

2015-2020年中国强化木地板 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国强化木地板市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiancai1503/278029O9TP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-03-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国强化木地板市场监测及投资前景研究报告》共十五章。报告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、中国轻工业联合会、中国地板协会、全国及海外多种相关刊物的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际强化木地板行业市场发展状况、我国强化木地板行业的市场状况、强化木地板行业的供给与需求、强化木地板销售渠道等进行了深入的分析，并对主要的国际市场、我国主要地区强化木地板市场、强化木地板企业的应对策略等方面进行了探讨。结合新时期的各方面因素，对中国强化木地板行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，提出了可操作性创新建议，是强化木地板企业准确了解目前中国强化木地板行业发展动态，把握强化木地板行业现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。强化木地板自1995年前后进入我国市场，1997年开始国产。强化木地板是一种符合国家可持续发展战略的利国利民的绿色环保产品。它的主要原材料是速生小径木材等，产品采用高科技手段加工而成。2014年，我国地板生产企业销售量约3.99亿平方米，同比增长9.6%。其中强化木地板约2.38亿平方米，同比增长12.3%；2014年，我国木地板产量3.97亿m²，其中强化木地板2.35亿m²，总产值超过700亿元，生产量与消费量均居世界第一位。2014年我国木地板产销量达4.06亿平方米，总产值约760亿元。2014年我国强化木地板产销量约2.11亿平方米，同比下降10.2%。

我国强化木地板市场的发展前景乐观，主要有以下优势：政策优势。强化木地板符合国家可持续发展的资源政策，符合国家环境保护政策，符合世界性环保要求，国家相关产业政策支持力大。产品优势。强化木地板将继续以耐磨、美观、环保、防潮、阻燃、防蛀、安装便捷、易清洁护理、经济实用等诸多优点而获得更多消费者的青睐；强化木地板品质不断提高，产品更加艺术（装修效果图）化、个性化，更真实、美观，更轻巧，更环保，表面处理技术更趋先进和多样化，更能满足不同市场的需求。市场环境和市场营销优势。

经济的发展，人们的基本生活需求大部分都已经满足，根据马斯洛需求层次理论，当人的基本生活要求满足后，就会向更高层次方向发展，其中安全需要则是更高心理需求表现之一，消费者会变得非常重视自己的生存周围环境，越来越关注个人健康安全，强化木地板作为家居生活的一部分，安全健康是必须保证的，因此真正健康环保的绿色强化木地板在市场上永远都是会受欢迎的。随着人们的生活水平提高了，相应的消费要求也变得更高、更多，时尚化、个性化、多样化的强化木地板已经是时代发展的主流。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 强化木地板行业发展概述 1

第一节 强化木地板行业的概念 1

一、强化木地板行业的定义 1

二、强化木地板行业的特点 1

三、强化木地板行业的分类 2

第二节 强化木地板行业发展成熟度 3

一、行业发展周期分析 3

二、行业中外市场成熟度对比 3

三、行业及其主要子行业成熟度分析 4

第三节 强化木地板行业市场特征分析 5

一、市场规模 5

二、产业关联度 6

三、影响需求的关键因素 7

四、国内和国际市场 8

五、主要竞争因素 8

六、生命周期 10

第四节 强化木地板行业经营模式分析 10

一、生产模式 10

二、采购模式 11

三、销售模式 13

四、物流模式 15

第二章 全球强化木地板行业发展分析 16

第一节 世界强化木地板行业发展分析 16

一、2014年世界强化木地板行业发展分析 16

二、2014年世界强化木地板行业发展分析 16

三、2014年世界强化木地板行业发展分析 16

第二节 全球强化木地板行业市场分析 17

- 一、2014年全球强化木地板行业需求分析 17
- 二、2014年欧美强化木地板行业需求分析 18
- 第三节 2013-2014年主要国家或地区强化木地板行业发展分析 18
 - 一、2013-2014年美国强化木地板行业分析 18
 - 二、2013-2014年德国强化木地板行业分析 19
 - 三、2013-2014年欧洲强化木地板行业分析 20

第三章 我国强化木地板行业发展分析 21

第一节 中国强化木地板行业发展状况 21

- 一、2014年强化木地板行业发展状况分析 21
- 二、2014年中国强化木地板行业发展动态 22
- 三、2014年强化木地板行业经营业绩分析 24
- 四、碳晶强化木地板行业的发展概况 25

第二节 中国强化木地板行业市场供需状况 26

- 一、2014年中国强化木地板行业供给能力 26
- 二、2014年中国强化木地板行业市场供给分析 26
- 三、2014年中国强化木地板行业市场需求分析 26
- 四、2014年中国强化木地板行业产品价格分析 27

第三节 我国强化木地板行业市场分析 27

- 一、2014年上半年强化木地板行业市场分析 27
- 二、2014年下半年强化木地板行业市场分析 28
- 三、2014年上半年强化木地板行业市场分析 28
- 四、2014年强化木地板行业市场的走向分析 29

第四章 强化木地板行业产业经济运行分析 30

第一节 2013-2014年中国强化木地板行业产业工业总产值分析 30

- 一、2013-2014年中国强化木地板行业产业工业总产值分析 30
- 二、不同规模企业工业总产值分析 31
- 三、不同所有制企业工业总产值比较 32

第二节 2013-2014年中国强化木地板行业产业市场销售收入分析 36

- 一、2013-2014年中国强化木地板行业产业市场总销售收入分析 36
- 二、不同规模企业总销售收入分析 37

三、不同所有制企业总销售收入比较	38
第三节 2013-2014年中国强化木地板行业产业产品成本费用分析	42
一、2013-2014年中国强化木地板行业产业成本费用总额分析	42
二、不同规模企业销售成本比较分析	42
三、不同所有制企业销售成本比较分析	44
第四节 2013-2014年中国强化木地板行业产业利润总额分析	47
一、2013-2014年中国强化木地板行业产业利润总额分析	47
二、不同规模企业利润总额比较分析	48
三、不同所有制企业利润总额比较分析	49
第五章 我国强化木地板行业产业进出口分析	53
第一节 我国强化木地板行业产品进口分析	53
一、2014年进口总量分析	53
二、2014年进口结构分析	54
三、2014年进口区域分析	54
第二节 我国强化木地板行业产品出口分析	55
一、2014年出口总量分析	55
二、2014年出口结构分析	55
三、2014年出口区域分析	56
第三节 我国强化木地板行业产品进出口预测	56
一、2014年上半年进口分析	56
二、2014年上半年出口分析	57
三、2014年强化木地板行业进口预测	57
四、2014年强化木地板行业出口预测	59
第六章 强化木地板行业产业链分析	60
第一节 强化木地板行业产业链关联性分析	60
第二节 强化木地板行业产业链下游分析	62
一、房地产行业发展分析	62
二、商业写字楼市场发展分析	71
三、住宅区市场发展分析	74
第三节 强化木地板行业产业链上游分析	75

- 一、木材市场运营现状与价格分析 75
- 二、油漆市场运营现状与价格分析 94
- 三、胶粘剂市场运营现状与价格分析 97

第二部分 行业竞争格局

第七章 强化木地板行业竞争格局分析 107

第一节 行业竞争结构分析 107

- 一、现有企业间竞争 107
- 二、潜在进入者分析 109
- 三、替代品威胁分析 110
- 四、供应商议价能力 112
- 五、客户议价能力 113

第二节 行业集中度分析 114

- 一、市场集中度分析 114
- 二、企业集中度分析 115
- 三、区域集中度分析 115

第三节 行业国际竞争力比较 117

- 一、欧洲强化木地板市场竞争状况 117
- 二、北美强化木地板市场竞争状况 119
- 三、亚洲强化木地板市场竞争状况 120
- 四、南美强化木地板市场竞争状况 120

第四节 强化木地板行业主要企业竞争力分析 120

第五节 2013-2014年强化木地板行业竞争格局分析 123

- 一、2014年强化木地板行业竞争分析 123
- 二、2014年中外强化木地板行业产品竞争分析 125
- 三、2013-2014年国内外强化木地板行业竞争分析 126
- 四、2013-2014年我国强化木地板行业市场竞争分析 127
- 五、2013-2014年我国强化木地板行业市场集中度分析 128
- 六、2015-2020年国内主要强化木地板行业企业动向 130

第八章 强化木地板行业企业竞争策略分析 131

第一节 强化木地板行业市场竞争策略分析 131

一、2014年强化木地板行业市场增长潜力分析	131
二、2014年强化木地板行业主要潜力品种分析	133
三、现有强化木地板行业产品竞争策略分析	134
四、潜力强化木地板行业品种竞争策略选择	135
五、典型企业产品竞争策略分析	136
第二节 强化木地板行业企业竞争策略分析	139
一、“十二五”规划对强化木地板行业竞争格局的影响	139
二、“十二五”规划期间强化木地板行业竞争格局的变化	142
三、2015-2020年我国强化木地板行业市场竞争趋势	143
四、2015-2020年强化木地板行业竞争格局展望	144
五、2015-2020年强化木地板行业竞争策略分析	145
六、2015-2020年强化木地板行业企业竞争策略分析	172
第三节 强化木地板行业的营销策略分析	176
一、营销策略现状	176
二、营销策略发展趋势	177
三、行业环保产品技术的发展和理念的打造	179
第九章 强化木地板行业的优劣势对比	182
第一节 原材料方面的优劣势分析	182
一、优势分析	182
二、劣势分析	183
第二节 价格成本方面的优劣势分析	185
一、行业的价格相对低廉	185
二、不法商家低价恶性竞争	185
第三节 环保方面的优劣势分析	187
一、优势分析	187
二、劣势分析	189
第十章 主要强化木地板行业企业竞争分析	190
第一节 圣象集团	190
一、企业概况	190
二、竞争优势分析	192

三、2013-2014年经营状况	194
四、2015-2020年发展战略	196
第二节 菲林格尔木业（上海）有限公司	198
一、企业概况	198
二、竞争优势分析	199
三、技术状况	200
四、2015-2020年发展战略	200
第三节 升达林业	201
一、企业概况	201
二、竞争优势分析	202
三、2013-2014年经营状况	204
四、2015-2020年发展战略	205
第四节 西塞罗地板	206
一、企业概况	206
二、竞争优势分析	207
三、经营产品	207
四、2015-2020年发展战略	208
第五节 德尔集团	208
一、企业概况	208
二、竞争优势分析	209
三、2013-2014年经营状况	209
四、2015-2020年发展战略	210
第六节 生活家地板	211
一、企业概况	211
二、竞争优势分析	214
三、2013-2014年经营状况	215
四、2015-2020年发展战略	218
第七节 圣保罗木业有限公司	220
一、企业概况	220
二、竞争优势分析	222
三、2013-2014年经营状况	223
四、2015-2020年发展战略	223

第八节 吉象木业 225

一、企业概况 225

二、竞争优势分析 228

三、2013-2014年经营状况 229

四、2015-2020年发展战略 230

第九节 安徽扬子地板股份有限公司 232

一、企业概况 232

二、竞争优势分析 233

三、2013-2014年经营状况 234

四、2015-2020年发展战略 236

第十节 大自然家居(中国)有限公司 236

一、企业概况 236

二、竞争优势分析 238

三、2013-2014年经营状况 240

四、2015-2020年发展战略 243

第三部分 行业前景预测

第十一章 强化木地板行业发展趋势分析 247

第一节 2014年发展环境展望 247

一、2014年宏观经济形势展望 247

二、2014年政策走势及其影响 257

三、2014年国际经济走势展望 259

第二节 2014年强化木地板行业发展趋势分析 262

一、2014年技术发展趋势分析 262

二、2014年产品发展趋势分析 263

三、2014年行业竞争格局展望 265

第三节 2015-2020年中国强化木地板行业市场趋势分析 267

一、2013-2014年强化木地板行业市场趋势总结 267

二、2015-2020年强化木地板行业发展趋势分析 269

三、2015-2020年强化木地板行业市场发展空间 273

四、2015-2020年强化木地板行业产业政策趋向 274

五、2015-2020年强化木地板行业技术革新趋势 275

六、2015-2020年强化木地板行业价格走势分析 276

第十二章 未来强化木地板行业发展预测 278

第一节 未来强化木地板行业需求与消费预测 278

一、2015-2020年强化木地板行业产品消费预测 278

二、2015-2020年强化木地板行业市场规模预测 279

三、2015-2020年木地板行业总产值预测 279

四、2015-2020年木地板行业销售收入预测 280

第二节 2015-2020年中国强化木地板行业供需预测 280

一、2015-2020年中国强化木地板行业供给预测 280

二、2015-2020年中国强化木地板行业产量预测 281

三、2015-2020年中国强化木地板行业需求预测 281

四、2015-2020年中国强化木地板行业供需平衡预测 282

五、2015-2020年中国强化木地板行业产品价格预测 282

六、2015-2020年主要强化木地板行业产品进出口预测 283

第四部分 投资战略研究

第十三章 强化木地板行业投资现状分析 284

第一节 2014年强化木地板行业投资情况分析 284

一、2014年总体投资及结构 284

二、2014年森工投资规模情况 287

三、2014年南方智谷投资情况 290

四、2014年分行业投资分析 291

五、2014年南宁地区投资分析 292

六、近年来外商投资情况 293

第二节 2014年上半年强化木地板行业投资情况分析 293

一、2014年上半年总体投资及结构 293

二、2014年上半年投资机遇情况 294

三、2014年上半年秀屿投资情况 295

四、2014年上半年呼和浩特投资分析 296

五、2014年上半年圣象投资分析 296

六、2014年上半年满洲投资情况 297

第十四章 强化木地板行业投资发展环境分析 299

第一节 经济环境 299

一、宏观经济环境 299

二、行业经济环境 332

三、市场营销环境 333

第二节 政策环境 337

一、国家政策环境 337

二、各级地方政府政策环境 342

三、政府支持行业发展的具体行为 343

四、国际对中国强化木地板行业的政策与行为研究 343

第三节 技术环境 344

一、国内技术水平 344

二、行业工艺流程 346

三、国内技术发展的趋势 348

四、国际技术发展的趋势 349

第四节 社会人文环境 350

一、居民收入状况 350

二、居民消费水平 352

三、居民强化木地板行业消费占总消费的比例 353

四、居民的消费理念 353

五、居民对强化木地板行业的消费偏好 357

六、文化环境 358

第十五章 强化木地板行业投资机会与风险 361

第一节 行业活力系数比较及分析 361

一、2014年相关产业活力系数比较 361

二、2013-2014年行业活力系数分析 361

第二节 行业投资收益率比较及分析 362

一、2014年相关产业投资收益率比较 362

二、2013-2014年行业投资收益率分析 362

第三节 强化木地板行业投资效益分析 363

一、2013-2014年强化木地板行业投资状况分析	363
二、2015-2020年强化木地板行业投资效益分析	373
三、2015-2020年强化木地板行业投资趋势预测	374
四、2015-2020年强化木地板行业的投资方向	375
五、2015-2020年强化木地板行业投资的建议	377
六、新进入者应注意的障碍因素分析	379
第四节 影响强化木地板行业发展的主要因素	381
一、2015-2020年影响强化木地板行业运行的有利因素分析	381
二、2015-2020年影响强化木地板行业运行的稳定因素分析	381
三、2015-2020年影响强化木地板行业运行的不利因素分析	382
四、2015-2020年我国强化木地板行业发展面临的挑战分析	382
五、2015-2020年我国强化木地板行业发展面临的机遇分析	383
第五节 强化木地板行业投资风险及控制策略分析	384
一、2015-2020年强化木地板行业市场风险及控制策略	384
二、2015-2020年强化木地板行业政策风险及控制策略	385
三、2015-2020年强化木地板行业经营风险及控制策略	386
四、2015-2020年强化木地板行业技术风险及控制策略	387
五、2015-2020年强化木地板行业同业竞争风险及控制策略	389
六、2015-2020年强化木地板行业其他风险及控制策略	389
第十六章 行业投资战略研究	390
第一节 行业发展战略研究	390
一、战略综合规划	390
二、技术开发战略	392
三、业务组合战略	393
四、区域战略规划	395
五、产业战略规划	399
六、营销品牌战略	402
七、竞争战略规划	403
第二节 行业品牌的战略思考	406
一、企业品牌的重要性	406
二、强化木地板行业实施品牌战略的意义	407

三、强化木地板行业企业品牌的现状分析	408
四、我国强化木地板行业企业的品牌战略	410
五、强化木地板行业品牌战略管理的策略	412
第三节 行业投资战略研究	413
一、2014年强化木地板行业投资战略研究	413
二、2014年强化木地板行业投资战略研究	415
三、2015-2020年强化木地板行业投资形势	417
四、2015-2020年强化木地板行业投资战略	418

图表目录

图表：2014年全球强化木地板行业需求情况	17
图表：2014年全球强化木地板行业需求情况	18
图表：2014年德国地板行业总产值占比分析	20
图表：2013-2014年我国木地板和强化木地板销量对比	21
图表：2013-2014年我国木地板行业产量对比	24
图表：2013-2014年我国木地板行业产值情况	25
图表：2014年我国强化木地板供给情况	26
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业销售产值	30
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业大型企业销售产值	31
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业中型企业销售产值	31
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售产值	32
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业国有企业企业销售产值	32
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业集体企业销售产值	33
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业股份合作企业销售产值	33
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业股份制企业销售产值	34
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业私营企业销售产值	34
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售产值	35
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业其他企业销售产值	35
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业销售收入	36
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业大型企业销售收入	37
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业中型企业销售收入	37
图表：2014年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售收入	38

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业国有企业销售收入 38

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业集体企业销售收入 39

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业股份合作销售收入 39

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业股份制企业销售收入 40

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业私营企业销售收入 40

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业外商企业销售收入 41

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业其他企业销售收入 41

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业销售成本 42

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业大型企业销售成本 42

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业中型企业销售成本 43

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售成本 43

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业国有企业销售成本 44

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业集体企业销售成本 44

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业股份合作企业销售成本 45

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业股份制企业销售成本 45

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业私营企业销售成本 46

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业私营企业销售成本 46

图表：2014年我国强化木地板及人造板行业其他企业销售成本 47

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业销售利润 47

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业大型企业销售利润 48

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业中型企业销售利润 48

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售利润 49

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业国有企业销售利润 49

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业集体企业销售利润 50

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业股份合作企业销售利润 50

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业股份制企业销售利润 51

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业小型企业销售利润 51

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业外资企业销售利润 52

图表：2013-2014年我国强化木地板及人造板行业其他企业销售利润 52

图表：2014年我国强化木地板进口金额情况 53

图表：2014年我国木地板进口结构情况 54

图表：2014年我国强化木地板进口区域情况 54

图表：2014年我国强化木地板进口金额情况 55

图表：2014年我国木地板出口结构情况 55

图表：2014年我国强化木地板出口区域情况 56

图表：2014年上半年我国强化木地板进口金额情况 56

图表：2014年上半年我国强化木地板出口金额情况 57

图表：2014年我国强化木地板进口预测 59

图表：2014年我国强化木地板出口预测 59

图表：2013-2014年上半年我国房地产投资对比 62

图表：2013-2014年上半年我国分地区房地产投资对比 63

图表：2013-2014年上半年我国房地产开发企业房屋施工面积对比 64

图表：2014年上半年我国房地产投资额 66

图表：2014年上半年我国商品房销售面积情况 66

图表：2014年上半年我国商品房销售额 67

图表：2014年我国林业供给情况 76

图表：2014年我国林业供给情况 76

图表：2014年我国林产品对外贸易额情况 77

图表：2014年我国原木进出口情况 77

图表：2014年我国锯材进出口情况 78

图表：2014年我国胶合板、纤维板和刨花板进出口情况 78

图表：2014年我国木家具进出口情况 79

图表：2014年我国纸和纸制品进出口情况 79

图表：2014年我国林产品出口市场情况 80

图表：2014年我国林产品进口市场情况 80

图表：2014年我国林产品进出口情况 81

图表：2014年1-4月我国原木进口贸易方式占比情况 83

图表：2014年1-4月我国原木进口地区占比情况 83

图表：2014年1-4月我国原木进口企业占比情况 84

图表：2014年1-4月我国原木进口数量情况 84

图表：2014年1-4月我国重点省市原木进口数量情况 85

图表：2014年1-4月我国原木种类进口数量情况 85

图表：2013-2014年我国木材价格指数 92

图表：我国胶粘剂价格情况 106

图表：我国强化木地板区域分布情况 116

图表：2014年圣象集团盈利情况 196

图表：2014年圣象集团资产情况 196

图表：2013-2014年圣象全球一体化产业链规划 197

图表：圣象集团国际化战略 197

图表：圣象集团终极目标 197

图表：2014年升达林业产品构成业务收入情况 204

图表：2014年升达林业产品构成业务成本情况 204

图表：2014年升达林业地区构成业务收入情况 204

图表：2014年升达林业地区构成业务成本情况 205

图表：2014年大自然地板营业额情况 240

图表：2014年大自然地板税后盈利情况 240

图表：2014年大自然地板经营成本情况 241

图表：2014年大自然地板销售费用情况 241

图表：2014年大自然地板经营盈利情况 241

图表：2014年大自然地板流动资产情况 242

图表：2014年大自然地板流动负债情况 242

图表：2014年大自然地板净流动负债情况 242

图表：2014年大自然地板总资产情况 243

图表：2014年大自然地板总负债情况 243

图表：2015-2020年我国强化木地板消费预测 278

图表：2015-2020年我国强化木地板市场规模预测 279

图表：2015-2020年我国木地板总产值预测 279

图表：2015-2020年我国木地板总产值预测 280

图表：2015-2020年我国强化木地板供给预测 280

图表：2015-2020年我国强化木地板生产规模预测 281

图表：2015-2020年我国强化木地板需求预测 281

图表：2015-2020年我国强化木地板供需平衡预测 282

图表：2015-2020年我国强化木地板进口金额预测 283

图表：2015-2020年我国强化木地板出口金额预测 283

图表：2014年国内生产总值（GDP）初步核算情况 300

图表：2014年GDP环比增长速度 300

图表：2014年GDP环比增长速度 301

图表：2014年我国规模以上工业企业利润分析 301

图表：2013-2014年主要行业利润增长情况 302

图表：2014年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 302

图表：2014年各月累计每百元主营业务收入的成本与主营业务收入利润表 303

图表：2014年分经济类型主营业务收入与利润总额速度 304

图表：2014年12月规模以上工业企业账款情况 304

图表：固定资产投资（不含农户）同比增速 305

图表：2014年分产业投资情况 305

图表：东、中、西部地区投资相邻两月累计同比增速 306

图表：2014年分登记注册类型投资情况 306

图表：2014年分项目隶属关系投资情况 307

图表：2014年分施工和新开工项目投资情况 307

图表：2014年1-12月份固定资产投资到位资金同比增速 308

图表：2014年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据 308

图表：全国消费价格涨跌幅 310

图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况（2014年12月价格=100） 311

图表：鲜菜、鲜果价格变动情况（2014年12月价格=100） 311

图表：2014年1月份居民消费价格分类别同比涨跌幅 312

图表：2014年1月份居民价格分类别环比涨跌幅 313

图表：2014年1月居民消费价格主要数据 313

图表：2014年12月份社会消费品零售总额分月同比增长速度 315

图表：2014年12月我国城乡消费品零售额及增速情况 315

图表：2014年12月我国城乡消费品零售额及增速情况（按消费形态分） 316

图表：2014年12月份社会消费品零售总额主要数据 316

图表：2014年1-2月份社会消费品零售额分月同比增长速度 317

图表：2014年1-2月份社会消费品零售总额主要数据 318

图表：2014年城镇居民人均收入增长情况 319

图表：2014年我国城镇居民人均可支配收入 319

图表：2014年农村居民人均收入增长情况 320

图表：2014年我国农村居民人均可支配收入 320

图表：2014年我国农民工数量情况 321

图表：2014年居民消费价格指数 321

图表：2014年我国全国货物进出口情况 322

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度 322

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度 323

图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度 323

图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 324

图表：2014年我国规模以上企业增加值分析 324

图表：2014年我国社会零售消费品总额环比增速分析 325

图表：2014年我国固定资产环比增速分析 325

图表：2014年与2014年我国CPI走势分析 326

图表：2014年各月CPI预测 327

图表：2013-2014年我国外汇储备情况 328

图表：我国房地产投资与固定资产投资比较 329

图表：2014年制造业投资增速与固定资产投资比较 331

图表：2013-2014年农村居民纯收入及增长速度 351

图表：2013-2014年城镇居民纯收入及增长速度 351

图表：2013-2014年研究与试验发展经费支出情况 358

图表：2014年8月木地板行业股票走势 361

图表：2014年大自然木地板主要指标 361

图表：2013-2014年木地板投资收益情况 362

图表：2013-2014年木地板投资收益情况 362

2015-2020年中国餐饮配送服务行业分析及投资决策咨询报告

餐饮配送是指在经济合理区域范围内，根据客户要求，向消费者专门提供各种酒水、食品，而不需要客户提供设施及场地的食品配送行为。餐饮配送服务主要以外卖市场为主，随着餐饮行业竞争的加剧，越来越多的餐饮企业将重点放在了餐品的外送上。有数据显示，一些餐饮店通过网络销售的外卖销售额，甚至超过实体店。2014年年末至今，外卖行业显得格外热闹，互联网大佬们无疑看中了这块号称餐饮行业最后的蓝海——餐饮业电商化。

餐饮外卖市场的需求已经开始呈现上升趋势，外卖的确有可能成为餐饮业最后一块市场竞争的蓝海，而互联网的参与的必要性也可以预见，不过现今餐饮商家对互联网的接受程度还不是很高，第二真正去做好餐饮外卖的话还需要很多的人力物力，除了专业做外卖的餐饮企业，其他的餐企下定决心开发这块市场还需要一些缓冲时间，而另外，外卖市场的格局早就发

生了变化，因为一些餐企反应不及时，所有的一线城市都已经被“淘点点”这样的互联网平台外卖所占领，所以后下手的只能把市场竞争对象定在二三线城市，事实上每个城市的外卖需求都很大，只是没有合适有效的互联网平台合作，导致餐饮商家们的外卖之路还很艰难，没有一定的系统性，二三线城市的竞争还不是很强烈，有意向的餐企不妨好好占据市场。

2014年全国餐饮消费总额为4500亿元，2014年餐饮消费总额同比增长16.7%，达5250亿元。按照16%的餐饮年增幅，到2016年全国餐饮消费总额预计将达到7000亿元。而其中，餐饮配送在餐饮消费中占据重要地位，2014年全国餐饮配送服务市场规模达652亿元，截止2014年底，国内餐饮配送市场规模达750亿元。

本行业报告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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、餐饮配送服务行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国餐饮配送服务市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了餐饮配送服务前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对餐饮配送服务市场风险进行了预测，为餐饮配送服务生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在餐饮配送服务行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国餐饮配送服务行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 餐饮配送服务行业发展现状

第一章 餐饮配送服务行业发展综述

第一节 餐饮配送服务行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类

三、行业在国民经济中的地位

第二节 餐饮配送服务市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、主要竞争因素

四、生命周期

第三节 餐饮配送服务行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、行业产业链上游相关行业分析
- 三、行业下游产业链相关行业分析
- 四、上下游行业影响及风险提示

第二章 餐饮配送服务行业市场环境及影响分析

第一节 餐饮配送服务行业政治法律环境

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

- 一、餐饮配送服务产业社会环境
- 二、社会发展对行业的影响分析

第三章 国际餐饮配送服务行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球餐饮配送服务市场总体情况分析

- 一、全球餐饮配送服务行业的发展特点
- 二、2015-2020年全球餐饮配送服务行业发展分析

第二节 美国餐饮配送服务市场分析

- 一、美国餐饮配送服务行业发展概况
- 二、2015-2020年美国餐饮配送服务行业发展前景预测

第三节 欧洲餐饮配送服务市场分析

- 一、欧洲餐饮配送服务行业发展概况
- 二、2015-2020年欧洲餐饮配送服务行业发展前景预测

第四节 日本餐饮配送服务市场分析

- 一、日本餐饮配送服务行业发展概况
- 二、2015-2020年日本餐饮配送服务市场结构分析
- 三、2015-2020年日本餐饮配送服务行业发展前景预测

第二部分 餐饮配送服务行业深度分析

第四章 我国餐饮配送服务行业运行现状分析

第一节 我国餐饮配送服务行业发展状况分析

- 一、我国餐饮配送服务行业发展阶段
- 二、我国餐饮配送服务行业发展总体概况
- 三、我国餐饮配送服务行业发展特点分析
- 四、我国餐饮配送服务行业商业模式分析

第二节 2013-2014年餐饮配送服务行业发展现状

- 一、2013-2014年我国餐饮配送服务行业市场规模
- 二、2015-2014年我国餐饮配送服务行业发展分析

第三节 2013-2014年餐饮配送服务市场情况分析

- 一、2013-2014年中国餐饮配送服务市场总体概况
- 二、2013-2014年中国餐饮配送服务市场发展分析

第五章 我国餐饮配送服务行业整体运行指标分析

第一节 2015-2020年中国餐饮配送服务行业总体规模分析

- 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

第二节 2015-2020年中国餐饮配送服务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

第三节 2015-2020年中国餐饮配送服务公司运行发展分析

- 一、餐饮配送服务公司的发展规模
- 二、餐饮配送服务公司经营分析

第六章 2015-2020年我国餐饮配送服务市场供需形势分析

第一节 2015-2020年我国餐饮配送服务行业供给情况

- 一、我国餐饮配送服务行业供给分析

二、重点企业市场占有率

第二节 2015-2020年我国餐饮配送服务行业需求情况

一、餐饮配送服务行业需求市场

二、餐饮配送服务行业客户结构

第三节 餐饮配送服务市场应用及需求预测

一、餐饮配送服务应用市场总体需求分析

二、2015-2020年餐饮配送服务行业领域需求量预测

第七章 餐饮业市场分析及预测

第一节 中国餐饮业经营业态格局分析

第二节 中国正餐市场发展分析

一、中国正餐市场发展现状

二、中国正餐市场发展特征

三、中国正餐市场发展规模分析

四、中国正餐市场消费需求变化

五、中国正餐市场发展趋势分析

六、中国正餐市场发展前景

第三节 中国快餐市场发展分析

一、中国快餐市场发展现状

二、中国快餐市场发展特征

三、中国快餐市场竞争格局分析

四、西式快餐市场发展分析

五、中式快餐市场发展分析

六、快餐市场发展趋势及前景

第四节 火锅市场发展分析

一、火锅市场发展现状

二、火锅企业主要经营模式分析

三、国内火锅企业物流配送现状

四、目前火锅市场亟待解决的问题

五、解决行业薄弱环节的对策建议

六、火锅市场发展趋势及前景分析

第五节 休闲餐饮市场发展分析

- 一、休闲餐饮的概念界定
- 二、美国休闲餐饮市场发展概况
- 三、中国休闲餐饮市场发展现状
- 四、中国休闲餐饮市场发展前景

第八章 我国餐饮配送服务不同规模市场分析及预测

第一节 特大型餐馆配送服务市场分析

- 一、特大型餐馆配送服务市场现状分析
- 二、特大型餐馆配送服务市场需求结构分析
- 三、特大型餐馆配送服务市场发展前景预测

第二节 大型餐馆配送服务市场分析

- 一、大型餐馆配送服务市场现状分析
- 二、大型餐馆配送服务市场需求结构分析
- 三、大型餐馆配送服务市场发展前景预测

第三节 中型餐馆配送服务市场分析

- 一、中型餐馆配送服务市场现状分析
- 二、中型餐馆配送服务市场需求结构分析
- 三、中型餐馆配送服务市场发展前景预测

第四节 小型餐馆配送服务市场分析

- 一、小型餐馆配送服务市场现状分析
- 二、小型餐馆配送服务市场需求结构分析
- 三、小型餐馆配送服务市场发展前景预测

第九章 我国餐饮配送服务不同类型市场分析及预测

第一节 企业餐饮配送服务市场分析

- 一、企业餐饮配送服务市场发展概况
- 二、企业餐饮配送服务市场供需形势分析
- 三、企业餐饮配送服务市场竞争优劣势分析
- 四、企业餐饮配送服务市场发展前景预测

第二节 学校餐饮配送服务市场分析

- 一、学校餐饮配送服务市场发展概况
- 二、学校餐饮配送服务市场供需形势分析

三、学校餐饮配送服务市场竞争优劣势分析

四、学校餐饮配送服务市场发展前景预测

第三节 机关单位餐饮配送服务市场分析

一、机关单位餐饮配送服务市场发展概况

二、机关单位餐饮配送服务市场供需形势分析

三、机关单位餐饮配送服务市场发展前景预测

第四节 工业厂区餐饮配送服务市场分析

第十章 餐饮配送服务行业区域市场分析

第一节 北京餐饮配送服务市场分析

一、北京餐饮配送服务市场规模分析

二、北京餐饮配送服务市场竞争现状分析

三、北京餐饮配送服务市场需求特征分析

四、北京餐饮配送服务市场发展前景预测

第二节 上海餐饮配送服务市场分析

一、上海餐饮配送服务市场规模分析

二、上海餐饮配送服务市场竞争现状分析

三、上海餐饮配送服务市场需求特征分析

四、上海餐饮配送服务市场发展前景预测

第三节 天津餐饮配送服务市场分析

一、天津餐饮配送服务市场规模分析

二、天津餐饮配送服务市场竞争现状分析

三、天津餐饮配送服务市场需求特征分析

四、天津餐饮配送服务市场发展前景预测

第四节 深圳餐饮配送服务市场分析

一、深圳餐饮配送服务市场规模分析

二、深圳餐饮配送服务市场竞争现状分析

三、深圳餐饮配送服务市场需求特征分析

四、深圳餐饮配送服务市场发展前景预测

第五节 重庆餐饮配送服务市场分析

一、重庆餐饮配送服务市场规模分析

二、重庆餐饮配送服务市场需求特征分析

三、重庆餐饮配送服务市场发展前景预测

第六节 广州餐饮配送服务市场分析

一、广州餐饮配送服务市场规模分析

二、广州餐饮配送服务市场竞争现状分析

三、广州餐饮配送服务市场需求特征分析

四、广州餐饮配送服务市场发展前景预测

第七节 成都餐饮配送服务市场分析

一、成都餐饮配送服务市场规模分析

二、成都餐饮配送服务市场竞争现状分析

三、成都餐饮配送服务市场需求特征分析

四、成都餐饮配送服务市场发展前景预测

第八节 武汉餐饮配送服务市场分析

一、武汉餐饮配送服务市场规模分析

二、武汉餐饮配送服务市场竞争现状分析

三、武汉餐饮配送服务市场需求特征分析

四、武汉餐饮配送服务市场发展前景预测

第三部分 餐饮配送服务行业竞争格局分析

第十一章 2015-2020年餐饮配送服务行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳市大工业区食品配送服务有限公司

一、企业发展概况

二、企业营销渠道及分布

三、企业经营情况分析

四、企业最新发展动态

五、企业未来发展战略

第二节 上海洁佳餐饮配送有限公司

一、企业发展概况

二、企业营销渠道及分布

三、企业经营情况分析

八、企业未来发展战略

第三节 厦门市小马驹餐饮管理有限公司

一、企业发展概况

二、企业营销渠道及分布

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业最新发展动态

第四节 上海味硕餐饮配送服务有限公司

第五节 广州康惠餐饮配送管理服务有限公司

第六节 深圳市滋儿餐饮配送服务有限公司

第七节 深圳市佳康餐饮服务有限公司

一、企业发展概况

二、企业营销渠道及分布

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第八节 广州中味餐饮服务有限公司

一、企业发展概况

二、企业营销渠道及分布

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展战略

第九节 九橙（上海）餐饮服务有限公司

第十节 华天凯丰餐饮服务公司

第四部分 餐饮配送服务行业发展前景

第十二章 2015-2020年餐饮配送服务行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年餐饮配送服务市场发展前景

一、2015-2020年餐饮配送服务市场发展潜力

二、2015-2020年餐饮配送服务市场前景展望

第二节 2015-2020年餐饮配送服务市场发展趋势预测

一、2015-2020年餐饮配送服务行业发展趋势

二、2015-2020年餐饮配送服务市场规模预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

第十三章 2015-2020年餐饮配送服务行业投资及风险分析

第一节 餐饮配送服务行业投资特性分析

一、餐饮配送服务行业进入壁垒分析

二、餐饮配送服务行业盈利因素分析

三、餐饮配送服务行业盈利模式分析

第二节 2015-2020年餐饮配送服务行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2015-2020年餐饮配送服务行业投资机会

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、餐饮配送服务行业投资机遇

第四节 2015-2020年餐饮配送服务行业投资风险及防范

一、政策和体制风险

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、环境保护风险

六、企业风险及防范

七、其他风险及防范

第十四章 2015-2020年餐饮配送服务行业面临的困境及对策

第一节 2015-2020年餐饮配送服务行业面临的困境

第二节 餐饮配送服务企业面临的困境及对策

一、重点餐饮配送服务企业面临的困境及对策

二、中小餐饮配送服务企业发展困境及策略分析

三、国内餐饮配送服务企业的出路分析

第三节 中国餐饮配送服务行业存在的问题及对策

一、中国餐饮配送服务行业存在的问题

二、餐饮配送服务行业发展的建议对策

第四节 中国餐饮配送服务市场发展面临的挑战与对策

第十五章 博思数据关于餐饮配送服务行业发展战略研究

第一节 餐饮配送服务行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、竞争战略规划
- 七、企业信息化战略规划

第二节 高端报告库对我国餐饮配送服务品牌的战略思考

- 一、餐饮配送服务企业品牌的重要性
- 二、餐饮配送服务企业实施品牌战略的意义
- 三、我国餐饮配送服务企业的品牌战略
- 四、餐饮配送服务企业品牌战略管理的策略

第三节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 四、重点客户管理功能

第四节 集成建筑企业投资策略分析

- 一、产品定位策略
- 二、产品开发策略
- 三、渠道销售策略

第五节 餐饮配送服务行业投资战略研究

- 一、2014年餐饮配送服务行业投资战略
- 二、2015-2020年餐饮配送服务行业投资战略
- 三、2015-2020年细分行业投资战略

图表目录

图表：中国餐饮业发展状况

图表：2008-2015年快递业产值

图表：中国餐饮行业主要政策

图表：2014年-2014Q3国内生产总值及增长速度

图表：2014年1-9月消费价格指数

图表：2014年1-9月工业品出产价格指数（PPI）

图表：2013-2014Q3中国居民人均收入实际增长速度

图表：2013-2014年中国居民恩格尔系数

图表：2013-2014Q3全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2013-2014Q3全社会固定资产投资增速

图表：2013-2014Q3房地产开发投资累计同比增速

图表：2013-2014Q3中国对外贸易进出口总额

图表：2014年末人口数及其构成

图表：2013-2014年全国餐饮消费总额

图表：2013-2014年餐饮配送市场规模

图表：2013-2014年中国餐饮行业O2O市场规模

图表：2013-2014年中国餐饮行业O2O市场餐饮配送规模

图表：2013-2014年中国餐饮配送服务行业规模以上企业数量

图表：2013-2014年中国餐饮配送服务行业从业人员

图表：2013-2014年中国餐饮配送服务行业资产规模

图表：2013-2014年中国餐饮配送服务行业营业利润率

图表：2013-2014年中国餐饮配送服务行业销售毛利率

图表：2013-2014年中国餐饮配送服务行业资产负债率

图表：2013-2014年中国餐饮配送服务行业应收账款周转率

图表：2013-2014年中国餐饮配送服务行业净资产增长率

图表：2013-2014年规模以上餐饮配送服务公司规模

图表：2013-2014年规模以上餐饮配送服务公司成本费用利润率分析

图表：2015-2020年餐饮配送服务行业需求预测

图表：中国餐饮业经营业态

图表：2013-2014年北京餐饮配送服务市场规模

图表：2013-2014年上海餐饮配送服务市场规模

图表：2013-2014年天津餐饮配送服务市场规模

图表：2013-2014年深圳餐饮配送服务市场规模

图表：2013-2014年重庆餐饮配送服务市场规模

图表：2013-2014年广州餐饮配送服务市场规模

图表：2013-2014年成都餐饮配送服务市场规模

图表：2013-2014年武汉餐饮配送服务市场规模

图表：2013-2014年深圳市大工业区食品配送服务有限公司营业额

图表：2013-2014年上海洁佳餐饮配送有限公司营业额

图表：厦门市小马驹餐饮管理有限公司人员结构图

图表：2013-2014年厦门市小马驹餐饮管理有限公司营业额

图表：2013-2014年上海味硕餐饮配送服务有限公司营业额

图表：2013-2014年广州康惠餐饮配送管理服务有限公司营业额

图表：2013-2014年深圳市滋儿餐饮配送服务有限公司营业额

图表：2015-2020年中国餐饮配送市场规模

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiancai1503/278029O9TP.html>