

# 2016-2022年中国木门行业运营现状调查及十三五 投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国木门行业运营现状调查及十三五投资动向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/247615247615.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

木门是我国新兴木材加工行业的重要终端产品，广泛适用于民、商用建筑及住宅。近十年来，我国房地产业的高速发展和城镇化步伐的加快，为木门行业提供了极大的发展空间，与批量需求相适应，我国木门一改“木匠上门”手工制作的传统和产品单一实用的形象，迅速转入“规模化定制设计”、大规模工业化生产和产品由实用向装饰、环保综合发展的全新阶段，使我国几年间成为世界上最大的木门生产基地和消费市场。

经过十多年的高速发展，目前我国木门行业日趋成熟，企业管理、生产技术、产品质量显著提高，市场意识、品牌意识、服务意识明显增强。近万家生产企业集中分布在珠三角、长三角、环渤海地区和东北、西南、西北地区六大生产基地，从过去小规模作坊式生产，转变为今天大规模成品化、集成化、品牌化的发展，初步形成了中国木门产业化集群。

### 2015年我国木门行业区域集中度

资料来源：公开资料整理

随着以80后为代表的消费群体的崛起，我国木门市场的消费结构正在发生彻底性的改变，个性化、系列化、色彩化、艺术化正在左右这个群体的消费思想。他们不再执迷国外木门品牌，而是更多地看重木门产品与他们需求价值的匹配性。经过30多年的努力，中国的城镇化水平已经达到50%以上，中国广大农村的城镇化，首当其冲的是住宅的城镇化，他们需要的是高度性价比的木门品牌，这也是国内木门品牌的机会所在。

随着环保、健康理念的不断深入，人们对于门业的要求也越来越高，木门作为门业的一个子行业，通过稳定的质量、适中的价位，受到消费者的青睐，越来越多的地产商家开始进军木门产业。未来几年内，我国木门的市场需求量将大幅提升，木门行业将迎来黄金发展期。

中国报告网发布的《2016-2022年中国木门行业运营现状调查及十三五投资动向研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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 木门相关概述

#### 1.1 木门相关介绍

##### 1.1.1 木门的定义

##### 1.1.2 木门的分类

##### 1.1.3 木门的特点

#### 1.2 实木门概述

##### 1.2.1 实木门的概念

##### 1.2.2 实木门发展史简介

##### 1.2.3 实木门的主要材料

##### 1.2.4 实木门的特性

#### 1.3 实木复合门概述

##### 1.3.1 实木复合门介绍

##### 1.3.2 实木复合门的种类

##### 1.3.3 实木复合门的特点

##### 1.3.4 实木复合门材料的特点

### 第二章 2012-2015年中国木门行业发展分析

#### 2.1 中国木门业的发展

##### 2.1.1 中国木门行业发展综述

##### 2.1.2 中国木门业呈现新特征

##### 2.1.3 我国木门行业步入调整阶段

##### 2.1.4 木门行业“整体家居”发展缓慢

##### 2.1.5 木门行业面临大规模洗牌冲击

##### 2.1.6 转型升级成木门行业发展必然趋势

#### 2.2 2012-2015年中国木门行业发展状况

##### 2.2.1 2012年木门行业发展分析

##### 2.2.2 2012年木门企业发展分析

##### 2.2.3 2013年木门行业发展分析

##### 2.2.4 2014年上半年木门行业发展盘点

##### 2.2.5 2014年木门行业发展态势

#### 2.3 定制化木门发展状况

##### 2.3.1 定制家居理念深入木门行业

##### 2.3.2 定制木门市场发展迅猛

##### 2.3.3 定制产品满足木门行业消费需求

##### 2.3.4 定制木门市场的过热现象解析

2.3.5 定制木门市场面临的挑战分析

2.3.6 定制木门持续长远经营建议

2.4 中国木门行业标准化发展解析

2.4.1 木门行业实现标准化的重要性

2.4.2 标准化成为木门企业管理的核心

2.4.3 木门行业标准规范发布实施状况

2.4.4 木门产品价格标准化实施的阻碍

2.4.5 木门业标准化与定制化可兼容发展

2.4.6 标准化新式木门市场前景看好

第三章 2012-2015年中国木门市场分析

3.1 中国木门市场发展综述

3.1.1 我国木门市场需求分析

3.1.2 主流木门产品市场现状

3.1.3 我国木门出口市场分析

3.1.4 我国木门的形态分析

3.1.5 二三线木门市场存在空白

3.2 2012-2015年中国木门市场发展状况

3.2.1 2012年木门市场发展回顾

3.2.2 2013年木门市场逐步回暖

3.2.3 2014年木门市场的突出特点

3.3 木门市场消费分析

3.3.1 木门消费者市场调查分析

3.3.2 不同年龄群体木门消费特点

3.3.3 木门市场消费群体发生变化

3.3.4 2013年木门行业网络指数分析

3.3.5 木门消费者市场关注特征分析

3.3.6 中产消费者将成木门市场主导

3.3.7 木门企业需把握市场消费动向

3.4 木门企业区域市场拓展分析

3.4.1 二线市场木门企业转型对策

3.4.2 木门企业拓展二三线市场的建议

3.4.3 木门业拓展三四线城市的策略

3.4.4 木门企业开发农村市场的要点

3.4.5 木门业二三类品牌拓展乡镇市场的策略

3.4.6 木门业二线品牌地县市场前景广阔

## 第四章 2012-2015年中国木门行业进出口数据分析

### 4.1 2012-2015年6月主要贸易国木制门及其框架和门槛进出口情况分析

#### 4.1.1 2012-2015年6月木制门及其框架和门槛进口市场分析

#### 4.1.2 2012-2015年6月木制门及其框架和门槛出口市场分析

### 4.2 2012-2015年6月主要省份木制门及其框架和门槛进出口情况分析

#### 4.2.1 2012-2015年6月木制门及其框架和门槛进口市场分析

#### 4.2.2 2012-2015年6月木制门及其框架和门槛出口市场分析

## 第五章 2012-2015年中国木门行业面临的挑战与发展

### 5.1 中国木门业发展的问题

#### 5.1.1 我国木门行业存在的五大顽疾

#### 5.1.2 我国木门行业发展困境分析

#### 5.1.3 中国木门企业存在的三大不足

#### 5.1.4 我国木门市场的混乱局面剖析

#### 5.1.5 我国木门品牌发展的主要问题

#### 5.1.6 物流滞后制约我国木门业发展

### 5.2 中国木门业发展的对策

#### 5.2.1 木门企业应对困境的策略

#### 5.2.2 木门企业平稳发展的对策

#### 5.2.3 木门企业应进行三大变革

#### 5.2.4 木门行业转型升级发展建议

#### 5.2.5 木门企业产业链的整合思路

#### 5.2.6 木门企业定制化阶段品牌突围策略

### 5.3 中小型木门企业发展的的问题与对策

#### 5.3.1 制约中小木门企业开拓农村市场的因素

#### 5.3.2 中小型木门企业突破困境的对策

#### 5.3.3 中小木门企业转型策略分析

#### 5.3.4 中小木门企业发挥自身优势的措施

## 第六章 2012-2015年中国木门细分行业分析

### 6.1 实木门

#### 6.1.1 实木门市场发展现状

#### 6.1.2 原木门市场销售走俏

#### 6.1.3 实木门市场竞争态势分析

#### 6.1.4 2014年实木门市场行情分析

#### 6.1.5 原料紧缺下实木门出路探索

#### 6.1.6 实木门企业发展战略分析

## 6.2 实木复合门的发展

### 6.2.1 实木复合门应具备的元素

### 6.2.2 实木复合门行业发展状况

### 6.2.3 实木复合门迎来低碳环保机遇

### 6.2.4 实木复合门企业发展对策

### 6.2.5 实木复合门农村市场开拓思路

## 6.3 钢木门

### 6.3.1 钢木门国际市场倍受青睐

### 6.3.2 我国钢木门市场发展态势

### 6.3.3 钢木门行业竞争激烈

### 6.3.4 钢木门行业发展电子商务的优势

### 6.3.5 制约钢木门行业发展的因素

### 6.3.6 钢木门行业健康发展的对策

### 6.3.7 钢木门产业面临发展机遇

## 6.4 其他木门

### 6.4.1 强化木门发展状况

### 6.4.2 模压门市场前景看好

### 6.4.3 油漆木门企业崛起模式分析

## 第七章 2012-2015年中国木门行业区域发展分析

### 7.1 2012-2015年中国木门行业区域发展综述

#### 7.1.1 我国木门行业区域分布

#### 7.1.2 木门业重点区域发展优势

#### 7.1.3 区域木门品牌进军全国市场

#### 7.1.4 木门区域市场关键点分析

### 7.2 四川省木门业

#### 7.2.1 四川木门业发展的优势

#### 7.2.2 2013年四川木门品牌满意度分析

#### 7.2.3 2014年成都木门市场发展态势

#### 7.2.4 四川木门业营销策略解析

#### 7.2.5 四川木门企业提升竞争力的策略

#### 7.2.6 四川木门企业创新发展战略

### 7.3 重庆市木门业

#### 7.3.1 重庆木门行业发展环境分析

#### 7.3.2 重庆定制木门行业发展现状

#### 7.3.3 2014年重庆木门业推进标准化

7.3.4 制约重庆木门业发展的因素

7.3.5 重庆木门行业竞争战略分析

7.4 山东省木门业

7.4.1 山东省木门行业发展简况

7.4.2 东营市木门市场发展分析

7.4.3 日照市木门市场竞争激烈

7.5 其他区域

7.5.1 厦门木门行业发展状况

7.5.2 深圳木门业注重品牌建设

7.5.3 湖北省木门业发展现状

7.5.4 山西省木门企业发展经验借鉴

第八章 中国木门行业品牌分析

8.1 木门行业品牌建设重要性分析

8.1.1 木门行业品牌建设势在必行

8.1.2 国产木门品牌现状分析

8.1.3 木门企业品牌建设的必要性

8.1.4 木门品牌将集约化发展

8.2 木门行业品牌发展的问题

8.2.1 木门品牌建设存在的软肋

8.2.2 木门市场品牌效应亟待提高

8.2.3 木门品牌传播存在的问题

8.3 木门行业品牌发展策略

8.3.1 木门企业品牌打造策略

8.3.2 木门企业品牌运营策略

8.3.3 木门企业品牌推广策略

8.3.4 木门企业品牌建设策略分析

8.3.5 木门企业多品牌运作策略

8.4 木门区域性品牌发展策略分析

8.4.1 木门区域性品牌成功要素

8.4.2 木门区域品牌市场拓展策略

8.4.3 木门品牌区域市场发展驱动力

第九章 2012-2015年中国木门市场竞争分析

9.1 2012-2015年木门市场竞争现状

9.1.1 国内木门市场竞争格局

9.1.2 我国木门市场竞争激烈



9.1.3 中小木门品牌拓展三四线市场

9.1.4 海内外品牌争夺我国木门市场

9.1.5 木门市场竞争态势发生变化

9.1.6 木门市场恶性竞争现象严重

9.2 木门市场竞争策略分析

9.2.1 木门企业应对竞争的策略

9.2.2 提升木门企业核心竞争力的对策

9.2.3 差异化策略提升木门企业竞争力

9.2.4 木门企业区域市场竞争策略分析

9.3 木门市场未来竞争趋势

9.3.1 木门市场服务竞争将日趋激烈

9.3.2 未来木门行业走向高端化竞争

9.3.3 木门业将迎来集中竞争时代

第十章 2012-2015年中国木门市场渠道分析

10.1 2012-2015年木门市场渠道发展现状

10.1.1 我国木门销售渠道的发展蜕变

10.1.2 国内木门企业销售渠道下沉

10.1.3 渠道下沉引导木门业结构调整

10.1.4 木门行业主要渠道模式分析

10.1.5 弱势木门企业撤出大型家居卖场

10.1.6 高端木门市场独立渠道模式兴起

10.2 木门市场电商渠道分析

10.2.1 我国木门业电子商务发展现状

10.2.2 木门业电子商务OSO模式分析

10.2.3 木门企业微信营销渠道分析

10.2.4 团购成木门市场新型渠道

10.2.5 木门行业电商渠道变革趋势

10.3 木门企业经销商管理分析

10.3.1 木门企业正确选择经销商的重要性

10.3.2 国内木门市场经销商发展概况

10.3.3 木门企业更换经销商存在的障碍及对策

10.3.4 木门企业经销商管理策略

10.4 木门市场渠道发展存在的问题及对策

10.4.1 木门市场经营模式亟待转变

10.4.2 木门直销模式主要问题分析

10.4.3 木门企业渠道管理策略

10.4.4 木门企业终端渠道拓展策略

10.4.5 木门行业渠道多元化策略

第十一章 2012-2015年中国木门市场营销分析

11.1 木门市场营销综述

11.1.1 我国中小木门企业营销现状

11.1.2 我国木门市场营销呈现的特征

11.1.3 木门市场口碑营销分析

11.1.4 木门企业深度营销模式导入流程分析

11.1.5 木门企业实施跨界营销的原则分析

11.2 木门市场网络营销分析

11.2.1 网络营销对木门企业的影响

11.2.2 中小木门企业网络营销优势分析

11.2.3 木门企业网络营销模式分析

11.2.4 木门企业开展网络营销的步骤

11.2.5 木门企业网络营销应注意的问题

11.2.6 木门企业开展网络营销的障碍

11.2.7 木门市场网络营销策略分析

11.3 新媒体时代木门微营销分析

11.3.1 “全微营销”将成为木门行业营销的主流方式

11.3.2 木门企业微信营销逐步扩大

11.3.3 木门企业微信营销的技巧

11.3.4 木门企业微营销策略分析

11.4 木门企业营销案例分析

11.4.1 TATA木门网络营销

11.4.2 山西嘉艺木业营销理念分析

11.4.3 柯尚木门魅力营销

11.5 木门营销策略分析

11.5.1 木门企业市场营销计划的制度

11.5.2 木门企业需构建系统的营销体系

11.5.3 木门企业营销竞争力提升策略

11.5.4 木门企业营销创新策略

11.5.5 木门企业“饥饿营销”策略

11.5.6 中小木门企业营销需创新渠道和手段

11.5.7 木门企业营销要注重与消费者的关系

## 第十二章 2012-2015年木门行业重点企业分析

### 12.1 大自然家居（中国）有限公司

#### 12.1.1 公司简介

#### 12.1.2 2012年1-12月大自然家居经营状况分析

#### 12.1.3 2013年1-12月大自然家居经营状况分析

#### 12.1.4 世界首条“第五代定制”木门生产线落户大自然

#### 12.1.5 大自然木门成功之道

### 12.2 吴江市金丰木门厂

#### 12.2.1 公司简介

#### 12.2.2 金丰木门行业地位

#### 12.2.3 金丰木门成功发展的关键

### 12.3 浙江梦天木业有限公司

#### 12.3.1 公司简介

#### 12.3.2 梦天木门跻身行业前列

#### 12.3.3 梦天木门发展策略

### 12.4 广东润成创展木业有限公司

#### 12.4.1 公司简介

#### 12.4.2 润成创展最新发展成就

#### 12.4.3 润成创展可持续发展之道

### 12.5 北京闼闼饰佳工贸有限公司

#### 12.5.1 公司简介

#### 12.5.2 TATA木门发展历程

#### 12.5.3 TATA木门三大新品引领市场

### 12.6 华鹤集团有限公司

#### 12.6.1 公司简介

#### 12.6.2 华鹤集团取得新进展

#### 12.6.3 华鹤木门走特色化路线

#### 12.6.4 华鹤木门坚持绿色环保发展

## 第十三章 木门行业投资分析

### 13.1 木门行业投资环境及现状

#### 13.1.1 我国木门行业投资环境分析

#### 13.1.2 跨界投资成我国木门行业热点

#### 13.1.3 企业跨界投资木门业原因探析

### 13.2 木门行业投资机会分析

#### 13.2.1 木门市场面临投资机遇

- 13.2.2 木门三四线市场潜藏投资商机
- 13.2.3 新型城镇化下木门业的投资机遇
- 13.2.4 地铁交通的普及为木门发展带来新契机
- 13.3 木门行业投资风险及建议
  - 13.3.1 政策风险
  - 13.3.2 市场风险
  - 13.3.3 技术风险
  - 13.3.4 财务风险
  - 13.3.5 经营管理风险
  - 13.3.6 风险防范措施
- 第十四章 木门行业发展前景预测
  - 14.1 木门业发展前景及趋势分析
    - 14.1.1 我国木门行业将进入发展黄金期
    - 14.1.2 木门业总体发展趋势探索
    - 14.1.3 木门行业规模化、标准化发展趋势分析
    - 14.1.4 木门行业两极化发展趋势分析
    - 14.1.5 未来木门消费市场预测
  - 14.2 木门产品的发展方向
    - 14.2.1 定制木门依然是一大主流
    - 14.2.2 简约木门成为市场的新宠
    - 14.2.3 环保木门继续成流行趋势
    - 14.2.4 木门产品研发趋向
  - 14.3 2016-2022年中国木门市场预测分析
    - 14.3.1 中国木门市场影响因素分析
    - 14.3.2 2016-2022年中国木门行业总产值预测
    - 14.3.3 2016-2022年中国建材家居行业市场规模预测

图表目录：

- 图表 两类消费者家庭月收入分布比例
- 图表 木门品牌认知对购买决策的影响
- 图表 消费者购买木门时主要关注点排序
- 图表 消费者购买木门时考虑产品因素排序
- 图表 消费者通过网络商城购物的可能性统计
- 图表 不同类型门产品消费关注点
- 图表 华东地区门业消费者家庭月收入相对较高
- 图表 消费者对售后服务的偏好

图表 2012年1-12月主要贸易国木制门及其框架和门槛进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要贸易国木制门及其框架和门槛进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要贸易国木制门及其框架和门槛进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要贸易国木制门及其框架和门槛出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要贸易国木制门及其框架和门槛出口量及出口额情况

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/247615247615.html>