



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国人造板产业发展现状及市场监测报告

## 一、调研说明

《2017-2022年中国人造板产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/287473.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

人造板，以木材或其他非木材植物为原料，经一定机械加工分离成各种单元材料后，施加或不施加胶粘剂和其他添加剂胶合而成的板材或模压制品。主要包括胶合板、刨花（碎料）板和纤维板等三大类产品，其延伸产品和深加工产品达上百种。人造板的诞生，标志着木材加工现代化时期的开始，使过程从单纯改变木材形状发展到改善木材性质。这一发展，不但涉及全部木材加工工艺，需要吸收纺织、造纸等领域的技术，从而形成独立的加工工艺。

我国的人造板行业发展比较迅速，21世纪以来，我国人造板生产年均增长速度超过了20%，已成为世界人造板生产、消费和进出口贸易第一大国。我国人造板总产量逐年攀升，成绩可喜，但隐忧仍存。"木制品质量监督万里行&mdash;&mdash;直击人造板、木地板市场现状"大型公益调查活动发现6大问题终端：环保指标不过关，产品甲醛释放量超标、质量检测报告不规范，质检报告与产品不符甚至无质检报告、消费观念误区助长了低端产品的市场需求、市场监管衔接不畅、存在交叉失位现象，执法机制有待进一步完善，需企业自律加强监管提升行业水平。

2016年我国人造板行业必将展开较大规模的重组和结构调整。根据发改委颁发的《产业结构调整指导目录》，加速淘汰技术落后生产规模5万立方米以下的纤维板、刨花板生产线和1万立方米以下的胶合板企业、细木工板企业，行业转型升级步伐加快，信息化和个性化水平将快速提升，产品趋向更环保、多功能和个性化发展。据统计，截至2016年6月，规模以上人造板企业共4655家，平均资产规模5487万元，同比增长9.7%；平均收入规模6543万元，同比增长9.8%；资产负债率45.5%，同比下降2.5%；行业亏损面6.1%，同比下降17.2%。我国人造板产量

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。

报告目录：

### 第一章 人造板概述

#### 1.1 人造板定义及分类

##### 1.1.1 人造板定义

##### 1.1.2 人造板分类

- 1.1.3 人造板生产工艺
- 1.2 人造板相关知识简介
  - 1.2.1 人造板的鉴别
  - 1.2.2 人造板的弯曲加工法
  - 1.2.3 人造板新产品介绍
- 1.3 中国人造板标准概述
  - 1.3.1 我国人造板标准的分类
  - 1.3.2 我国人造板标准类型
  - 1.3.3 我国人造板标准的标龄
  - 1.3.4 中国人造板标准采标
- 1.4 人造板的甲醛问题分析
  - 1.4.1 甲醛相关问题概述
  - 1.4.2 甲醛释放问题的探析
  - 1.4.3 甲醛释放问题解决时应注意的事项

## 第二章 人造板行业市场特点概述

- 2.1 行业市场概况
  - 2.1.1 行业市场特点
  - 2.1.2 行业市场化程度
  - 2.1.3 行业利润水平及变动趋势
- 2.2 进入本行业的主要障碍
  - 2.2.1 制度性障碍
  - 2.2.2 资源性障碍
  - 2.2.3 管理障碍
  - 2.2.4 其他障碍
- 2.3 行业的周期性、区域性和季节性特征
  - 2.3.1 行业周期分析
  - 2.3.2 行业的区域性
  - 2.3.3 行业的季节性特征
- 2.4 行业与上下游行业的关联性
  - 2.4.1 行业产业链概述
  - 2.4.2 上游原材料情况

### 2.4.3 下游应用

- 1、家具
- 2、木地板
- 3、木门
- 4、建筑装饰

### 2.5 行业发展现状与趋势

- 2.5.1 原材料资源紧缺，价格上涨，局部地区已经制约了行业发展
- 2.5.2 企业总体数量多，单个企业平均规模小
- 2.5.3 市场需求不足，竞争更加激烈，效益下滑
- 2.5.4 产品质量合格率不高

## 第三章 2014-2016年中国人造板行业发展环境分析

### 3.1 人造板行业政治法律环境（P）

- 3.1.1 行业主管部门分析
- 3.1.2 行业监管体制分析
- 3.1.3 行业主要法律法规
- 3.1.4 行业相关发展规划

### 3.2 人造板行业经济环境分析（E）

- 3.2.1 宏观经济形势分析
- 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 3.3 人造板行业社会环境分析（S）

- 3.3.1 人造板产业社会环境
- 3.3.2 社会环境对行业的影响

### 3.4 人造板行业技术环境分析（T）

#### 3.4.1 人造板技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国人造板行业新技术研究

#### 3.4.2 人造板技术发展水平

- 1、中国人造板行业技术水平所处阶段
- 2、与国外人造板行业的技术差距

#### 3.4.3 行业主要技术发展趋势

#### 3.4.4 技术环境对行业的影响

## 第四章 全球人造板行业发展概述

### 4.1 2014-2016年全球人造板行业发展情况概述

#### 4.1.1 全球人造板行业发展现状

#### 4.1.2 全球人造板行业发展特征

#### 4.1.3 全球人造板行业市场规模

### 4.2 2014-2016年全球主要地区人造板行业发展状况

#### 4.2.1 欧洲人造板行业发展情况概述

#### 4.2.2 美国人造板行业发展情况概述

#### 4.2.3 日韩人造板行业发展情况概述

### 4.3 2017-2022年全球人造板行业发展前景预测

#### 4.3.1 全球人造板行业市场规模预测

#### 4.3.2 全球人造板行业发展前景分析

#### 4.3.3 全球人造板行业发展趋势分析

### 4.4 全球人造板行业重点企业发展动态分析

## 第五章 中国人造板行业发展概述

### 5.1 中国人造板行业发展状况分析

#### 5.1.1 中国人造板行业发展阶段

#### 5.1.2 中国人造板行业发展总体概况

#### 5.1.3 中国人造板行业发展特点分析

### 5.2 2014-2016年人造板行业发展现状

#### 5.2.1 2014-2016年中国人造板行业市场规模

#### 5.2.2 2014-2016年中国人造板行业发展分析

#### 5.2.3 2014-2016年中国人造板企业发展分析

### 5.3 2017-2022年中国人造板行业面临的困境及对策

#### 5.3.1 中国人造板行业面临的困境及对策

##### 1、中国人造板行业面临困境

##### 2、中国人造板行业对策探讨

#### 5.3.2 中国人造板企业发展困境及策略分析

##### 1、中国人造板企业面临的困境

##### 2、中国人造板企业的对策探讨

### 5.3.3 国内人造板企业的出路分析

## 第六章 中国人造板行业市场运行分析

### 6.1 2014-2016年中国人造板行业总体规模分析

#### 6.1.1 企业数量结构分析

#### 6.1.2 人员规模状况分析

#### 6.1.3 行业资产规模分析

#### 6.1.4 行业市场规模分析

### 6.2 2014-2016年中国人造板行业产销情况分析

#### 6.2.1 中国人造板行业工业总产值

#### 6.2.2 中国人造板行业工业销售产值

#### 6.2.3 中国人造板行业产销率

### 6.3 2014-2016年中国人造板行业市场供需分析

#### 6.3.1 中国人造板行业供给分析

#### 6.3.2 中国人造板行业需求分析

#### 6.3.3 中国人造板行业供需平衡

### 6.4 2014-2016年中国人造板行业财务指标总体分析

#### 6.4.1 行业盈利能力分析

#### 6.4.2 行业偿债能力分析

#### 6.4.3 行业营运能力分析

#### 6.4.4 行业发展能力分析

## 第七章 中国人造板行业细分市场分析

### 7.1 人造板行业细分市场概况

#### 7.1.1 市场细分充分程度

#### 7.1.2 市场细分发展趋势

#### 7.1.3 市场细分战略研究

#### 7.1.4 细分市场结构分析

### 7.2 胶合板

#### 7.2.1 市场发展现状概述

#### 7.2.2 行业市场规模分析

#### 7.2.3 行业市场需求分析

#### 7.2.4 产品市场潜力分析

### 7.3 纤维板

#### 7.3.1 市场发展现状概述

#### 7.3.2 行业市场规模分析

#### 7.3.3 行业市场需求分析

#### 7.3.4 产品市场潜力分析

### 7.4 刨花板

#### 7.4.1 市场发展现状概述

#### 7.4.2 行业市场规模分析

#### 7.4.3 行业市场需求分析

#### 7.4.4 产品市场潜力分析

### 7.5 建议

#### 7.5.1 细分市场研究结论

#### 7.5.2 细分市场建议

## 第八章 中国人造板行业上、下游产业链分析

### 8.1 人造板行业产业链概述

#### 8.1.1 产业链定义

#### 8.1.2 人造板行业产业链

### 8.2 人造板行业主要上游产业发展分析

#### 8.2.1 上游产业发展现状

#### 8.2.2 上游产业供给分析

#### 8.2.3 上游供给价格分析

#### 8.2.4 主要供给企业分析

### 8.3 人造板行业主要下游产业发展分析

#### 8.3.1 下游产业发展现状

#### 8.3.2 下游产业需求分析

#### 8.3.3 下游主要需求企业分析

#### 8.3.4 下游最具前景产品/行业分析

## 第九章 中国人造板行业市场竞争格局分析

### 9.1 中国人造板行业竞争格局分析



- 9.1.1 人造板行业区域分布格局
- 9.1.2 人造板行业企业规模格局
- 9.1.3 人造板行业企业性质格局
- 9.2 中国人造板行业竞争五力分析
  - 9.2.1 人造板行业上游议价能力
  - 9.2.2 人造板行业下游议价能力
  - 9.2.3 人造板行业新进入者威胁
  - 9.2.4 人造板行业替代产品威胁
  - 9.2.5 人造板行业现有企业竞争
- 9.3 中国人造板行业竞争SWOT分析
  - 9.3.1 人造板行业优势分析（S）
  - 9.3.2 人造板行业劣势分析（W）
  - 9.3.3 人造板行业机会分析（O）
  - 9.3.4 人造板行业威胁分析（T）
- 9.4 中国人造板行业投资兼并重组整合分析
  - 9.4.1 投资兼并重组现状
  - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国人造板行业重点企业竞争策略分析

## 第十章 中国人造板行业领先企业竞争力分析

- 10.1 大亚科技股份有限公司竞争力分析
  - 10.1.1 企业发展基本情况
  - 10.1.2 企业主要产品分析
  - 10.1.3 企业竞争优势分析
  - 10.1.4 企业经营状况分析
  - 10.1.5 企业最新发展动态
  - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 德华兔宝宝装饰新材股份有限公司竞争力分析
  - 10.2.1 企业发展基本情况
  - 10.2.2 企业主要产品分析
  - 10.2.3 企业竞争优势分析
  - 10.2.4 企业经营状况分析

- 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 广东威华股份有限公司竞争力分析
  - 10.3.1 企业发展基本情况
  - 10.3.2 企业主要产品分析
  - 10.3.3 企业竞争优势分析
  - 10.3.4 企业经营状况分析
  - 10.3.5 企业最新发展动态
  - 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 美克国际家具股份有限公司竞争力分析
  - 10.4.1 企业发展基本情况
  - 10.4.2 企业主要产品分析
  - 10.4.3 企业竞争优势分析
  - 10.4.4 企业经营状况分析
  - 10.4.5 企业最新发展动态
  - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 广东省宜华木业股份有限公司竞争力分析
  - 10.5.1 企业发展基本情况
  - 10.5.2 企业主要产品分析
  - 10.5.3 企业竞争优势分析
  - 10.5.4 企业经营状况分析
  - 10.5.5 企业最新发展动态
  - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 广西丰林木业集团股份有限公司竞争力分析
  - 10.6.1 企业发展基本情况
  - 10.6.2 企业主要产品分析
  - 10.6.3 企业竞争优势分析
  - 10.6.4 企业经营状况分析
  - 10.6.5 企业最新发展动态
  - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 德尔国际家居股份有限公司竞争力分析
  - 10.7.1 企业发展基本情况

- 10.7.2 企业主要产品分析
- 10.7.3 企业竞争优势分析
- 10.7.4 企业经营状况分析
- 10.7.5 企业最新发展动态
- 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 江苏胜阳实业股份有限公司竞争力分析
- 10.8.1 企业发展基本情况
- 10.8.2 企业主要产品分析
- 10.8.3 企业竞争优势分析
- 10.8.4 企业经营状况分析
- 10.8.5 企业最新发展动态
- 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 温州木材集团公司竞争力分析
- 10.9.1 企业发展基本情况
- 10.9.2 企业主要产品分析
- 10.9.3 企业竞争优势分析
- 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.9.5 企业最新发展动态
- 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 鲁丽集团有限公司竞争力分析
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

## 第十一章 2017-2022年中国人造板行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2017-2022年中国人造板市场发展前景
- 11.1.1 大规模保障性住房建设促进人造板市场需求快速增长
- 11.1.2 城市化建设进程为人造板行业提供广阔的发展空间
- 11.1.3 农村市场消费增长潜力大

- 11.1.4 城市化建设进程为人造板行业提供广阔的发展空间
- 11.1.5 农村市场消费增长潜力大
- 11.2 2017-2022年中国人造板市场发展趋势
  - 11.2.1 行业整合势在必行，行业集中度逐步提升
  - 11.2.2 技术进步促进产品结构优化升级，产品应用领域不断扩大
  - 11.2.3 消费者对人造板环保、安全的要求日趋严格
  - 11.2.4 向"林板一体化"方向发展
- 11.3 2017-2022年中国人造板行业供需预测
  - 11.3.1 2017-2022年中国人造板行业供给预测
  - 11.3.2 2017-2022年中国人造板行业需求预测
  - 11.3.3 2017-2022年中国人造板供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
  - 11.4.1 行业发展有利因素与不利因素
  - 11.4.2 市场整合成长趋势
  - 11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 11.4.4 企业区域市场拓展的趋势
  - 11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展
  - 11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2017-2022年中国人造板行业投资前景

- 12.1 人造板行业投资现状分析
  - 12.1.1 人造板行业投资规模分析
  - 12.1.2 人造板行业投资资金来源构成
  - 12.1.3 人造板行业投资项目建设分析
  - 12.1.4 人造板行业投资资金用途分析
  - 12.1.5 人造板行业投资主体构成分析
- 12.2 人造板行业投资特性分析
  - 12.2.1 人造板行业进入壁垒分析
  - 12.2.2 人造板行业盈利模式分析
  - 12.2.3 人造板行业盈利因素分析
- 12.3 人造板行业投资机会分析
  - 12.3.1 产业链投资机会

- 12.3.2 细分市场投资机会
- 12.3.3 重点区域投资机会
- 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 人造板行业投资风险分析
  - 12.4.1 人造板行业政策风险
  - 12.4.2 宏观经济风险
  - 12.4.3 市场竞争风险
  - 12.4.4 关联产业风险
  - 12.4.5 产品结构风险
  - 12.4.6 技术研发风险
  - 12.4.7 其他投资风险
- 12.5 人造板行业投资潜力与建议
  - 12.5.1 人造板行业投资潜力分析
  - 12.5.2 人造板行业最新投资动态
  - 12.5.3 人造板行业投资机会与建议

## 第十三章 2017-2022年中国人造板企业投资战略与客户策略分析

- 13.1 人造板企业发展战略规划背景意义
  - 13.1.1 企业转型升级的需要
  - 13.1.2 企业做大做强的需要
  - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 人造板企业战略规划制定依据
  - 13.2.1 国家政策支持
  - 13.2.2 行业发展规律
  - 13.2.3 企业资源与能力
  - 13.2.4 可预期的战略定位
- 13.3 人造板企业战略规划策略分析
  - 13.3.1 战略综合规划
  - 13.3.2 技术开发战略
  - 13.3.3 区域战略规划
  - 13.3.4 产业战略规划
  - 13.3.5 营销品牌战略

### 13.3.6 竞争战略规划

## 13.4 人造板中小企业发展战略研究

### 13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

### 13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

## 第十四章 研究结论及建议

### 14.1 研究结论

### 14.2 建议

#### 14.2.1 行业发展策略建议

#### 14.2.2 行业投资方向建议

#### 14.2.3 行业投资方式建议

### 图表目录：

图表：人造板行业特点

图表：人造板行业生命周期

图表：人造板行业产业链分析

图表：2014-2016年人造板行业市场规模分析

图表：2017-2022年人造板行业市场规模预测

图表：中国人造板行业盈利能力分析

图表：中国人造板行业运营能力分析

图表：中国人造板行业偿债能力分析

图表：中国人造板行业发展能力分析

图表：中国人造板行业经营效益分析

图表：2014-2016年人造板重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国人造板行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国人造板行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国人造板行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国人造板竞争力分析

图表：2017-2022年中国人造板产能预测

图表：2017-2022年中国人造板消费量预测

图表：2017-2022年中国人造板市场前景预测

图表：2017-2022年中国人造板市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国人造板发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287473.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数



名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。