

行業概況

本章節及本文件其他部分所載之某些資料及統計數字，來源於各級政府及其他公開可得之資料來源，以及弗若斯特沙利文編製之市場研究報告。我們相信該等資料及統計數字之來源為適當且可信，並在擷取及再製該等資料及統計數字時採取了合理謹慎之措施。我們亦未發現該等資料及統計數字在任何重大方面屬虛假或具誤導性，亦未發現有任何事實被遺漏而致使該等資料或統計數字在任何重大方面屬虛假或具誤導性。然而，本公司、獨家保薦人、[編纂]，或其任何董事、行政人員、僱員、代理人或顧問，並未對政府官方來源之資料及統計數字進行查證，故對該等來自政府官方來源資料及統計數字之準確性、公平性及完整性不作任何陳述。因此，投資者不應過度依賴來自政府官方來源之資料及統計數字。

行業資料來源

就本次[編纂]，我們已委聘弗若斯特沙利文，一家獨立市場研究顧問，對全球地板市場及全球PVC地板市場進行詳細分析，並編製本文件使用之報告。為此，我們同意支付顧問費用100,000美元，該費用我們認為與市價相符。

在彙編及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採用了下列假設：(i)全球社會、經濟及政治環境在2026年至2030年期間（「預測期間」）可能保持穩定；(ii)新興地區之購買力預期將適度上升，而已發展地區將穩定增長；及(iii)相關行業之主要驅動因素可能在預測期間推動市場發展。

除另有註明外，本節所載之所有數據及預測均取自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文在編製該報告時，基於詳盡之第一手研究（包括與若干主要業界參與者就全球地板市場、全球PVC地板市場及全球木地板市場之現況進行討論）及第二手研究（包括審閱公司報告、獨立研究報告及其自身研究資料庫之數據）。本公司董事確認，經合理審慎查核後，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場資訊並無出現任何足以重大改變、與該等資訊相抵觸或對該等資訊產生重大影響之情況。

全球地板市場概覽

地板定義

地板指安裝於建築物地面之功能性及裝飾性材料，主要用於住宅、商業及公共場所，以滿足耐用性、安全性、舒適性、美觀及易於維護之要求。按材料特性，地板大致可分為彈性地板、剛性地板及纖維地板三類。

- **彈性地板：**指具有柔韌性、彈性及回彈性之地板產品，具腳感舒適、降噪、防水、防污及易於維護等優點。廣泛應用於住宅及高人流公共場所，主要包括PVC地板、橡膠地板及油毯地板。其中，因其多用途、具成本效益及廣泛適用性，PVC地板為該類別之主要品種。

行業概況

- **PVC地板**：為彈性地板之主要產品類別。按產品形態及結構，可進一步劃分為卷材／片材型及片／條型產品；後者主要包括SPC、LVT及WPC地板。
- **剛性地板**指具有較高結構剛性、耐磨性、抗壓強度及耐用性的地板產品，為全球應用最廣之地板，主要包括木地板及瓷磚地板。
- **纖維地板**指以纖維或織物為表層之地板產品，通常具吸聲、腳感舒適及裝飾效果，主要以地毯為代表。

全球地板市場按類別之市場規模

近年來，全球地板市場在住宅建設、裝修及更換需求，以及商業與公共建築升級的推動下持續穩定成長。市場規模由2021年的約1,648億美元增至2025年的約1,963億美元，期間複合年增長率約為4.5%，並預計於2030年達至約2,411億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為4.2%。增長動力將持續來自城市化、既有建築翻新、商業空間升級及對耐用性更佳、設計更具彈性且易於維護之地板產品需求上升。

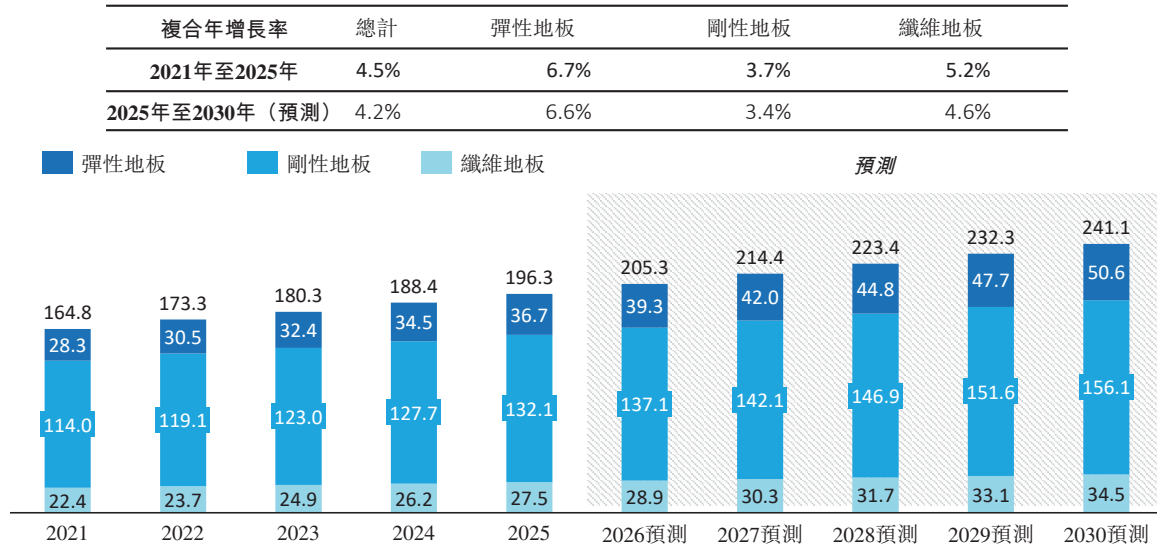
以PVC地板為主之彈性地板為成長最快速之類別，2021年至2025年之複合年增長率約為6.7%。其成長受益於安裝更便捷、出色之防水性能、較低之維護需求及適合裝修與更換情境等優勢。相較於剛性地板及纖維地板，彈性地板較符合易維護、防污及高人流應用之需求，因而透過部分替代傳統地板產品持續提高市佔率。全球彈性地板市場預計於2030年達約506億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為6.6%。

剛性地板仍為最大類別，主要由於瓷磚與木地板在主要市場之長期廣泛應用所支持。然而，該類別已進入相對成熟階段，增長主要來自更換需求及產品升級。全球剛性地板市場由2021年約1,140億美元增至2025年約1,321億美元，複合年增長率約為3.7%，預計於2025年至2030年期間以約3.4%的較慢複合年增長率持續成長。雖然木地板在北美及歐洲仍佔重要地位，瓷磚地板在亞太地區、中東及南歐之滲透率則較高。部分剛性地板產品亦在住宅翻新及輕型商用應用中面臨來自彈性地板之替代。

纖維地板之需求結構較為集中，北美及歐洲因既有之住宅偏好及商業使用模式，持續為核心市場。在新興市場，需求較為有限，主要集中於酒店業、高端商用空間及辦公室應用。全球纖維地板市場由2021年約224億美元增至2025年約275億美元，複合年增長率約為5.2%，預計於2030年達約345億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為4.6%。

行業概況

按類別劃分的全球地板市場
十億美元；2021年至2030年（預測）



註：市場規模指地板產品之零售總銷售額。
資料來源：弗若斯特沙利文分析與預測

全球PVC地板市場概覽

PVC地板定義

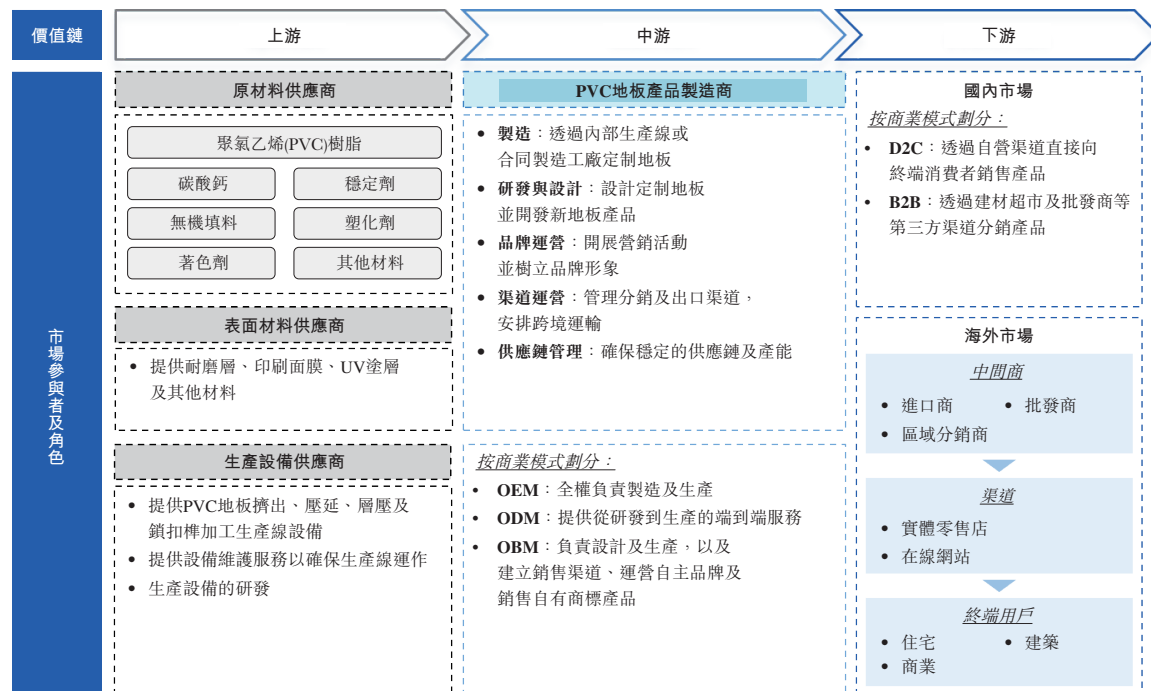
PVC地板為彈性地板中最具代表性之產品類型。PVC地板係以聚氯乙烯樹脂為主要原料，並摻以天然石粉、木粉、穩定劑、增塑劑及著色劑等添加劑製成之合成樹脂地板，製造流程包括配料、擠出、輥壓、熱壓、表面印刷、表面處理及裁切等。按結構與核心組成，PVC地板可主要分為三大類：

- **SPC（石塑複合）地板**：指以聚氯乙烯樹脂與天然石粉混合並經高密度擠出而成之剛性芯層PVC地板，特徵為尺寸穩定性高、耐水性強及結構剛性較高，適用於需較高穩定性與耐用性的場合。
- **LVT（高級乙烯基地磚）地板**：指以聚氯乙烯樹脂為主體之多層複合式PVC地板產品，通常由耐磨層、印花設計層及底層壓合而成，具良好柔韌性與腳感舒適性，廣泛應用於住宅及商業室內地板。
- **WPC（木塑複合）地板**：指以聚氯乙烯樹脂與木粉為芯層之PVC地板產品，兼具結構強度與較佳舒適性（包括較佳踏感與吸音表現），通常用於對舒適性要求較高之應用場景。

行業概況

PVC地板市場價值鏈

PVC地板產業具有完善的全球價值鏈，包含上游原材料及設備供應商、中游PVC地板製造商，以及下游分銷商、品牌商及最終用戶。各環節職能明確，並在供應、製造、生產、產品開發及市場進入方面密切相互依存。中國憑藉強大的製造能力、成本優勢及成熟之產業基礎設施，已成為全球最大的PVC地板生產基地。中國製造商在全球供應鏈中扮演核心角色，不僅透過大規模生產，亦藉由產品設計、研發及整合性解決方案服務之能力持續擴展。因此，領先製造商之營運模式已逐步由原始設備製造(OEM)向原始設計製造(ODM)轉型，並有若干行業參與者發展自有品牌及整合裝飾解決方案以強化市場地位。下列圖表說明全球產業價值鏈。



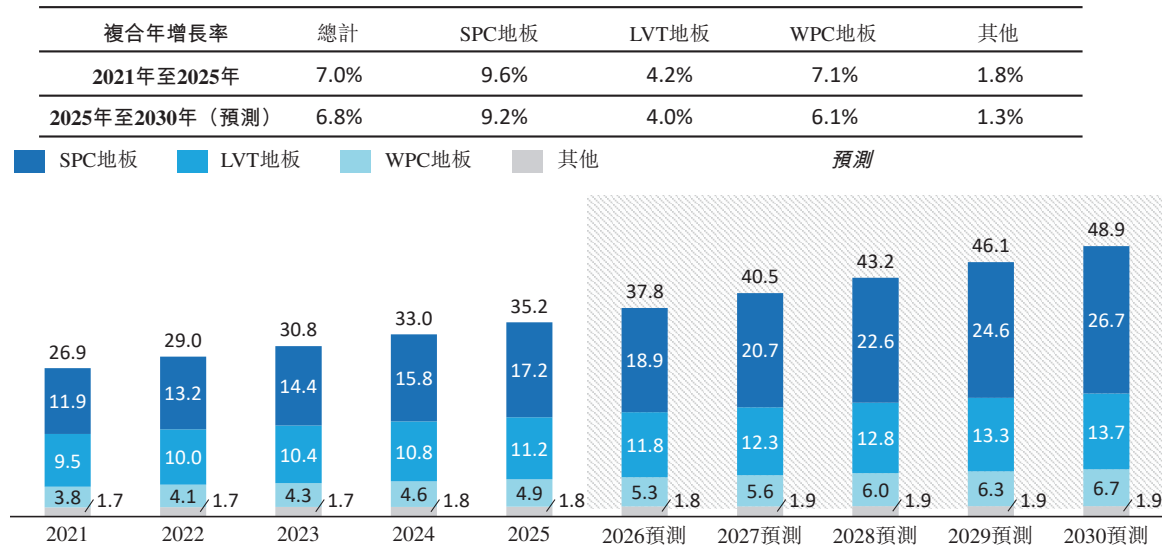
資料來源：弗若斯特沙利文分析

全球PVC地板市場按產品之市場規模

PVC地板為具備代表性的彈性地板產品，於2025年其市場規模約佔整體彈性地板市場之95.8%。在住宅裝修、商業升級及新建工程中彈性地板採用趨勢擴大，推動全球PVC地板市場持續穩定成長。市場規模由2021年約269億美元增至2025年約352億美元，期間複合年增長率約為7.0%，並預計於2030年達約489億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為6.8%。於該類別中，SPC地板已成為最大且成長最快之產品類別，而LVT及WPC則依其產品特性及客戶需求持續切入特定應用場景。

行業概況

按產品劃分的全球PVC地板市場
十億美元；2021年至2030年（預測）



註：市場規模指PVC地板產品之零售總銷售額。
資料來源：弗若斯特沙利文分析與預測

全球SPC地板市場在PVC地板類別中錄得最強勁之增長，於2025年達約172億美元，2021年至2025年複合年增長率約為9.6%。其增長受益於剛性芯層結構、尺寸穩定性、防水性能、抗衝擊性及卡扣安裝系統等優勢，適用於住宅翻新、商業空間及高人流應用。相較於傳統之柔性LVT，SPC通常具更高之剛性與穩定性；相較於WPC，SPC通常密度較高且具成本效益。裝飾膜、壓紋及表面處理技術之持續改良亦提升其視覺吸引力。基於上述優勢，SPC地板預期將繼續成為推動PVC地板市場之主要增長動力，全球市場預計於2030年達約267億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為9.2%。

全球WPC地板市場於PVC地板類別中持續滿足特定需求，尤以重視踏感舒適、厚度及吸音性能之住宅及酒店應用為主。其較柔軟之觸感及提高之舒適性，使其適用於公寓、酒店及特定中高端住宅場景。儘管SPC於大面積及高人流應用中增長較快，WPC在以舒適為導向之應用情境仍預期維持穩定需求。全球WPC地板市場預計於2030年達約67億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為6.1%。

全球LVT地板市場仍為PVC地板中重要且成熟的細分市場，受惠於既有分銷渠道、廣泛之消費者認知及龐大既有裝置基礎。由於其設計彈性、相對便捷之安裝及持續提升之產品性能，LVT於住宅及輕型商用應用中持續廣泛使用。儘管SPC在翻新及高人流場景快速擴張，LVT預期透過設計、表面處理及安裝技術之升級維持穩定需求。全球LVT地板市場預計於2030年達約137億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為4.0%。

行業概況

全球PVC地板市場按區域之市場規模

全球PVC地板市場於各區域呈現不同發展階段：成熟市場主要由翻新、更換及產品升級驅動；新興市場則受滲透率提升、新建及商業空間擴張支撐。

北美及歐洲均為成熟的PVC地板市場且滲透率相對較高，但其需求結構有所不同。北美需求主要受住宅翻新、更換需求、利於自行安裝(DIY)之施工特性及消費者對防水、低維護及具成本效益地板產品之偏好所支撐，商業應用亦提供穩定需求。北美PVC地板市場由2021年約113億美元增至2025年約156億美元，複合年增長率約為8.2%，預計於2030年達約229億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為8.0%。歐洲之需求較多與商業、公用及受規管之建築場景相關，並更重視環保合規、產品認證、防火安全、耐用性及全生命週期表現。因此，市場增長主要由翻新週期及較高規格要求所推動。歐洲PVC地板市場由2021年約91億美元增至2025年約109億美元，複合年增長率約為4.5%，預計於2030年達約134億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為4.2%。

亞太地區之PVC地板滲透率仍處於較早期階段，且由於基數較低及應用場景擴大，增速較快。該區市場於2021年至2025年期間之複合年增長率約為9.1%，預計於2030年達98億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為8.7%。該地區依靠中國、日本及韓國透過商業翻新、公共設施、租賃住房及特定住宅應用支持穩定需求，惟瓷磚與木地板於家庭市場仍被廣泛接受。東南亞則處於較早採用階段，成長主要由城市化、新建住宅、零售及酒店業擴張，以及對具成本效益且易於安裝之地板產品需求上升所推動。

北美地區PVC地板市場概覽

北美地區PVC地板市場按產品計之市場規模

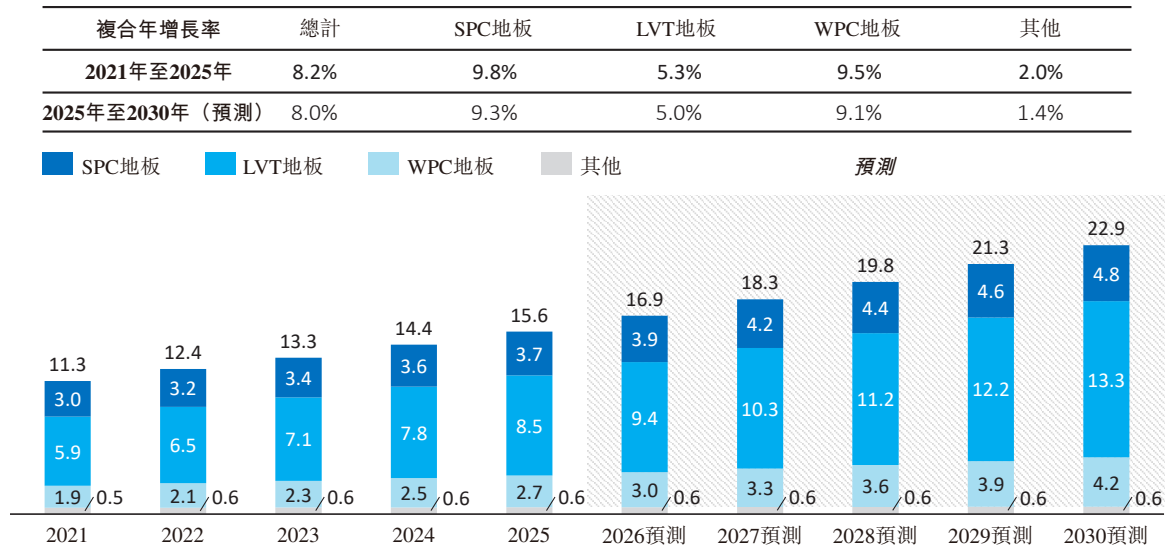
北美為全球最大且最成熟之PVC地板消費市場。與仍以初期滲透為主要增長動能之新興市場不同，北美市場已進入產品分化階段，需求日益由翻新需求、渠道效率、安裝便利性、整體安裝成本及對特定應用場景之適配性所決定。在此背景下，SPC地板已成為該區域PVC地板市場之主要增長動力。

SPC地板於北美之增長，主要因其與當地市場條件高度契合。住宅翻新與更換佔地板需求之重要比重，消費者及承包商普遍偏好易於安裝、施工干擾小及不需複雜地面找平之產品。SPC地板之剛性芯層結構及卡扣安裝系統正符合此等需求。此外，北美勞動成本相對較高且DIY文化成熟，使得安裝效率及較低之整體安裝成本成為重要購買考量。SPC地板亦滿足地下室、廚房、出租住房、多戶型公寓及輕型商用空間之功能需求，因該等場景重視防水性能、尺寸穩定性及抗壓痕能力。

行業概況

WPC地板在北美亦維持結構性需求。由於市場具有成熟之PVC地板消費基礎，終端用戶不僅以成本效益為唯一考量，亦重視舒適度、吸音表現及整體產品體驗。憑藉較厚之芯層結構及較柔軟之踏感，WPC地板仍適用於住宅翻新、公寓、酒店及特定中高端室內應用，特別是對舒適性及吸音有較高要求之場合。雖然SPC在大面積及高人流應用上具有較強優勢，WPC以舒適為導向之差異化特性持續支持其穩定需求。北美WPC地板市場預計於2030年達約42億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為9.1%。

北美按產品類別劃分之PVC地板市場
十億美元；2021年至2030年預測



註：市場規模指PVC地板產品之零售總銷售額。
資料來源：弗若斯特沙利文分析與預測

全球木地板市場概覽

木地板為剛性地板中最具代表性之類別之一，於全球廣泛應用。全球木地板市場自2021年至2025年以約4.0%之複合年增長率穩健成長，2025年市場規模約為524億美元。木地板以天然木材或木質材料製成，因其自然紋理、色差變化、觸感溫暖及提升住宅價值之感知，適用於客廳、臥室、酒店、辦公室及高檔零售空間。受消費者對自然及高品質室內材料之偏好支持，市場預計於2030年達約629億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為3.7%。

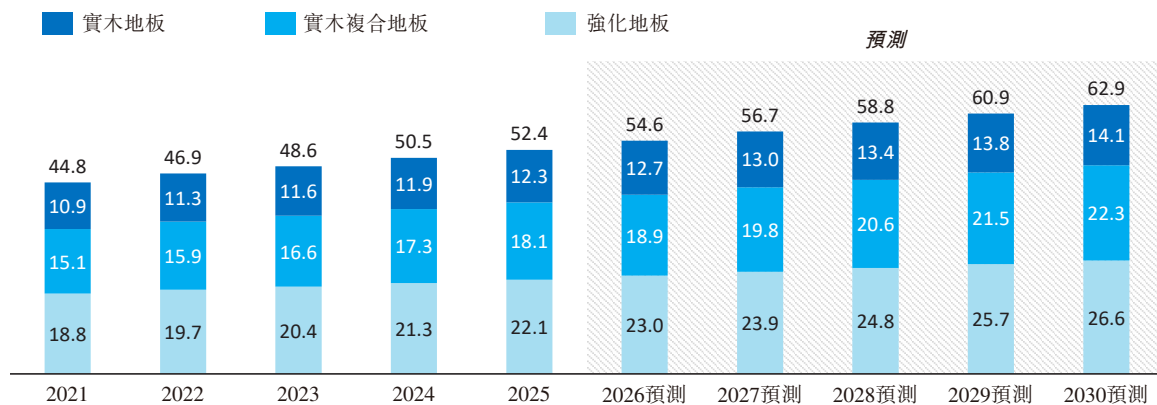
木地板通常包括實木地板、實木複合地板及強化地板，分別對應不同價位帶及應用場景。實木地板因其天然木材特性，通常定位於高端；實木複合地板以多層結構提供較佳尺寸穩定性；強化地板則已成為最大細分市場，於2025年約佔全球木地板市場42.1%，因其兼具仿木外觀、耐用性、安裝便利性及成本效益。

行業概況

強化地板適用於大眾市場之住宅翻新、出租住房、商業室內及需控制成本之大型工程。其裝飾層可呈現多樣化且一致性高之木紋設計，耐磨表層能抵抗日常刮痕、磨損及污漬。在此背景下，全球強化地板市場由2021年約188億美元增至2025年約221億美元，複合年增長率約為4.1%，並預計於2030年達約266億美元，2025年至2030年之複合年增長率約為3.8%。

全球木地板市場
十億美元；2021年至2030年預測

複合年增長率	總計	實木地板	實木複合地板	強化地板
2021年至2025年	4.0%	3.0%	4.6%	4.1%
2025年至2030年（預測）	3.7%	2.8%	4.3%	3.8%



備註：市場規模指木地板產品之零售總銷售額。
資料來源：弗若斯特沙利文分析與預測

競爭格局概覽

主要PVC地板製造商排名

於2025年，中國前五大PVC地板製造商之海外總收入約為人民幣126億元，約佔全球PVC地板市場之5.2%。本公司在該等製造商中排名第四，市佔率約為0.8%。

北美為當前全球最大之PVC地板消費市場，受成熟之住宅翻新需求、消費者對彈性地板產品之高度接受度及完善之零售與分銷渠道所支持。因此，北美為中國PVC地板製造商之主要出口目的地，亦是評估其國際競爭力之重要基準。於2025年，本公司按銷售收入於北美市場之PVC地板供應商中排名第二，PVC地板產品銷售收入為人民幣1,514.3百萬元，市佔率約為1.4%。

下表列示按2025年於北美銷售PVC地板產品收入計之中國主要PVC地板製造商排名：

行業概況

中國主要PVC地板製造商排名（2025年） 按於北美收入（人民幣百萬元）

排名	公司	收入 ⁽¹⁾	市佔率 ⁽²⁾
1.....	公司A ⁽³⁾	2,190.0	2.0%
2.....	本公司	1,514.3	1.4%
3.....	公司B ⁽⁴⁾	1,390.0	1.3%
4.....	公司C ⁽⁵⁾	1,320.0	1.2%
5.....	公司D ⁽⁶⁾	1,280.0	1.2%
前五大合計.....		7694.3	7.2%

備註：

⁽¹⁾ 收入指於北美地區之PVC地板產品銷售收入。

⁽²⁾ 百分比之分母為2025年北美地區PVC地板之零售銷售額，約為人民幣1,073億元。

⁽³⁾ 公司A為一家未上市之地板製造商，隸屬於一國際集團。該公司於2004年由歐洲人士創立，總部設於香港，主要從事彈性地板之研發與生產，產品組合涵蓋SPC、WPC及強化地板等，並運營全球供應鏈，服務北美、歐洲及亞洲之主要DIY零售商及分銷商。

⁽⁴⁾ 公司B為一家未上市之彈性地板製造商，成立於2002年，總部位於江蘇泰州。該公司主要從事PVC地板產品之製造及銷售，產品涵蓋LVT、SPC及WPC地板，並主要出口至包含北美與歐洲之海外市場。

⁽⁵⁾ 公司C為一家未上市之建材製造商，成立於2003年，總部位於江蘇丹陽。該公司主要從事地板及木門之研發與製造，產品組合涵蓋強化地板、實木複合地板及PVC地板，產品銷售至包括北美、歐洲及東南亞在內之30多個國家及地區。

⁽⁶⁾ 公司D為一家在深圳證券交易所上市的公司。成立於2003年，總部位於浙江湖州。該公司主要從事PVC地板產品的研發、製造及銷售，產品組合涵蓋LVT、SPC及WPC地板。近年來，該公司擴大了其產品組合以包括新型地板，如RPET地板，並主要向國際市場銷售其產品。

按北美PVC地板產品的銷售面積計，本公司於2025年排名第一，銷售面積約為26.3百萬平方米，市佔率約為1.7%。下表列示按2025年北美PVC地板產品銷售面積計的中國主要PVC地板製造商排名。

中國主要PVC地板製造商排名（2025年） 按於北美之銷售量（百萬平方米）

排名	公司	銷量 ⁽⁷⁾	市佔率 ⁽⁸⁾
1.....	本公司	26.3	1.7%
2.....	公司C	25.6	1.6%
3.....	公司A	23.3	1.5%
4.....	公司D	19.7	1.3%
5.....	公司E ⁽⁹⁾	19.1	1.2%
前五大合計.....		113.9	7.3%

備註：

⁽⁷⁾ 銷售量指於北美地區之PVC地板產品銷售面積。

⁽⁸⁾ 百分比之分母為2025年北美地區PVC地板產品之零售銷售面積，約為1,555.2百萬平方米。

⁽⁹⁾ 公司E為一家未上市之家居裝飾製造商，成立於2011年，總部位於浙江嘉興。該公司專注於生產環保型地板，產品組合涵蓋SPC、WPC及LVT地板，主要服務海外品牌商及零售商，在北美及歐洲具強勁之市場佔有率。

行業概況

於2025年，本公司按SPC地板產品之海外銷售收入排名第二，收入約為人民幣1,705.4百萬元，市佔率約為1.4%。同時，本公司按2025年於北美銷售之SPC地板產品銷售面積排名第一，約為23.8百萬平方米，市佔率約為2.7%。

中國主要PVC地板製造商排名（2025年） 按於北美之SPC地板產品銷售量（百萬平方米）

排名	公司	銷量 ⁽¹⁰⁾	市佔率 ⁽¹¹⁾
1.....	本公司	23.8	2.7%
2.....	公司A	20.7	2.4%
3.....	公司E	18.2	2.1%
4.....	公司F ⁽¹²⁾	16.4	1.9%
5.....	公司C	15.4	1.7%
前五大合計.....		94.5	10.7%

備註：

⁽¹⁰⁾ 銷售量指於北美地區之SPC地板產品銷售面積。

⁽¹¹⁾ 百分比之分母為2025年北美地區SPC地板市場之零售銷售面積，約為880.5百萬平方米。

⁽¹²⁾ 公司F為一家未上市之彈性地板製造商，成立於2000年，總部位於浙江湖州。該公司主要從事室內與戶外裝飾材料之研發與製造，產品組合涵蓋SPC地板、竹地板及其他地板材料，並主要銷售至全球市場。

繼全球及北美市場排名後，歐洲為另一重要區域PVC地板市場，其特徵為需求成熟、產品標準嚴格及客戶需求具差異化。本公司於2025年按於歐洲之PVC地板收入排名第五，市佔率約為0.4%。

木地板主要製造商排名

下表列示按2025年銷售強化地板產品產生的出口量計的中國主要木地板製造商排名。

中國強化地板產品出口的競爭格局在按銷量及收入衡量時保持一致。按銷售強化地板產品產生的出口收入計，本公司排名第一，於2025年的出口收入約為人民幣288.2百萬元，市場份額約為8.5%。

中國主要木地板製造商排名（2025年） 按強化地板出口銷售量（百萬平方米）

排名	公司	銷售量 ⁽¹³⁾	市佔率 ⁽¹⁴⁾
1.....	本公司	5.5	8.7%
2.....	公司G ⁽¹⁵⁾	2.4	3.8%
3.....	公司H ⁽¹⁶⁾	1.9	3.0%
4.....	公司I ⁽¹⁷⁾	0.9	1.4%
5.....	公司J ⁽¹⁸⁾	0.6	1.0%
前五大合計.....		11.2	17.9%

行業概況

備註：

(13) 銷售量代表強化地板產品的出口銷售面積。

(14) 百分比之分母為2025年中國強化地板產品之出口銷售面積，約為63.0百萬平方米。

(15) 公司G為一家未上市之木地板製造商，成立於2001年，總部位於浙江湖州。該公司主要從事地板產品之研發與製造，產品涵蓋實木、實木複合及強化地板，主要服務中國、北美及歐洲之廣泛分銷商網絡及工程客戶。

(16) 公司H為一家未上市之木地板製造商，成立於2006年，總部位於廣東中山。該公司主要從事高端地板之研發與製造，產品涵蓋實木複合及實木地板，並銷售予全球家居零售商及分銷商。

(17) 公司I為一家未上市之木地板製造商，成立於1997年，總部位於浙江嘉興。該公司主要生產高端多層實木複合地板，產品以多層實木複合地板為主，主要銷售至國際市場，服務北美及歐洲之主要品牌商及家居建材零售商。

(18) 公司J為一家未上市之木地板製造商，成立於1995年，總部位於吉林。該公司主要從事木製品之加工及製造，產品涵蓋實木複合地板及實木地板，並銷售於國內及海外市場。

全球PVC地板市場之成長驅動因素

- **區域性之房地產及翻新動態：**全球PVC地板市場受各區域不同之房產週期及建築需求所支持。在北美等成熟市場，老化之住宅存量及積極之住宅翻新持續推動更換需求，辦公室、零售、酒店及租賃物業之商業翻新亦進一步支持PVC地板之應用。於歐洲，綠色建築政策及提升能源效率之翻新計劃正加速既有住宅及商業建築之升級。於新興市場，需求則較多與新建、城市化及商業房地產擴張相關，尤以東南亞、中東及非洲為甚。上述各區域之動態合力支撐PVC地板之全球穩定需求。
- **PVC地板採用範圍擴大：**PVC地板於住宅及商業應用中之採用持續擴大，受其性能平衡、安裝效率、成本優勢及產品持續升級所驅動。相較於瓷磚，PVC地板重量較輕、安裝更便捷，較適合需較短安裝工期及較低人工成本之翻新工程；透過產品結構、底層及表面設計之改良，PVC地板亦提升了踏感舒適性、衝擊噪音抑制及設計彈性。相較於木地板，PVC地板具防水、尺寸穩定及較低維護需求等差異化優勢，適用於潮濕及高使用頻率之區域。相較於地毯，PVC地板更易清潔且耐污耐磨，因而適用於辦公室、零售店、酒店及公共設施。上述特性使PVC地板成為追求耐用、具成本效益且易於維護之地板方案之消費者及物業持有人日益青睞之選擇。
- **產品創新與性能提升：**持續之產品創新已提升PVC地板在結構穩定性、耐磨性、防水性、表面質感及安裝效率方面之競爭力。SPC地板作為代表性之產品升級，其剛性芯層結構相較於傳統之柔性LVT，通常提供更佳之尺寸穩定性、抗壓痕性及耐用性；與WPC相比，SPC通常密度較高且更為剛性，適用於重載及高人流應用，並同時具成本效益。此外，卡扣式安裝系統以及裝飾膜、壓紋與表面處理技術之改良，進一步提升PVC地板之功能性、外觀及安裝效率。

行業概況

- **以設計為主導之美學升級：**PVC地板之美學升級進一步促進其市場採用。隨著地板產品愈趨不僅為功能性材料，亦成為室內風格與消費者體驗之重要元素，製造商愈加重視表面質感、色調、圖案設計及整體視覺呈現。結合其功能性優勢，該等設計改良提升了PVC地板之裝飾價值及消費吸引力，支持其於住宅及商業空間之更廣泛應用。

全球PVC地板市場之進入壁壘

- **嚴格的客戶資格認定及供應商審核制度：**對於服務主要海外品牌商及零售商之ODM/OEM供應商而言，客戶之資格認定為主要進入壁壘。主要客戶通常對產品品質、環保合規、產能、交付可靠性、社會責任及管理體系進行嚴格審核。審核流程通常耗時且資源密集。一旦納入客戶供應鏈，供應商關係往往具黏性，因客戶重視穩定品質、可靠交付、合規記錄及共同研發能力。未具備既有資質及客戶信任之新進者，短期內難以進入成熟之採購體系。
- **技術研發與持續產品迭代：**PVC地板製造商須持續改進材料配方、結構設計及表面處理工藝，以提升產品性能並滿足細分應用需求。上述工作需穩定之研發投入、累積之製程技術與快速之產品迭代能力。此外，銷往不同市場之產品須符合各地之環保、安全及性能標準，增加技術升級之複雜性。缺乏持續研發能力及技術積累之公司，將難以維持競爭力。
- **規模化生產與全球交付能力：**PVC地板產業需具備大規模產能、自動化生產線、穩定原材料採購及健全的品質管控體系，以支援持續之全球供應。除生產規模外，企業尚需具備跨區域倉儲、物流及產能協調能力，以因應不同交付週期及貿易要求。因此，競爭不僅限於生產能力，亦取決於全球營運效率，對新進者形成資本與執行面之障礙。
- **品牌聲譽及分銷網絡屏障：**無論於工程項目或零售渠道，採購決策往往受供應商以往交付表現、品牌信譽及市場聲望之強烈影響。製造商通常需透過長期穩定供應、一致的產品品質及成功的項目執行建立客戶信任。既有的品牌形象及分銷夥伴關係難以模仿，新進者若無可驗證之往績及渠道關係，將面臨較長之市場切入週期。
- **服務能力及端到端客戶支援：**OEM/ODM PVC地板製造商日益由單純製造商轉型為為品牌商、零售商及分銷商提供端到端解決方案之合作夥伴。其服務範疇通常涵蓋產品開發、技術測試、回應市場趨勢、客戶溝通、項目協調、物流及倉儲支援。該等能力使製造商得以更深入參與客戶之產品規劃及供應鏈管理。缺乏項目經驗、整合性服務團隊及客戶協調機制之新進者，難以快速複製該等能力。

行業概況

全球PVC地板市場未來趨勢

- **朝向全球多區域產能佈局發展：**亞太地區，尤其中國，仍為全球最大之PVC地板生產基地，憑藉整合供應鏈、生產效率及累積之製造技術。然而，貿易摩擦、關稅不確定性、跨境運輸週期延長及客戶需求變化等因素，促使領先之中國製造商將產能擴展至中國以外地區。透過於具成本優勢之市場建立多區域產能佈局、改善基礎設施並靠近終端客戶，製造商可降低對單一生產基地之依賴、緩解政策與物流風險、優化生產與交付成本，並更迅速回應區域性需求。因此，海外產能擴張已成為領先PVC地板製造商提升供應鏈韌性及全球競爭力之重要趨勢。
- **向合規、低排放及重視室內健康之PVC地板產品轉型：**環保合規及室內健康考量於PVC地板市場日益重要。製造商須改良配方、降低揮發性有機物(VOC)排放、控制受限物質，並符合主要出口市場（尤以住宅、教育、醫療及酒店等場所使用之產品）之更嚴格品質與認證要求。領先製造商亦投資於更潔淨之生產流程、可回收材料及穩健之品質管制體系，以強化產品可靠性與法規符合性。故市場將傾向具備較強研發能力、製造紀律及國際認證經驗之供應商。
- **轉向靈活之供應鏈模式：**隨著海外採購模式愈趨多元與快速反應，靈活供應鏈能力對PVC地板製造商愈發重要。客戶愈來愈要求供應商能支援小批量訂單、多款式產品、較短交期及跨區域頻繁之產品調整。同時，產品在結構、厚度、卡扣系統、耐磨層、底層、表面紋理及裝飾效果等方面之持續迭代，要求製造商縮短打樣、測試及生產轉換週期。因此，製造商需強化靈活之生產排程、快速打樣、原料協調、庫存管理及訂單回應能力。此類靈活供應鏈模式預期將成為維持產品競爭力及客戶黏著度之重要基礎。
- **客製化產品策略：**客製化產品策略已成為PVC地板產業之重要發展趨勢，因製造商需回應各區域市場、銷售渠道及應用場景之差異化偏好。例如，北美客戶可能偏好寬板、大規格、自然木紋及暖色或淺色調；歐洲客戶則或更重視環保屬性、色調細緻性及與整體室內風格之協調。在新興市場，價格可負擔性、耐用性及易於維護或更為重要。此外，同一品牌商可能需為零售、電子商務、工程項目及分銷渠道提供不同之SKU組合。由於PVC地板兼具功能性及美學屬性，客製化產品可協助製造商實現場景特定之適配、強化產品差異化並提升定價能力。

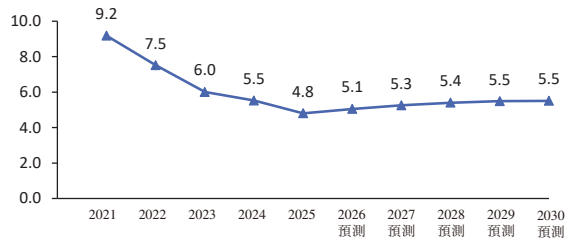
行業概況

原材料成本分析

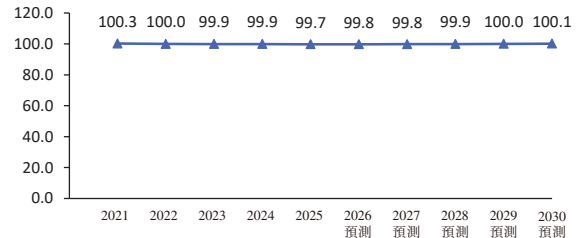
於2021年至2025年間，PVC平均價格持續下跌，從約人民幣9,200元／噸降至約人民幣4,800元／噸，主要受持續性產能過剩及全球地緣政治因素引致之原料成本崩跌所驅動。預計至2030年，PVC平均價格將回升至約人民幣5,500元／噸。

此外，木材價格整體相對穩定，木材加工及木、竹、藤、棕及稻草製品製造之生產者出廠價格指數(PPI)自2021年約100.3小幅降至2025年約99.7。

PVC 平均價格
人民幣千元／噸；2021–2030年預測



木材加工及木、竹、藤、棕及稻草製品製造業出廠價格指數 (PPI)
2021–2030年預測



資料來源：化工在線、國家統計局、弗若斯特沙利文分析與估算