

2024-2029年中国木地板行业发展分析及投资前景预测报告

报告简介

从20世纪80年代至今，中国木地板行业走过了多年风雨。虽然起步晚、基础差，但发展迅速。中国木地板行业已经形成了多类型、多规格，从生产到销售、铺设、售后服务配套，具备一定规模的产业体系。近几年来，中国木地板行业保持了繁荣发展的态势，产量与出口额均实现了稳健增长。

我国木地板的销量和产量基本平衡，呈现同步增长的趋势。21世纪以来，我国木地板产销量一路攀升。近几年，由于房地产调控政策变化频繁，导致我国木地板销售有所波动。

2014-

2019年，中国规模以上木地板销量呈现波动上升态势，并且近3年销量基本保持稳定。2019年我国具有一定规模的木地板企业的木地板总销量达到了42460万平方米，较2018年同比增长1.68%，实现平稳增长。

中国木地板行业前4家公司分别为大亚圣象、大自然家居、德尔未来和菲林家居。2015-

2019年，中国木地板行业CR4稳步上升，但总体水平仍较低，2019年CR4上升至25.62%;其中大亚圣象作为行业龙头，木地板销量达到4937万平方米，市占率达11.63%;紧随其后的是大自然家居，木地板销量达到4026万平方米，市占率为9.48%;德尔未来和菲林家居市占率与前两名企业差距较大，分别为2.27%和2.25%。

中国的木地板企业在产品自主研发、品质监控、企业文化和品牌战略等方面，还需要投入更大的精力，要实现从中国制造向中国创造转变，只有通过自主研发、形成自己的强势品牌，才能在激烈的市场竞争中占得一席之地。

随着我国国民收入和整体消费水平的稳步提升，木地板成了民众家装消费的首选，发展空间十分广阔。随着房地产市场的拉动，电商、工程等新兴渠道的贡献更是不能小觑。

在现今激烈的竞争格局中，木地板市场在互联网的协助下快速扩大，厂家发展正走在一条荆棘遍布的道路，想要获得生存资源，企业就必须以精细化方式为主，细分市场，在规划发展布控上有一定的能力，去适应市场需求。任何一个企业的资源、人力、物力、资金都是有限的，木地板企业只有细分市场，明确目标客户，才能够集中精力生产足够满足这批消费者需求的产品以期获得局部市场的胜利，然后逐步攻克整个目标市场。这样木地板企业才能不被眼前混乱的竞争模式所打败。2019年对于整个木地板行业来说，目前所做的一切都应该是围绕着客户去发展，更要认清当前的趋势、整合资源、以及找到流量入口就是木地板行业最需要攻克的难题，只有通过不断地创新和打破陈旧思维才是唯一能在行业能脱颖而出。

多品牌在企业能够实施肯定是木地板企业已经有一个品牌在市场上表现不错，未来发展势头也很良好，再加一个品牌，满足不同消费人群的需要，从而为公司增加利润。在现实的操作中，我们会发现大多数主品牌渠道商也会同时经营公司的副品牌，同渠道同时经营木地板企业的多个品牌，好处能增加渠道商的归属感，品牌能快速上市，但缺点也很明显，渠道商的运作团队与资源是无法同时让多个品牌能够并驾齐驱的，而营销团队也很因为渠道资源的争夺而让企业的品牌之间互相冲撞，反而木地板企业自己的品牌产生争斗，阻碍发展，而让竞争对手受益。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了

国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国木材与木制品流通协会、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国锂电池行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国锂电池行业发展状况和特点，以及中国锂电池行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球锂电池行业发展态势作了详细分析，并对锂电池行业进行了趋向研判，是锂电池生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前锂电池行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国木地板行业发展综述

第一节 木地板行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

三、行业对经济周期的反应

第二节 木地板行业统计标准

一、木地板行业统计部门和统计口径

二、木地板行业统计方法

三、木地板行业数据种类

第三节 木地板行业供应链分析

一、木地板行业上下游产业供应链简介

二、木地板行业主要需求市场分析

1、房地产行业发展现状分析

(1)房地产开发投资规模分析

(2)房地产市场供给情况分析

(3)房地产市场需求情况分析

(4)房地产行业对木地板市场的影响分析

2、木地板市场消费者情况分析

三、木地板行业主要原料市场分析

1、中国森林资源分布情况与现状

2、木材市场运营情况与价格趋势

第二章 木地板行业市场环境分析

第一节 行业政策环境分析

一、行业相关政策动向

1、地板行业新标准实施

2、林地规划政策

3、林业发展规划

二、木地板行业发展规划

第二节 行业经济环境分析

一、国际宏观经济环境分析

二、国内宏观经济环境分析

1、宏观经济运行情况

2、宏观经济走势预测

第三节 行业贸易环境分析

一、行业贸易环境发展现状及趋势分析

1、行业贸易环境发展现状

2、行业贸易环境发展趋势分析

二、地板出口退税变化对企业影响

第四节 行业社会环境分析

一、行业发展与社会经济的协调

二、行业发展面临的资源保护问题

三、行业发展的地区不平衡问题

第二部分 行业深度分析

第三章 木地板行业发展状况分析

第一节 中国木地板行业发展现状

一、中国木地板行业发展状况分析

二、中国木地板行业发展总体概况

三、中国木地板行业发展主要特点

四、木地板行业经营情况分析

第二节 木地板行业供需平衡分析

一、全国木地板行业供给情况分析

1、全国木地板行业总产值分析

2、全国木地板行业产成品分析

二、各地区木地板行业供给情况分析

1、总产值排名前10个地区分析

2、产成品排名前10个地区分析

三、全国木地板行业需求情况分析

1、全国木地板行业工业销售产值分析

2、全国木地板行业销售收入分析

四、各地区木地板行业需求情况分析

1、销售产值排名前10个地区分析

2、销售收入排名前10个地区分析

五、全国木地板行业产销率分析

第四章 中国木地板行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国木地板行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2019-2023年中国木地板行业产销情况分析

一、中国木地板行业工业总产值

二、中国木地板行业工业销售产值

三、中国木地板行业产销率

第三节 2019-2023年中国木地板行业财务指标总体分析

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

第五章 2024-2029年中国木地板市场供需形势分析

第一节 木地板行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2019-2023年原材料产能情况分析

第二节 中国木地板市场供需分析

一、2019-2023年中国木地板行业供给情况

1、中国木地板行业供给分析

2、中国木地板行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、2019-2023年中国木地板行业需求情况

- 1、木地板行业需求市场
 - 2、木地板行业客户结构
 - 3、木地板行业需求的地区差异
- 三、2019-2023年中国木地板行业供需平衡分析

第三节 木地板产品市场应用及需求预测

- 一、木地板产品应用市场总体需求分析
 - 1、木地板产品应用市场需求特征
 - 2、木地板产品应用市场需求总规模
- 二、2024-2029年木地板行业领域需求量预测
 - 1、2024-2029年木地板行业领域需求产品功能预测
 - 2、2024-2029年木地板行业领域需求产品市场格局预测
- 三、重点行业木地板产品需求分析预测

第六章 木地板制造行业进出口市场分析

第一节 木地板制造行业进出口状况综述

第二节 木地板制造行业出口市场分析

- 一、行业出口分析
 - 1、行业出口整体情况
 - 2、行业出口产品结构
- 二、行业出口分析
 - 1、行业出口整体情况
 - 2、行业出口产品结构

第三节 木地板制造行业进口市场分析

- 一、行业进口分析
 - 1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

第四节 木地板制造行业进出口前景及建议

一、木地板制造行业出口前景及建议

二、木地板制造行业进口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第七章 木地板行业主要产品分析

第一节 行业主要产品结构特征

一、行业产品结构特征分析

二、行业产品市场发展概况

第二节 行业主要产品市场分析

一、实木地板产品市场分析

二、实木复合地板产品市场分析

三、强化木地板产品市场分析

四、竹地板产品市场分析

第三节 行业产品销售模式与策略

一、行业产品经营模式与行销渠道分析

1、经销模式分析

2、直销模式分析

3、贴牌模式分析

4、网络团购模式

5、体验销售模式

6、以旧换新模式

7、其他销售渠道

二、行业产品销售渠道存在的主要问题

三、行业产品销售渠道发展趋势

四、行业产品销售渠道发展策略

1、树立品牌差异化

2、产品技术创新

3、打造营销铁骑

第四节 行业主要产品消费趋势分析

一、行业主要产品总体消费概况

二、行业市场主要品牌消费关注度

三、木地板行业主要产品消费特征

四、木地板行业消费者需求分析

第五节 行业主要产品技术现状及新技术发展趋势

一、木地板行业技术现状分析

1、专利申请年度分布

2、专利公开数量变化情况

3、专利申请人分析

4、热门技术分析

二、木地板行业新技术动向

三、国际木地板行业新技术发展趋势

四、国内木地板行业新技术发展趋势

第四部分 竞争格局分析

第八章 木地板行业重点区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

第二节 行业重点区域产销情况分析

一、华北地区木地板行业产销情况分析

1、木地板行业发展概况分析

2、木地板市场销售收入分析

3、木地板主要品牌竞争分析

4、木地板市场发展趋势及前景

二、东北地区木地板行业产销情况分析

1、木地板行业发展概况分析

2、木地板市场销售收入分析

3、木地板主要品牌竞争分析

4、木地板市场发展趋势及前景

三、华东地区木地板行业产销情况分析

1、木地板行业发展概况分析

2、木地板市场销售收入分析

3、木地板主要品牌竞争分析

4、木地板市场发展趋势及前景

四、华中地区木地板行业产销情况分析

1、木地板行业发展概况分析

2、木地板市场销售收入分析

3、木地板主要品牌竞争分析

4、木地板市场发展趋势及前景

五、华南地区木地板行业产销情况分析

- 1、木地板行业发展概况分析
- 2、木地板市场销售收入分析
- 3、木地板主要品牌竞争分析
- 4、木地板市场发展趋势及前景

六、西南地区木地板行业产销情况分析

- 1、木地板行业发展概况分析
- 2、木地板市场销售收入分析
- 3、木地板主要品牌竞争分析
- 4、木地板市场发展趋势及前景

第九章 木地板行业市场竞争状况分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

第二节 行业国际市场竞争状况分析

- 一、国际木地板市场发展状况
- 二、国际木地板市场竞争状况分析
- 三、国际木地板市场发展趋势分析
- 四、跨国公司在中国市场的投资布局
- 五、跨国公司在中国的竞争策略分析

第三节 行业国内市场竞争状况分析

- 一、国内木地板行业竞争格局分析
- 二、国内木地板制造行业集中度分析
 - 1、行业销售集中度分析
 - 2、行业资产集中度分析
- 三、国内木地板行业市场规模分析

四、国内木地板行业五力模型分析

- 1、行业内部竞争格局
- 2、木地板行业对上游议价能力
- 3、木地板行业对行业下游议价能力
- 4、行业潜在进入者威胁
- 5、行业替代品威胁
- 6、竞争情况总结

第四节 行业投资兼并与重组整合分析

一、国际木地板企业投资兼并与重组

- 1、国际木地板行业投资兼并重组现状
- 2、国际木地板行业投资兼并重组趋势

二、国内木地板企业投资兼并与重组

- 1、国内木地板行业投资兼并重组现状
- 2、国内木地板行业投资兼并重组趋势

第五节 行业不同经济类型企业特征分析

- 一、不同经济类型企业特征情况
- 二、行业经济类型集中度分析

第十章 2024-2029年木地板行业领先企业经营形势分析

第一节 大自然家居(中国)有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第二节 安信伟光(上海)木材有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第三节 菲林格尔家居科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第四节 德尔未来科技控股集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五节 苏州联丰木业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第六节 浙江永吉木业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第七节 武汉拜尔木业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第八节 江苏肯帝亚木业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第九节 宜华生活科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第十节 安徽扬子地板股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 木地板行业发展趋势分析与预测

第一节 2024-2029年木地板市场发展前景

一、2024-2029年木地板市场发展潜力

二、2024-2029年木地板市场发展前景展望

三、2024-2029年木地板细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年木地板市场发展趋势预测

一、2024-2029年木地板行业发展趋势

1、产品发展趋势

2、价格变化趋势

3、技术革新趋势

二、2024-2029年木地板行业应用趋势预测

三、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国木地板行业供需预测

一、2024-2029年中国木地板企业数量预测

二、2024-2029年中国木地板市场规模预测

三、2024-2029年中国木地板市场产销量预测

四、2024-2029年中国木地板市场需求预测

五、2024-2029年中国木地板行业供需平衡预测

第四节 2024-2029年木地板行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、木地板行业投资机遇

第六部分 发展战略研究

第十二章 互联网+ 环境下木地板行业发展战略研究

第一节 互联网环境下木地板行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第二节 互联网木地板行业的改造与重构

- 一、互联网重构行业的供应链格局
- 二、互联网改变生产厂商营销模式
- 三、互联网导致行业利益重新分配
- 四、互联网改变行业未来竞争格局

第三节 木地板与互联网融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、电商黄金发展期机遇分析

第四节 互联网+形势下木地板的营销出路

- 一、完善售后服务，为木地板企业品牌建设添砖加瓦
- 二、细节决定成败，为用户提供最人性化的服务
- 三、拥抱互联网，寻求与木地板电商的合作

第十三章 研究结论及投资建议

第一节 木地板行业研究结论及建议

第二节 木地板子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和木地板行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录

图表：木地板行业产业链结构图

图表：国内生产总值及增长率

图表：2024-2029年中国国内生产总值预测

图表：2024-2029年中国固定资产投资预测

图表：2024-2029年中国木地板行业零售价格预测

图表：中国木地板行业出口地域平均结构图

图表：中国木地板行业进出口量统计表

图表：中国木地板行业进出口量及增长率变化图

图表：中国木地板行业市场规模及增长率变化

图表：木地板行业五强企业市场占有率预测

图表：木地板行业生产企业定价目标选择

图表：木地板行业企业对付竞争者降价的程序

图表：消费者对木地板行业品牌认知度调查

图表：木地板行业产品功能影响程度分析

图表：木地板行业产品质量影响程度分析

图表：木地板行业产品价格影响程度分析

图表：2024-2029年木地板行业消费需求预测

图表：2024-2029年木地板市场供给规模预测

图表：2024-2029年木地板行业销售收入预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/jiaju/200901mudiban.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)