

# 2014-2019年中国人造板表面装饰板行业深度研究与市场竞争态势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2014-2019年中国人造板表面装饰板行业深度研究与市场竞争态势报告》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.abaogao.com/b/jiancai/L85043VPG7.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2013年我国人造板表面装饰板行业产量约3.26亿 $m^2$ ，进口约0.02亿 $m^2$ ，出口0.16亿 $m^2$ ，国内表现消费量约3.12亿 $m^2$ ，近几年我国人造板表面装饰板行业消费市场规模如下图所示

：2007-2013年我国人造板表面装饰板行业消费量情况数据来源：智研数据研究中心整理2004-2013年中国人造板表面装饰板行业产量情况

数据来源:国家统计局 智研数据研究中心发布的《2014-2019年中国人造板表面装饰板行业深度研究与市场竞争态势报告》对我国人造板表面装饰板的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究咨询报告由北京智研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、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及人造板表面装饰板专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界金融危机整体发展局势，对我国人造板表面装饰板行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对人造板表面装饰板行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。报告目录：

第一章 人造板表面装饰板行业报告研究标准	1
第一节 人造板表面装饰板行业研究背景	1
第二节 人造板表面装饰板行业研究方法及依据	2
第三节 人造板表面装饰板行业研究基本前景概况	7
第二章 人造板表面装饰板行业发展综述	8
第一节 人造板表面装饰板概念	8
第二节 人造板表面装饰板行业特征分析	8
一、人造板表面装饰板作用分析	8
二、人造板表面装饰板行业在国民经济中的地位	9
三、人造板表面装饰板行业生命周期分析	9
第三节 最近几年中国行业经济指标分析	10
一、赢利性	10
二、成长速度	10
三、附加值的提升空间	11

四、进入壁垒 / 退出机制 12

五、风险性 13

六、行业周期性 13

七、竞争激烈程度指标 13

八、行业成熟度分析 14

第四节 人造板表面装饰板行业产业链及上下游之间关联性分析 14  
第三章 2013年世界人造板表面装饰板行业市场分析 33

第一节 2013年世界人造板表面装饰板行业运行环境分析 33

一、当前经济环境分析 33

二、经济政策对产业的影响 42

第二节 2013年世界人造板表面装饰板市场竞争现状分析 42

第三节 2013年世界部分国家人造板表面装饰板市场分析 45

一、欧洲地区 45 一、欧洲森林资源概况

根据联合国粮食及农业组织（FAO）发布的《全球森林资源评估》：世界森林总面积仅略超过40亿公顷，占陆地总面积的31%，人均森林面积为0.6公顷。5个森林资源最丰富的国家（俄罗斯联邦、巴西、加拿大、美利坚合众国和中国）占森林总面积的一半以上。10个国家或地区已经完全没有森林，另外54个国家的森林面积不到其国土总面积的10%。世界森林状况-分区域划分

资料来源：联合国粮食及农业组织（FAO）1990-2010年全球森林面积（千公顷）分区域  
1990年 2000年 2010年 亚太区域总计 733364726339740383 非洲总计 749238708564674419 欧洲总计 9894719982391005001 拉丁美洲及加勒比总计 978072932735890782 近东总计 126612121431122327 北美洲总计 676760677080678958 世界 416839940850634032905  
资料来源：联合国粮食及农业组织（FAO）1990-2010年全球人工林面积（千公顷）分区域  
1990年 2000年 2010年 亚太区域总计 7416390553119884 非洲总计 116631295815409 欧洲总计 590466531269318 拉丁美洲及加勒比总计 91111088014952 近东总计 114711301215082 北美洲总计 196452943837529 世界 178307214839264084

资料来源：联合国粮食及农业组织（FAO） 欧洲区域由50个国家组成，森林面积略超过10亿公顷，约占全球森林面积的25%。根据《全球森林资源评估》的统计，欧洲森林覆盖率约为其土地总面积的45%，从摩纳哥的0%到芬兰的73%。欧洲森林面积最大的国家是俄罗斯联邦，它也是全球森林面积最广阔的国家。该国报告称其拥有的森林面积近8.1亿公顷，占欧洲森林面积的80%以上，占全球森林面积的五分之一。

在1990-2010年期间，欧洲森林面积持续增长，尽管增速在此期间放缓。森林面积的扩展是

新森林营造和在原农业用地上森林自然扩展的结果。在过去10年中，每年森林面积净增近70万公顷，而在20世纪90年代每年净增近90万公顷。与其他区域相比，欧洲是整个1990-2010年期间唯一森林面积净增加的区域。俄罗斯联邦的森林面积基本维持不变，在20世纪90年代略有增加，而在2000-2010年期间又略有下降。考虑到其森林面积之大，这一轻微波动在统计上可以忽略不计。1990-2010年欧洲地区的森林面积（千公顷）分区域1990年2000年2010年俄罗斯联邦808950809269809090欧洲，排除俄罗斯联邦180521188971195911欧洲总

计9894719982391005001世界416839940850634032905资料来源：联合国粮食及农业组织（FAO）

在2000-2010年期间，欧洲森林面积的净增加很大程度上是由于几个国家森林面积增加的结果，以西班牙（每年增加了118500公顷）和瑞典（每年增加了81400公顷）为首，其次是意大利、挪威、法国和保加利亚。不过，瑞典森林面积在2000-2005年期间明显增加主要是因为评估方法的改变，而不是实际变化的结果。过去10年森林覆盖低而报告增幅最大的国家有：冰岛（每年增加了5%）和摩尔多瓦共和国（每年增加了1.8%）。在2000-2010年期间，爱沙尼亚、芬兰和俄罗斯联邦是仅有的报告森林面积净损失的欧洲国家，总共平均每年减少了51000公顷；但这相当于每年不足0.01%的损失。

在过去10年内，与同期全球趋势相比，欧洲人工林面积的增加也有所减缓。在2010年，该区域近7%的森林面积为人工林。在过去20年间，森林面积的净增加约一半来自于人工林面积的增加。在过去10年间，森林面积净增加约一半是由于植树造林，其余的森林面积增加源于在原农业用地上的森林自然扩展。1990-2010年欧洲区域的人工林面积（千公顷）分区域1990年2000年2010年俄罗斯联邦126511536016991欧洲，排除俄罗斯联邦463954995152327欧洲总计590466531269318世界178307214839264084资料来源：联合国粮食及农业组织（FAO） 2、欧洲人造板产业发展现状

根据FAO统计数据：2013年欧洲地区人造板产量为7553.46万立方米，较上年同期增长0.91%；人造板进口量为3184.5万立方米，同比增长3.91%；出口量为3598.94万立方米，同比增长3.04%；年度消费量为7139.01万立方米，较上年同期增长1.16%。1992-2013年欧洲地区人造板产业供需平衡分析（立方米）年度产量进口出口表观消费量1992

年439482001407241410688894473317201993年437195001306533111896200448886311994年432960001445725513724897440283581995年460986001515772314740175465161481996年457248001553934716345386449187611997年489621001818029318761800483805931998年529292512124543320572518536021661999年553394672131375421217945554352762000年609283002277058024680688590181922001年614852662391496425226840601733902002年640163222530740528820633605030942003年668640272672043329628716639557442004年723516762923334133607767679772502005年751401323015751634200884710967642006

年795731773238445135264786766928422007年839888073781634139301144825040042008  
年770792223479946135946284759323992009年679269472760056630723366648041472010  
年725513563087695533878154695501572011年745909623167476033878863723868592012  
年748513183064736034926728705719502013年75534551318450073598942671390132资料来源: FAO  
林业数据库 3、欧洲地区人造板表面装饰板市场现状分析

欧洲地区人造板表面装饰板生产主要集中在德国、俄罗斯、波兰、罗马尼亚、法国等多家  
, 2013年欧洲人造板表面装饰板产量为10575万平方米, 较上年同期增长1.64%。2009-2013年  
欧洲人造板表面装饰板产量走势图资料来源: 智研数据研究中心整理二、北美地区 50

### 三、亚洲地区 53

第四节 2014-2019年世界人造板表面装饰板行业新趋势研究分析 57第四章 2013年人造板表面装  
饰板行业当前发展环境分析 59

第一节 2013年中国人造板表面装饰板行业经济环境分析 59

一、2013年中国宏观经济分析 59

二、2014年中国宏观经济发展预测 62

第二节 中国人造板表面装饰板行业政策法规解读 62

第三节 中国人造板表面装饰板行业当前社会环境发展分析 65

一、人口环境分析 65

二、教育环境分析 67

三、文化环境分析 68

四、生态环境分析 70

五、中国城镇化率 72

六、居民的各种消费观念和习惯 72第五章 我国人造板表面装饰板行业运行分析 79

第一节 我国人造板表面装饰板行业发展状况分析 79

一、我国人造板表面装饰板行业发展阶段 79 建筑装饰装修材料是应用最广泛的建筑功能材  
料, 深受广大消费者的关注。随着人们生活水平的提高和环保意识的增强, 建筑装饰工程  
中不仅要求材料的美观、耐用, 同时更关注的是有无毒害, 对人体的健康影响及环境的影  
响。

由于建筑装饰材料的使用直接与人们的日常生活相关, 所以建筑装饰材料的环保问题特别  
为广大消费者所重视。中国环境标志产品认证委员会所制订的环境标志产品中, 装饰材料占  
有比较大的份额; 同时, 为了全面加强建筑装饰材料使用的安全性, 控制室内环境的污染,  
国家质量监督检验检疫总局于2001年底组织专家专门制订了10种室内装修材料的污染物控制标  
准, 这10种材料主要包括: 人造板、内墙涂料、木器涂料、胶粘剂、地毯、壁纸、家具、地

皮革、混凝土添加剂、有放射性的建筑装饰材料等。

### 木质装饰板

装饰板是利用天然树种（如水曲柳、橡木、榉木、枫木、樱桃木等数十种）装饰单板或人造木质装饰单板通过精密创切或旋切加工方法制得的薄木片，贴在基材上，采用先进的胶粘工艺，经热压制成的一种高级装饰板材。装饰板作为一种表面装饰材料，不能单独使用，只能粘贴在一定厚度和具有一定强度的基材板上，如大芯板、多层胶合板、中密度纤维板和刨花板等，才能得到合理地利用。按材质分类装饰板可分为天然木质贴面 and 人造木质贴面。天然木质单板贴面天然木质花纹，纹理图案自然，变异性比较大，无规则，无人工造作，真实感和立体感强，被人们广泛使用于室内装修中。人造木质贴面的纹理基本为通直纹理，纹理图案有规则，因其表面较耐磨、耐清洗、不怕水、使用范围正在不断扩大。目前世界各国都十分关注环境的可持续发展，对森林资源进行保护的呼声日益高涨。采用天然木质贴面材料只是个时间问题，而人工合成、人造木和纸质贴面材料取而代之是必然的趋势。

木地板、强化木地板、人造板等木装饰材料美观细腻的纹理、柔和的色泽、富于弹性、自然的色彩与光泽给人以典雅、亲切、温和之感。在室内装饰中具有不可替代的地位。用作室内装饰的人造板材在生产时所使用的胶粘剂是以甲醛为主要成分的脲醛树脂，板材中残留的和未参与反应的甲醛会逐渐向周围环境释放，是形成室内空气中甲醛的主体。

### 塑料装饰板

装饰板是一种具有轻质、高强、隔声、透光、防火、可弯曲、安装方便、抗老化等特点的建筑装饰板材。该产品的推广应用，不仅可替代传统的消耗一次性资源的建筑材料，如木材、钢材等，还可以改善建筑功能、美化环境，满足现代建筑装饰的需求。

塑料装饰板的绿色环保型为主要体现在3个方面：可以替代大量的能耗高、资源短缺的钢材、木材、铝材等，生产过程节能环保；塑料装饰板使用安全卫生；由于塑料装饰板为高分子材料制成，质轻、高强、安装方便，可节省基础、运输、安装等方面的费用。

### 兴起阶段（20世纪50年代）

人造板表面装饰板最早始于西方。我国的人造板表面装饰板生产技术始于20世纪50年代，由于建筑装饰的需求，逐渐开始在家具、建材应用。由于国内生产技术和设备落后，当时主要以国外品牌为主，价格较为昂贵，应用领域受限。

### 快速成长阶段（20世纪90年代至今）

经过几十年的发展，于上世纪90年代，受下游应用领域的不断拓宽，并作为人造板的主要贴面材料，我国的人造板表面装饰板快速发展，生产技术及设备逐步更新，生产企业充分借鉴国外先进生产经验和技術，我国逐渐发展成为世界人造板表面装饰板的主要生产国之一。

## 二、我国人造板表面装饰板行业发展总体概况 80

三、我国人造板表面装饰板行业发展特点分析	81
四、我国人造板表面装饰板行业商业模式分析	82
第二节 2012-2013年人造板表面装饰板行业发展现状	84
一、2012-2013年我国人造板表面装饰板行业市场规模	84
2013年我国人造板表面装饰板行业产量约3.26亿m <sup>2</sup> ，进口约0.02亿m <sup>2</sup> ，出口0.16亿m <sup>2</sup> ，国内表现消费量约3.12亿m <sup>2</sup> ，近几年我国人造板表面装饰板行业消费市场规模如下图所示：2007-2013年我国人造板表面装饰板行业消费量情况数据来源：智研数据研究中心整理 2013年我国人造板表面装饰板行业消费消费量达到3.12亿m <sup>2</sup> ，行业销售市场规模约374.5亿元，近几年我国人造板表面装饰板行业市场规模如下图所示：2007-2013年我国人造板表面装饰板行业市场规模情况数据来源：智研数据研究中心整理	
二、2012-2013年我国人造板表面装饰板行业发展分析	85
2004-2013年中国人造板表面装饰板行业产量情况	
数据来源:国家统计局	
三、2012-2013年中国人造板表面装饰板企业发展分析	86
第三节 区域市场分析	88
一、区域市场分布总体情况	88
二、2012-2013年重点省市市场分析	89
第四节 人造板表面装饰板细分产品市场分析	92
一、细分产品特色	92
二、2010-2013年细分产品市场规模及增速	92
三、重点细分产品市场前景预测	93
第五节 人造板表面装饰板产品价格分析	93
一、2012-2013年人造板表面装饰板价格走势	93
二、影响人造板表面装饰板产品价格的关键因素分析	94
1、成本	94
2、供需情况	94
3、关联产品	95
4、其他	96
三、2014-2019年人造板表面装饰板产品价格变化趋势	100
四、主要人造板表面装饰板企业价位及价格策略	100
第六章 2012-2013年中国人造板表面装饰板行业技术发展分析	102
第一节 中国人造板表面装饰板行业技术发展现状	102
第二节 人造板表面装饰板行业技术特点分析	104



第三节 人造板表面装饰板行业技术发展趋势分析	105
第四节 2014年中国人造板表面装饰板行业发展面临的新挑战分析	107
第七章 2012-2013年中国人造板表面装饰板市场运行情况	108
第一节 行业最新动态分析	108
一、行业相关动态概述	108
二、行业发展热点聚焦	109
第二节 行业品牌现状分析	112
第三节 行业产品市场价格情况	113
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	113
第八章 2011-2013年中国人造板表面装饰板所属行业主要数据监测分析	115
第一节 2011-2013年中国人造板表面装饰板所属行业总体数据分析	115
一、2011年中国人造板表面装饰板所属行业全部企业数据分析	115
二、2012年中国人造板表面装饰板所属行业全部企业数据分析	117
三、2013年中国人造板表面装饰板所属行业全部企业数据分析	118
第二节 2011-2013年中国人造板表面装饰板所属行业不同规模企业数据分析	120
一、2011年中国人造板表面装饰板所属行业不同规模企业数据分析	120
二、2012年中国人造板表面装饰板所属行业不同规模企业数据分析	121
三、2013年中国人造板表面装饰板所属行业不同规模企业数据分析	121
第三节 2011-2013年中国人造板表面装饰板所属行业不同所有制企业数据分析	122
一、2011年中国人造板表面装饰板所属行业不同所有制企业数据分析	122
二、2012年中国人造板表面装饰板所属行业不同所有制企业数据分析	122
三、2013年中国人造板表面装饰板所属行业不同所有制企业数据分析	123
第九章 2012-2013年中国人造板表面装饰板行业竞争情况	124
第一节 行业经济指标分析	124
一、赢利性	124
二、附加值的提升空间	124
三、进入壁垒 / 退出机制	124
四、行业周期	125
第二节 行业竞争结构分析	127
一、现有企业间竞争	127
二、潜在进入者分析	128
三、替代品威胁分析	129

四、供应商议价能力 129

五、客户议价能力 130

第三节 行业国际竞争力比较 130第十章 2011-2013年人造板表面装饰板行业重点生产企业分析 132

第一节 大亚科技股份有限公司 132

一、企业简介 132

二、企业经营数据 132

三、企业产品分析 136

第二节 德华兔宝宝装饰新材股份有限公司 136

一、企业简介 136

二、企业经营数据 136

三、企业产品分析 140

第三节 山东晨鸣纸业集团股份有限公司 140

一、企业简介 140

二、企业经营数据 140

三、企业产品分析 144

第四节 湖北吉象人造林制品有限公司 144

一、企业简介 144

二、企业经营数据 145

三、企业产品分析 146

第五节 浙江金迪门业有限公司 147

一、企业简介 147

二、企业经营数据 147

三、企业产品分析 148

第六节 上海弥尔装饰材料制造有限公司 149

一、企业简介 149

二、企业经营数据 149

三、企业产品分析 151

第七节 四川升达林业产业股份有限公司 151

一、企业简介 151

二、企业经营数据 151

三、企业产品分析 155第十一章 2014-2019年人造板表面装饰板行业发展预测分析 156

第一节 2014-2019年中国人造板表面装饰板行业未来发展预测分析	156
一、中国人造板表面装饰板行业发展方向及投资机会分析	156
二、2014-2019年中国人造板表面装饰板行业发展规模分析	156
三、2014-2019年中国人造板表面装饰板行业发展趋势分析	157
第二节 2014-2019年中国人造板表面装饰板行业供需预测	158
一、2014-2019年中国人造板表面装饰板行业供给预测	158
二、2014-2019年中国人造板表面装饰板行业需求预测	158
第三节 2014-2019年中国人造板表面装饰板行业价格走势分析	159
第四节 2014-2019年中国人造板表面装饰板行业盈利水平分析	160
第十二章 2014-2019年中国人造板表面装饰板行业投资风险预警	161
第一节 2014-2019年中国人造板表面装饰板行业投资环境分析	161
第二节 中国人造板表面装饰板行业存在问题分析	161
第三节 中国人造板表面装饰板行业政策投资风险	164
一、政策和体制风险	164
二、技术发展风险	164
三、经营管理风险	165
四、供需波动风险	165
五、其他风险	166
第十三章 2014-2019年人造板表面装饰板行业投资机会与风险	167
第一节 经济形势给我国人造板表面装饰板企业带来的机遇分析	167
一、为享受调控政策带来机遇	167
二、为搞好战略转型带来机遇	167
三、为吸引国际投资带来机遇	168
四、为招聘高端人才带来机遇	168
五、为实施战略重组带来机遇	169
六、为降低制造成本带来机遇	169
第二节 经济形势下人造板表面装饰板行业发展机遇分析	170
一、经济形势为人造板表面装饰板企业提供了并购国外企业的机会	170
二、经济形势导致部分经营不善的人造板表面装饰板企业退出市场	170
三、经济形势中我国人造板表面装饰板企业发展机遇分析	171
第三节 人造板表面装饰板企业战略规划不确定性风险	171
一、客观事件的不确定性风险	171
二、市场的不确定性风险	172

三、行业发展的不确定性风险	172
四、技术发展的不确定性风险	172
五、战略规划者的主观不确定性风险	173
六、执行过程的不确定性风险	173
七、工具方法的局限性风险	174
八、战略规划系统的不确定性风险	174
第十四章 人造板表面装饰板行业发展战略研究	176
第一节 人造板表面装饰板行业发展战略研究	176
一、技术开发战略	176
二、产业战略规划	178
三、业务组合战略	178
四、营销战略规划	178
五、区域战略规划	180
六、企业信息化战略规划	180
第二节 人造板表面装饰板行业品牌战略分析	182
一、品牌的基本含义	182
二、品牌战略在企业发展中的重要性	183
三、人造板表面装饰板品牌的特性和作用	185
四、人造板表面装饰板品牌的价值战略	186
五、我国人造板表面装饰板品牌竞争趋势	189
六、人造板表面装饰板企业品牌发展战略	189
七、人造板表面装饰板行业品牌竞争策略	189
第三节 人造板表面装饰板企业经营管理策略	191
一、企业经营策略综述	191
二、企业产品经营策略	192
三、企业渠道经营策略	192
四、企业并购策略分析	193
五、当前形势下企业经营管理策略	195

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/L85043VPG7.html>