141二、2004—2004年南京枫桦木业生产状况		

141三、2003—2004年南京枫桦木业经营情况分析	142第十二节 穆棱富邦木业有限公司
142一、公司简介	142二、2003—2006年穆棱富邦木业生产状况
143三、2003—2005年穆棱富邦木业经营情况分析	143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
146一、2003年欧洲强化木地板全球销售统计	146二、欧盟人造板市场产品需通过CE认证
146三、美国的木地板	147四、加裁定中国复合木地板倾销
151五、葡萄牙软木地板	152六、芬兰地板市场
154七、印尼政策变动导致实木地板价飙三成	154第二节
国内重点市场	155一、2004年沈阳地板市场
155二、上海地板产业由大渐强	157三、北京木地板市场
158四、深圳木地板市场	163五、西安木地板市场现状及预测
165第八章 木地板营销流通分析第一节 木地板流通渠道现状	167一、市场流通概况
167二、欧倍德退出，百安居接手	169三、后WTO时代建材市场走向及其创新发展
171四、建材市场发展趋势	174第二节 木地板流通渠道方式对比
176一、摊位制市场	176二、建材超市
177三、装饰材料专卖店	179第三节 木地板流通发展趋势
180第四节 木地板营销分析	181一、木地板营销策略存在的问题
181二、地板销售的全包与半包	183三、利用股份制运作打造新经销网络
184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
187一、2004年中国木材市场概况	187二、木材工业面临着严峻的形势
189三、“十一五”中国林业发展格局初定	190四、未来中国林木业的政策取向
190五、2010年木材需求量将达到2亿立方米	191第二节 人造板行业
191一、2001 - 2006年中国人造板产量变化	191二、2005-2006年人造板主要生产地区比较分析
192三、2005-2006年人造板生产集中度分析	194第三节 中国木工机械
195一、中国木工机械行业概况	195二、木工机械企业要注重保护专利
197三、木工机械产品市场细分化	197四、国木工机械发展三大障碍
198五、欧洲木工机械争抢国内市场	198第十章 建筑房地产行业第一节
中国建筑行业发展概况	200一、建筑业带动了国民经济的发展
200二、建筑业投资情况	201三、建筑业存在的问题
203四、建筑建材行业发展机遇	205五、2005建筑风格流行趋势
207第二节 建筑地产行业	209一、2001—2006年各省市房地产施工、竣工面积
209二、2001—2006年中国商品房销售面积及各省市销售情况	213三、2000—2006年商品房销售价格分析
215四、2001—2006年商品房不同地区投资情况	219五、2006年房地产行业发展状况
220六、建筑建材行业所面临的发展机遇	222第十一章 木地板替代品分析第一节 建陶地砖
223一、墙地砖价格分析	223二、部分墙地砖市场价格上扬10%
224三、抛晶地砖市场前景分析	225四、石塑防滑地砖功能
226五、2005年再掀仿古砖潮	227六、2005年解析瓷砖三种流行方向
228第二节 石材	229一、石材消费增长
229二、中国石材行业概况	230三、天然石材放射性及其安全标准

231四、厦门港承担70%的石材进出口量	232五、石材向超薄方向发展
232六、人才稀缺制约南安石材业	233第三节 地毯
233二、地毯的优点	233一、地毯的种类特点
235三、西藏地毯跻身世界名毯	237四、地毯新产品优特点分析
238五、两大问题困扰我国地毯业发展	239六、地毯业的研究发展动向
240第五部分	木地板产业投资建议和发展趋势第十二章
243一、木地板产品分类	木地板行业相关政策第一节 木地板行业概况
247三、2004年中国地板行业利好特点	243二、木地板行业发展历程及企业分布
248五、木地板行业市场前景及发展方向	248四、2005年地板行业重点提示
250一、木地板行业主要标准	249第二节 木地板行业相关政策标准
253三、木地板获E1级认证方能称绿色环保建材	250二、生产执行许可证制度，产品销售将标编号
254第三节 木地板相关产业的政策标准	253四、地板业积极应对“锁扣之争”
255二、胶粘剂中有害物质限量	255一、溶剂型木器涂料中有害物质限量
258四、聚氯乙烯卷材地板中有害物质限量	257三、人造板及其制品中甲醛释放限量
258五、地毯中有害物质释放限量	259第十三章
261一、成长性	木地板产业投资分析第一节 木地板投资特性
262三、赢利性	261二、竞争性
262四、中国地板行业的发展周期	262三、赢利性
264一、促进地板业发展的有利因素	262第二节 木地板SWOT分析
269三、地板企业面临的威胁	264二、地板业发展的不利因素
270四、地板业的投资商机	271第三节 木地板行业投资策略
275一、加强大市场细分力度	275二、明确定位，考虑企业资源状况
275三、组织完善市场营销各个环节	276四、加强合作，培养人才
277五、增加技术开发投入，创新制胜。	277六 重视环保及质量认证
278一、投资生产领域	278第四节
279三、投资于木地板的服务业	木地板行业投资方向
282一、专为老人儿童设计的软木地板	278二、投资于流通环节
282二、地热采暖用户适用的抗菌地板	280第十四章
282三、抗菌功能地板八成合格	木地板产品发展趋势第一节
282四、舒适宁静的软木静音地板	木地板产品功能发展趋势
283第二节 木地板产品技术发展趋势	282一、专为老人儿童设计的软木地板
284一、高科技把地板变舒适	282二、地热采暖用户适用的抗菌地板
284二、六重抗菌功效的地板研制成功	282三、抗菌功能地板八成合格
285三、新型防霉地板上市	282四、舒适宁静的软木静音地板
285四、新概念型数码地板	283第二节 木地板产品技术发展趋势
285五、地板业积极发展核心技术	284一、高科技把地板变舒适
286第三节 木地板产品外观发展趋势	284二、六重抗菌功效的地板研制成功
287一、回归自然的浅色地板	285三、新型防霉地板上市
287二、张扬个性强调自我	285四、新概念型数码地板
287三、地板“浮雕革命”	285五、地板业积极发展核心技术
287图表目录图表	286第三节 木地板产品外观发展趋势
2003—2007年主要实木地板企业产量图	287一、回归自然的浅色地板
2006-2007年中国木地板产量地区结构图：	287二、张扬个性强调自我
3图表	287三、地板“浮雕革命”
3 2005年中国木地板产量地区结构图：	287图表目录图表
3图表	2003—2007年主要实木地板企业产量图
4 2004年中国木地板产量地区结构图：	2006-2007年中国木地板产量地区结构图：
4图表	3图表
6 2003年中国木地板产量地区结构图：	4 2004年中国木地板产量地区结构图：
4图表	4图表
6 2006-2007年各省市木地板产量一览表表	5 2003年中国木地板产量地区结构图：
4图表	4图表
7 2005年各省市木地板产量一览表表	6 2006-2007年各省市木地板产量一览表表
5图表	4图表
8 2003—2005年中国木地板产量比例结构表：	7 2005年各省市木地板产量一览表表
6图表	5图表
9 2004年木地板产量结构（按企业规模）图：	8 2003—2005年中国木地板产量比例结构表：
6图表	6图表
10	9 2004年木地板产量结构（按企业规模）图：
	6图表
	10

2003年木地板产量结构（按企业规模）图：	6图表	11
2003—2004年大中小企业木地板产量增长率对比图：	7图表	12
2006年中国实木地板产量前10位企业一览表表	7图表	13
2004-2005年中国实木地板产量前10位企业一览表表	8图表	14
2003—2006年中国复合地板产量增长图	9图表	15
2006-2007年中国各省市复合地板产量比例图：	9图表	16
2005年中国各省市复合地板产量比例图：	10图表	17
2004年中国各省市复合地板产量比例图：	10图表	18
2003年中国各省市复合地板产量比例图：	10图表	19
2006-2007年各省市复合地板产量一览表	11图表	20
2005年各省市复合地板产量一览表	11图表	21
2004—2005年中国复合地板产量比例结构表：	12图表	22
2004年大中小型企业复合地板产量比例图：	12图表	23
2003年大中小型企业复合地板产量比例图：	12图表	24
2003—2004年大中小型企业复合地板产量增长率对比图：	13图表	25
2006年中国复合地板产量前十位企业一览表	13图表	26
2005年中国复合地板产量前十位企业一览表	14图表	27
2003-2004年复合地板产量前10名企业排名	14图表	28
木地板海关进出口目录：	16图表	29
2002-2007年中国木地板进出口总体贸易情况：	17图表	30
2002-2007年税号[4413000000]的进出口情况；	17图表	31
2005-2007年海关税号[4413000000]的分国别出口情况	17图表	32
2005-2007年海关税号[4413000000]的分省市出口情况：	18图表	33
2005-2007年海关税号[4413000000]的分国别进口情况：	18图表	34
2005-2007年海关税号[4413000000]的分省市进口情况：	19图表	35
2002-2007年税号4411类进出口情况；	19图表	36
2005-2006年中国海关税号4411类出口贸易情况（分国别）：	19图表	37
2005-2006年中国海关税号4411类别的出口贸易情况（分省市）：	20图表	38
2005-2006年中国海关税号4411类别的进口贸易情况（分国别）：	21图表	39
2005-2006年中国海关税号4411类别的进口贸易情况（分省市）：	21图表	40
2002-2006年中国海关税号4409类别的进出口贸易情况	22图表	41
2004年中国海关税号4409类别的出口贸易情况（分国别）：	22图表	42
2004年中国海关税号4409类别的出口贸易情况（分省市）：	23图表	43
2004年中国海关税号4409类别的进口贸易情况（分国别）：	23图表	44
2004年中国海关税号4409类别的进口贸易情况（分省市）：	24图表	45
2002—2006年城乡居民人均现金收入一览表：	25图表	46
2002—2006年城镇居民家庭设备用品及服务支出一览表	26图表	47

2005年04月各地区城镇居民家庭收支基本情况：	26图表	48
1999-2006年中国木地板总销量和各细分市场销量一览表	41图表	49
1999-2006年中国各主要种类木地板销量所占比例走势图	41图表	50
2003—2004年实木地板产量图 44图表 51 1999—2006年中国实木地板销量图 44图表	44图表 51 44图表	52
2003—2004年中国强化木地板产量增长图	62图表	53
1999—2006年中国强化木地板销量增长图	63图表	54
2003—2004年中国实木复合地板产量增长图	70图表	55
1999—2006年中国实木复合地板产量增长图	70图表	56
1999—2006年中国竹地板产量增长图	94图表	57
2003—2006年圣象实业（深圳）有限公司复合地板产量增长图	108图表	58
2003—2006年圣象实业（深圳）有限公司运行情况	109图表	59
2003—2006年圣象实业（深圳）有限公司运行分析	109图表	60
2003—2006年上海安信地板有限公司木地板产量图	114图表	61
2003—2006年上海安信地板有限公司运行情况	114图表	62
2003—2006年上海安信地板有限公司运行分析	115图表	63
2003—2006年上海汇丽地板制品有限公司复合地板产量图	118图表	64
2003—2006年上海汇丽地板制品有限公司运行情况	119图表	65
2003—2006年上海汇丽地板制品有限公司运行分析	119图表	66
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	121图表	67
2003—2005年吉林森工北京分公司运行情况	121图表	68
2003—2005年吉林森工北京分公司运行分析	121图表	69
2003—2005年四川升达林产有限公司木地板产量图	124图表	70
2003—2006年四川升达公司运行情况 124图表 71 2003—2006年四川升达公司运行分析	124图表 71 124图表	72
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 128图表	128图表	73
2003—2006年福建省永安林业运行情况	128图表	74
2003—2006年福建省永安林业运行分析	128图表	75
2003—2006年菲林格尔木业(上海)有限公司复合地板产量图	131图表	76
2003—2006年菲林格尔木业(上海)有限公司运行情况	131图表	77
2003—2006年菲林格尔木业(上海)有限公司运行分析	132图表	78
2003—2005年北京克诺森华地板有限公司复合地板产量图	134图表	79
2003—2005年北京克诺森华地板有限公司运行情况	134图表	80
2003—2005年北京克诺森华地板有限公司运行分析	135图表	81
2004—2006年佛山市顺德区盈彬木业实木地板产量图	136图表	82
2003—2006年佛山市顺德区盈彬木业有限公司运行情况	136图表	83
2003—2005年佛山市顺德区盈彬木业有限公司运行分析	137图表	84

2003—2006年广西三威林产工业有限公司木地板产量图	140图表	85
2003—2006年广西三威林产工业有限公司运行情况	140图表	86
2003—2006年广西三威林产工业有限公司运行分析	140图表	87
2003—2004年南京枫桦木业木地板产量图	141图表	88
2003—2004年南京枫桦木业制品厂运行情况	142图表	89
2003—2004年南京枫桦木业制品厂运行情况	142图表	90
2003—2006年穆棱富邦木业有限公司木地板产量图	143图表	91
2003—2006年穆棱富邦木业有限公司运行情况	144图表	92
2003—2006年穆棱富邦木业有限公司运行分析	144图表	93
2001—2002年美国木地板总贸易量 147图表	94	世界软木原料产出分布图 153图表
芬兰2000-2001年木地板销售额 154图表	96	北京市居民购买家装的动机 160图表
北京消费者对三种地面材料的选择比率 160图表	98	深圳消费者购买地板的关心指标 163图表
深圳各类地板市场占有率 164图表	100	各类饰材流通渠道的份额 180图表
1998—2004年中国林业总产值增长图：	187图表	102
2001 - 2006年中国人造板产量增长趋势图 192图表	103	2005年人造板主要生产地区一览表 192图表
2006年人造板主要生产地区一览表	193图表	105
2005年我国人造板主要生产地区比例图	194图表	106
2006年我国人造板主要生产地区比例图	194图表	107
1981—2004年中国建筑业对国民经济的贡献分析表：	200图表	108
2002—2005年中国建筑业固定资产投资情况表：	202图表	109
2004—2005年建筑安装工程固定资产投资额完成情况表：	203表	110
2005-2006年中国商品房施工面积及同比增长情况	209图表	111
2005-2006年中国商品房竣工面积及同比增长情况	210图表	112
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	210图表	113
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	211图表	114
2004年1—10月中国各地区房地产施工、竣工面积统计	212图表	115
2003-2004年一季度商品房销售额及增长情况	213图表	116
2004年1—10月各省市商品房销售情况	214图表	117
2005-2006年中国商品房销售面积及同比增长情况	215图表	118
2000—2004年商品房销售价格指数一览表	216图表	119
2006年4季度全国70个大中城市房地产价格指数	217图表	120
2001—2005年东部地区房地产开发投资完成额	219图表	121
2001—2005年中部地区房地产开发投资完成额	219图表	122
2001—2005年东部地区房地产开发投资完成额	220图表	123
2005-2006年中国房地产开发投资完成额及同比增长情况	220图表	124

中国木地板种类规格及质量要求一览表： 243图表 125 木地板相关标准的中英文对照表：
250图表 126 溶剂型木器涂料中有害物质限量 255图表 127
溶剂型胶粘剂中有害物质限量值表： 257图表 128 水基型胶粘剂中有害物质限量值表：
257图表 129 人造板及其制品中甲醛释放量试验方法及限量值 258图表 130
挥发物的限量表： 259图表 131 有害物质释放限量表： 259图表 132
地毯衬垫有害物质释放限量表： 259图表 133 地毯胶粘剂有害物质释放限量表： 260图表
134 2003—2006年中国木地板行业收入利润表 261图表 135
2003—2006年中国木地板行业盈利水平一览表： 262图表 136 行业的生命周期 263图表
137 2003—2006年中国木地板行业发展规模表 263

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/2790127901.html>