

# 2024-2030年中国木地板行业 前景展望与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2024-2030年中国木地板行业前景展望与行业竞争对手分析报告》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/202403/444680.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

木地板是指用木材制成的地板，中国生产的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、竹材地板和软木地板六大类，以及新兴的木塑地板。中企顾问网发布的《2024-2030年中国木地板行业前景展望与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了木地板行业市场发展环境、木地板整体运行态势等，接着分析了木地板行业市场运行的现状，然后介绍了木地板市场竞争格局。随后，报告对木地板做了重点企业经营状况分析，最后分析了木地板行业发展趋势与投资预测。您若想对木地板产业有个系统的了解或者想投资木地板行业，本报告是您不可或缺的重要工具。本研究报告数据主要采用国家统计局，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。

报告目录：

第一章木地板行业分类及特性 第一节木地板的分类 一、按地板结构分类 （一）实木地板 （二）实木复合地板 （三）强化木地板 （四）竹地板 （五）软木地板 二、按地板功能分类 第二节木地板特性分析 一、木地板特性简介 二、实木地板特性 三、实木复合地板特点 四、软木地板的特性 第三节强化木地板的种类和特点分析 第四节竹地板的种类和特点分析

第二章中国木地板行业营运环境分析 第一节中国木地板行业政策环境分析 一、行业主管部门和管理体制 二、木地板行业相关标准分析 三、《木地板铺设面层验收规范》 四、《木地板保修期内面层检验规范》 五、《中国木地板行业服务规范》 第二节中国木地板行业经济环境分析 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 第三节中国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、科技环境分析 五、生态环境分析 六、中国城镇化率 第四节中国木地板行业产业链分析 一、中国木地板行业产业链概述 （一）中国木地板行业产业链结构 （二）中国木地板行业上下游影响 二、木地板行业上下游发展情况 （一）中国人造板行业发展分析 （二）中国房地产市场发展分析 1、中国房地产投资规模分析 2、中国房地产供应面积分析 3、中国房地产需求规模分析

第三章中国木地板行业发展的基本情况分析 第一节我国木地板行业发展历程 第二节木地板行业在我国国民经济中的重要性 第三节中国木地板行业发展状况分析 一、中国木地板品牌发展现状 二、中国木地板市场分布情况 三、中国木地板销售规模分析 四、中国木地板行业主要问题 五、影响地板行业高速发展因素 六、外资入侵木地板行业应对策略 第四节中国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 第五节中国地板行业出口面临形势分析 一、中国地板企业

应对出口退税调整 二、中国地板企业应对出口壁垒分析 三、美国反倾销税对地板企业的影响 四、美国反倾销税对地板企业的税率 第六节中国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 第七节中国木地板创新力分析 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 第八节中国木地板品牌分析 一、木地板主要品牌分析 二、品牌建设的必要性和可行性 三、正确认识地板品牌 四、强势地板企业的品牌延伸之路 五、建设地板品牌的对策

第四章中国木地板制造所属行业数据监测分析 第一节中国木地板制造行业发展分析 一、中国木地板制造行业发展概况 二、中国木地板制造行业发展概况 三、中国木地板制造行业发展概况 第二节中国木地板制造所属行业规模分析 一、企业数量增长分析 二、资产规模增长分析 三、销售规模增长分析 四、利润规模增长分析 第三节中国木地板制造所属行业成本费用分析 一、销售成本统计 二、主要费用统计 第四节中国木地板制造所属行业运营效益分析 一、偿债能力分析 二、盈利能力分析 三、运营能力分析

第五章中国实木地板市场营销格局分析 第一节我国实木地板发展现状分析 一、中国实木地板生产情况分析 二、中国实木地板销售规模分析 三、实木地板价格调整分析 四、实木地板四大消费趋势 第二节我国实木地板消费中的误导分析 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 第三节我国多层实木地板发展分析 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 第四节发展我国实木地板需遵循的要求分析 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 第五节中国实木地板企业做大做强的对策分析

第六章中国强化木地板市场发展形势分析 第一节强化木地板介绍分析 第二节中国强化木地板发展历程 第三节强化木地板销售规模分析 第四节强化地板企业提高竞争力 第五节强化地板的发展优势分析 第六节强化复合地板加强市场竞争力 第七节强化木地板树立品牌企业的发展策略 一、环保策略 二、规模策略 三、质量策略 四、服务策略

第七章中国实木复合地板市场营销局势分析 第一节实木复合地板概述 第二节我国复合木地板发展现状分析 一、复合木地板的生产规模分析 二、复合实木地板销售规模分析 三、复合实木地板成为市场新宠 四、实木复合地板价格动态分析 第三节中国三层实木复合地板市场分析 一、三层实木复合地板产品特点 二、三层实木复合地板走俏市场的原因 三、三层实木复合地板优势及前景分析 第四节中国多层实木复合地板市场分析 一、多层实木复合地板的消费优势 二、多层实木复合地板市场潜力大 第五节2022-2027年我国实木复合地板发展趋向分析

第八章中国竹地板市场发展格局分析 第一节竹地板强势引导中国突破竹产品消费能力 一、中国竹产业发展现状分析 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 第二节中国竹地板市场发展情况分析 一、竹木地板的优势分析 二、竹地板发展现状分析 三、竹木地板销售规模分析 四、中国成世界最大竹材人造板生产国 五、塑造竹地板市场强势品牌的策略 第三节中国竹木复合地板市场格局分析 一、竹木复合地板的市场现状 二、竹木复合地板的发展趋势 第四节竹地板优势尽显市场前景可观 第九章互联网地板产品分析 第一节互联网地板消费人群指数分析 一、地板消费人群年龄层次分析 二、地板消费人群家庭装修面积分析 三、地板消费人群区域分布分析 第二节互联网地板产品指数分析 一、地板产品类型指数分析 二、地板产品购买价格指数分析 第十章中国木地板市场营销分析 第一节木地板营销中的顾客心理分析 第二节木地板营销渠道动因及其影响分析 一、渠道变革的背景 二、渠道变革的动因 三、渠道变革的影响 四、渠道变革的对策 第三节木地板营销市场细分分析 一、地理细分 二、人口细分 三、心理细分 四、行为细分 第四节地板企业更新营销方式 第五节80、90的个性化体验营销分析 一、地板消费特征分析 二、地板品牌的营销设想 三、地板企业营销建议 第六节地板行业的七种网络营销战略 第七节地板企业如何玩转微博营销 第十一章中国木地板市场竞争格局分析 第一节中国木地板行业波特竞争模型分析 一、行业现有企业间的竞争 二、行业新进入者威胁分析 三、替代产品或服务的威胁 四、上游供应商讨价还价能力 五、下游用户讨价还价的能力 第二节中国木地板行业竞争现状分析 一、地板行业竞争开始由产品转向服务 二、差异化服务将成地板品牌核心竞争力 三、中国软木地板的市场竞争态势分析 四、中国实木地板行业竞争分析 第三节中国木地板业的多元化竞争格局分析 一、地板行业刮起跨界风 二、异业找空间横向寻突破 三、全面大整合多元谋发展 第四节中国地板经销商如何提升自我竞争力分析 第十二章中国木地板重点企业竞争性财务数据分析 第一节德尔国际家居股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第二节四川升达林业产业股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第三节大亚科技股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第四节广东省宜华木业股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第五节大自然家居控股有限公司 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业经济指标分析 四、企业盈利能力分析 五、企业偿债能力分析 六、企业运营能力分析 第六节湖州富得利木业股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第七节江苏肯帝亚木业有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营

情况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第八节久盛地板有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营情况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第九节浙江世友木业有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营情况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第十节浙江大东吴绿家木业有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营情况分析 四、企业销售网络分析 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第十三章2022-2027年中国木地板行业发展趋势分析 第一节我国木地板市场发展趋势分析 一、市场规模扩展主要靠三四级市场 二、一二级市场整合将继续加剧 三、细分市场出现细分优势品牌 四、行业竞争进入资本、管理及营销创新的综合竞争力时代 五、大数据整合为中心的精准多元营销时代来临 六、地板的跨界营销与业务多元整合 第二节中国木地板环保趋势分析 一、环保成全球地板业的主要方向 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 第三节中国多层实木地板的发展趋势分析 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 第四节木塑地板将引领地板行业新潮流 第五节地板采暖成未来地板市场生力军 第六节影响地板行业发展的相关趋势预测 一、中国房地产行业发展趋势 二、中国木地板出口预测趋势 (一) 竹木地板占领出口市场 (二) 微晶木地板适合出口东南亚 (三) 实木复合地板出口趋势 (四) 强化木地板出口趋势 三、中国木地板人均使用趋势 四、中国城市住宅木地板使用率趋势 第七节2022-2027年中国木地板市场供需预测 一、实木地板行业的产量预测 二、复合木地板行业的产量预测 三、强化木地板行业的产量预测 四、木地板行业的销售收入预测 五、实木地板行业销售规模预测 六、复合木地板行业销售规模预测 七、强化木地板行业销售规模预测 第十四章2022-2027年中国木地板行业发展策略分析 第一节电子商务时代的到来地板企业发展策略 第二节地板行业如何以技术创新节约资源 第三节中国地板企业面对转变、跨越的策略 一、加快产业结构整合竞争 二、营销理念调整 第四节中国地板企业发展策略分析 一、中小地板企业发展策略 二、打造长远策略营销战术 第五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 图表目录： 图表：2022年中国木地板行业区域结构 图表：2022年中国木地板行业渠道结构 图表：2022年中国木地板行业需求总量 图表：2022-2027年中国木地板行业需求总量预测 图表：2022年中国木地板行业需求集中度 图表：2022年中国木地板行业需求增长速度 图表：2022年中国木地板行业市场饱和度 图表：2022年中国木地板行业供给总量 图表：2022年中国木地板行业供给增长速度 图表：2022-2027年中国木地板行业供给量预测 更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/444680.html>