

2010-2012年中国木地板行业研究报告

2010年，在房地产回暖、建材下乡等因素影响下，中国木地板产销量双双回升，其中产量同比增长26.7%，至47900万平方米；销量同比增长9.4%，至39850万平方米。

2011年，中国房地产调控政策收紧，木材价格高涨，多个木地板企业遭遇美国“双反”调查，受此影响，中国木地板行业景气度下滑，全年产销量出现回落，预计跌幅在6%以上。

2012年，中国房地产控制力度将继续加大，木材进口环境也将面临多重考验，但是“双反”调查的结束以及保障房建设的进一步落实，也将为行业带来一定的利好。

水清木华研究中心的《2010-2012年中国木地板行业研究报告》在重点分析中国木地板行业发展现状的同时，还研究了5大木地板市场以及13家重点企业。



在中国,木地板一般可分为实木地板、实木复合地板、强化木地板、竹木地板以及软木地板五大类。其中,实木复合地板和强化木地板统称为复合木地板。

近年,复合木地板在中国的发展异常迅速,主要因为其价格低廉,同时具备易清理、耐磨、耐冲压等优点。2010年,中国复合木地板已经达到木地板总产量的56.0%,总销量的82.1%,其中强化木地板更是占据绝对地位。

相对而言,实木地板的产销量则不断下滑,主要由于全球森林资源紧缺,各国纷纷限制木材出口,从而助推实木地板价格高涨,导致厂商利润缩减,消费者购买需求减弱。

随着中国木地板市场的发展,大厂商大品牌率先发展起来,例如圣象、大自然、生活家、德尔、安信、菲林格尔、四川升达等。

圣象是中国最早的木地板品牌之一,现已拥有强化木地板、实木复合地板、实木地板以及竹地板四大系列品类,年产能共计5800万平方米,其中强化木地板为4600万平方米,实木地板为200万平方米。



大自然是中国地板（02083）旗下的核心品牌，其实木地板、强化木地板、复合地板均具有较强的优势。近年，随着大自然品牌知名度的提升，中国地板的销量也不断增加，2010年公司强化木地板销量同比增长31.8%，至1391.5万平方米；实木地板销量同比增长24.7%，至460.4万平方米。2011年上半年，公司强化木地板、实木地板继续保持稳步增长，销量同比分别增长31.6%和38.7%。

2011年，生活家表现突出，在新产品方面，研制出可装在墙上甚至是天花板上的“地板”；在营销方面，首推“M2C”（生产线团购）和“W2C”（库房团购）两种方式；在海外布局方面，成功开拓了中东和俄罗斯两大市场。

德尔主要从事“DER德尔”品牌木地板的研发、生产及销售。在生产方面，公司主要采用自主生产和委托加工相结合的模式；在销售方面，主要采用扁平化深度营销模式，截至2011年6月30日，公司的一级经销商达到134家，专卖店达到1500家左右。

安信主营“安信”、“伟光”、“宝优特”、“喜尔居”及“ARK”等五大木地板品牌。除了发展木地板外，公司还积极向木材上游市场扩展，2011年又成功进入红木家具下游市场。



报告目录

第一章 木地板简介

1.1 定义及分类

1.2 优缺点

第二章 世界木地板产业现状

2.1 发展综述

2.2 主要国家发展现状

2.2.1 欧洲

2.2.2 美国

2.2.3 中国

第三章 中国木地板发展环境

3.1 产业环境

3.2 政策环境

3.2.1 产业政策

3.2.2 贸易政策

第四章 中国木地板市场分析

4.1 市场综述

4.2 产销情况

4.2.1 生产情况

4.2.2 消费情况

4.3 出口情况

第五章 中国木地板细分市场分析

5.1 实木地板

5.1.1 市场现状

5.1.2 竞争格局

5.1.3 存在的问题

5.2 实木复合地板

5.2.1 市场现状

5.2.2 竞争格局

5.2.3 存在的问题

5.3 强化木地板

5.3.1 市场现状



5.3.2 竞争格局

5.3.3 存在的问题

5.4 竹木地板

5.5 软木地板

第六章 中国木地板行业竞争格局

6.1 产品竞争

6.2 市场竞争

6.3 区域竞争

6.4 企业竞争

第七章 中国木地板原料市场分析

7.1 林业概况

7.2 木材市场

7.2.1 供需情况

7.2.2 进出口情况

7.3 人造板市场

7.3.1 生产情况

7.3.2 进出口情况

第八章 中国木地板重点企业研究

8.1 德尔家居

8.1.1 企业简介

8.1.2 经营情况

8.1.3 重点项目

8.1.4 2012年展望

8.2 中国地板

8.2.1 企业简介

8.2.2 经营情况

8.2.3 竞争优势

8.2.4 2012年展望

8.3 宜华木业

8.3.1 企业简介

8.3.2 经营情况

8.3.3 发展战略

8.4 科冕木业



8.4.1 企业简介

8.4.2 经营情况

8.4.3 重点项目

8.4.4 2012年展望与预测

8.5 安信伟光（上海）木材有限公司

8.5.1 企业简介

8.5.2 经营情况

8.5.3 发展战略

8.6 圣象集团

8.6.1 企业简介

8.6.2 经营情况

8.6.3 母公司——大亚科技

8.7 江苏欧圣木业有限公司

8.7.1 企业简介

8.7.2 经营情况

8.8 久盛地板有限公司

8.8.1 企业简介

8.8.2 经营情况

8.8.3 研发情况

8.9 浙江世友木业有限公司

8.9.1 企业简介

8.9.2 经营情况

8.9.3 研发情况

8.10 菲林格尔木业（上海）有限公司

8.10.1 企业简介

8.10.2 经营情况

8.10.3 发展战略

8.11 安徽扬子地板股份有限公司

8.11.1 企业简介

8.11.2 经营情况

8.11.3 重点项目

8.12 新生活家木业制品（中山）有限公司

8.12.1 企业简介

8.12.2 经营情况

8.12.3 竞争优势

8.13 四川升达林业产业股份有限公司



8.13.1 企业简介

8.13.2 经营情况

8.13.3 竞争优势

第九章 中国木地板行业发展趋势

9.1 行业面临的问题

9.2 行业发展趋势



图表目录

- 表：五种木地板
- 图：多层实木复合地板结构图
- 图：三层实木复合地板结构图
- 图：强化木地板结构图
- 表：五大类木地板的优缺点
- 表：2009年全球主要国家/地区木地板零售额及占比
- 图：2003-2010年欧洲强化木地板销量
- 图：2010年欧洲强化木地板销量（分区域）构成
- 表：2009-2010年西欧主要国家强化木地板销量
- 表：2005-2014年中国地面装饰材料（分产品）市场份额
- 表：参与中国首批“木制建材下乡”活动的企业及省市
- 表：美国对中国主要多层复合木地板企业征收的反倾销和反补贴税率
- 表：2009-2011年中国木地板主要指标
- 表：2005-2012年中国木地板产量
- 图：2010年中国木地板产量构成
- 图：2006-2012年中国木地板销量
- 图：2006-2010年中国木地板销售量（分产品）构成
- 图：2006-2012年中国实木地板销量



- 表：2007-2009年中国五大实木地板品牌市场份额
- 表：2006-2012年中国实木复合地板销量
- 图：2006-2012年中国强化木地板销量
- 表：2007-2009年中国强化木地板五大品牌市场份额
- 表：2007-2011年中国竹木地板产量和销量
- 表：2010年中国主要木地板产量和销量
- 图：中国主要省市森林面积及覆盖率
- 表：2007-2010年中国造林面积及植树量
- 表：2005-2010年中国林业产业总产值及增长率
- 表：2005-2010年中国木材供应量和消耗量
- 图：2005-2010年中国锯材产量
- 图：2005-2011年中国原木进口量及进口价格
- 图：2007-2011年中国锯材进口量及增速
- 表：2007-2010年中国原木、锯材出口量
- 图：2005-2011年中国人造板产量及同比增长
- 表：2008-2010年中国人造板（分产品）产量
- 表：2008-2010年中国主要人造板产品进出口量
- 图：2008-2011年德尔家居营业收入和净利润
- 表：2008-2011年的德尔家居主要产品销售收入及毛利率
- 表：2008-2011年德尔家居主要产品产量及销量（按生产方式分）



- 图：2008-2011年德尔家居营业收入（分地区）构成
- 表：德尔家居募投项目
- 图：2011-2014年德尔家居强化木地板产能预测
- 图：2008-2011年中国地板营业收入和净利润
- 表：2008-2010年中国地板主要产品销量及占比
- 表：2008-2011年中国地板零售店（分品牌）数目
- 图：2008-2011年宜华木业营业收入和净利润
- 表：2009-2011年宜华木业木地板产量、销量及销售收入
- 图：2008-2011年科冕木业营业收入和净利润
- 表：2009-2011年科冕木业木地板产品营业收入及毛利率
- 图：2008-2011年科冕木业（分地区）营业收入
- 表：安信伟光五大地板品牌及特点
- 图：2010年圣象集团基材生产厂及产能
- 图：2010年圣象集团主要地板生产厂及产能
- 图：2006-2010年圣象集团营业收入和净利润
- 表：2008-2011年大亚科技主要产品营业收入及毛利率
- 图：2011年欧圣木业销售网点
- 表：生活家四大品牌木地板
- 图：2008-2011年升达林业营业收入和净利润
- 表：2008-2011年升达林业主要产品营业收入和毛利率
- 表：2011年升达林业主要木地板产能



中文：www.pday.com.cn

英文：www.researchinchina.com

ResearchInChina
水清木华研究中心

购买报告

价 格	电子版：7000元	电话：010-8260.1561/62
	纸质版：7500元	传真：010-8260.1570
页数：74页		邮箱：hanyue@waterwood.com.cn
发布日期：2012-01		网址：www.pday.com.cn
链接： http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201201/24511415.html		
地址：北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦C座3单元502室		

如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》

(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、
联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-
82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

