

2013-2018年中国木门市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国木门市场深度分析与投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/140077.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

近年来，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。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。

随着木门产业的快速发展，行业管理渐入佳境。为贯彻国家林业产业政策，规范行业秩序，整合优势资源，形成行业凝聚力，共同抵抗市场风险，近几年中国林产工业协会组织有关单位制定发布了《木质门行业标准》、《木质门行业自律公约》、《中国木质门消费白皮书》和《木质建材下乡试点企业管理办法》，并组织业内符合条件的木门企业先行开展木质建材下乡试点工作。除国家层面行业协会为推动木门产业发展所做的努力外，黑龙江、吉林、辽宁、四川、重庆、湖北、福建、山东等地先后成立木门协会，指导当地木门企业快速有序发展，整个行业出现了企业管理团队年轻化、生产经营定制化、销售服务个性化的特点，管理集约、选材环保、加工精良、产品时尚成了企业追求的共同目标。

未来几年，木门行业的品牌差距将越来越大，市场格局将由杂乱无序的价格战转向较为明晰的品牌竞争。当市场发展到一定水平时，统领行业的必然是自动化程度高、规模化定制、标准化生产的大型企业。少数全国性的强势品牌将成为市场的领导者，跨行业发展的相关品牌会成为市场新的挑战者，一批区域性的优势

品牌依然会是市场的追随者，而更多的新锐品牌将作为市场的新生代不断涌现。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国木门市场深度分析与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了木门相关概述、中国木门市场运行环境等，接着分析了中国木门市场发展的现状，然后介绍了中国木门重点区域市场运行形势。随后，报告对中国木门重点企业经营状况分析，最后分析了中国木门行业发展趋势与投资预测。您若想对木门产业有个系统的了解或者想投资木门行业，本报告是您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家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。

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

1.2.5 实木的质量标准

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 中国木门行业发展分析

2.1 中国木门业的发展

2.1.1 中国木门行业发展现状

2.1.2 我国木门业发展呈现新特征

2.1.3 我国木门行业进入整合时代

2.1.4 我国木门行业发展热点解析

2.1.5 机械化助力我国木门业发展

2.1.6 木门企业迎来整体家居时代

2.1.7 我国木门行业面临洗牌

2.2 2009-2012年中国木门行业发展状况

2.3 定制化木门发展状况

2.3.1 定制木门仍为市场主流

2.3.2 木门定制化存在的缺陷

2.3.3 定制木门制造商提升竞争力的途径

2.3.4 木门业定制化产品发展空间广阔

2.4 中国木门行业标准化发展解析

第三章 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 木门市场需求日益加大

3.1.3 主流木门产品市场现状分析

3.1.4 我国木门出口市场分析

3.1.5 我国木门市场OEM发展分析

3.1.6 我国木门市场存在的主要问题

3.2 2013年中国木门市场发展状况

3.3 木门市场消费分析

3.3.1 木门消费市场调查分析

3.3.2 不同年龄群体木门消费特点分析

3.3.3 订制周期长制约木门市场消费

3.3.4 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 木门下乡市场销售态势良好

3.4.2 我国木门企业拓展二三线市场的建议

3.4.3 二线市场木门企业转型对策

3.4.4 木门业拓展三四线城市的策略

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 中国木门行业面临的挑战与发展

4.1 中国木门业发展的问题

4.1.1 我国木门行业发展存在的弊端

4.1.2 木门行业发展缓慢的因素分析

4.1.3 我国木门行业转型面临困局

4.1.4 生产方式落后制约木门行业发展

4.1.5 物流滞后制约木门业发展

4.2 中国木门业发展的对策

4.2.1 我国木门业实现可持续发展的建议

4.2.2 中国木门行业的发展战略

4.2.3 木门企业需创新发展

4.2.4 木门企业应对困境的策略

4.2.5 木门企业平稳发展的对策

4.2.6 木门企业创新发展策略

4.2.7 木门企业应进行三大变革

4.3 中小型木门企业发展的的问题与对策

第五章 中国木门细分行业

5.1 实木门

5.2 实木复合门

5.3 钢木门

5.4 其他木门

5.4.1 强化木门发展状况

5.4.2 模压门市场前景看好

5.4.3 油漆木门企业崛起模式分析

第六章 中国木门行业区域发展分析

6.1 中国木门行业区域发展综述

6.1.1 我国木门行业区域分布

6.1.2 我国木门业区域发展优势分析

6.1.3 西南地区木门业发展态势

6.2 四川省木门业

6.3 重庆市木门业

6.4 山东省木门业

6.5 其他区域

6.5.1 湖北省木门业发展现状

6.5.2 厦门木门行业发展状况

6.5.3 南京市木门市场销售遇冷

6.5.4 山西省木门企业发展经验借鉴

第七章 中国木门行业品牌分析

7.1 木门行业品牌建设重要性分析

7.1.1 木门行业品牌建设势在必行

7.1.2 国产木门品牌现状分析

7.1.3 木门企业品牌建设的必要性

7.1.4 木门品牌将集约化发展

7.2 木门行业品牌发展的问题

7.2.1 木门品牌建设存在的软肋

7.2.2 木门市场品牌效应亟待提高

7.2.3 木门品牌传播存在的问题

7.3 木门行业品牌发展策略

第八章 中国木门市场竞争分析

8.1 木门市场竞争现状

8.1.1 我国木门市场竞争激烈

8.1.2 海内外品牌争夺我国木门市场

8.1.3 县级市场成木门业竞争焦点

8.1.4 木门市场竞争发生变化

8.1.5 我国木门市场恶性竞争现象严重

8.2 木门市场竞争策略分析

8.2.1 木门企业应对竞争的策略

8.2.2 提升木门企业核心竞争力的对策

8.2.3 差异化策略有利于提升木门企业竞争力

8.3 木门市场未来竞争趋势

第九章 中国木门市场渠道分析

9.1 木门市场渠道发展现状

9.1.1 弱势木门企业撤出大型家居卖场

9.1.2 木门业电子商务发展现状

9.1.3 团购成木门市场新型渠道

9.1.4 高端木门市场独立渠道模式兴起

9.1.5 2013年我国木门品牌推广渠道分析

9.1.6 木门市场仓储式厂家直营特色卖场分析

9.2 木门企业经销商管理分析

9.2.1 木门企业正确选择经销商的重要性

9.2.2 国内木门市场经销商发展现状

9.2.3 木门企业更换经销商存在的障碍及对策

9.2.4 木门企业经销商管理策略

9.3 木门市场渠道发展存在的问题及对策

9.3.1 木门市场渠道存在的弊端

9.3.2 木门市场经营模式亟待转变

9.3.3 木门直销模式主要问题分析

9.3.4 木门企业应多方位拓宽渠道

9.3.5 连锁经营模式带动木门企业发展

9.3.6 木门新品终端推广策略

第十章 中国木门市场营销分析

10.1 木门市场营销综述

10.1.1 我国木门市场营销现状

10.1.2 我国木门市场营销呈现新特征

10.1.3 木门市场口碑营销分析

10.1.4 木门市场坐商营销解析

10.2 木门市场网络营销分析

10.2.1 网络营销开始受木门企业重视

10.2.2 木门网络营销创新模式分析

10.2.3 中小木门企业网络营销优势分析

10.2.4 木门市场网络营销策略分析

10.2.5 木门企业微博营销策略

10.3 木门企业营销案例分析

10.3.1 TATA木门网络营销

10.3.2 千嘉门业“五位一体”营销

10.3.3 山西嘉艺木业差异化营销

10.3.4 柯尚木门魅力营销

10.4 木门营销策略分析

10.4.1 木门企业品牌营销注重点

10.4.2 木门行业营销策略解析

10.4.3 木门企业营销方式的选择

10.4.4 木门企业提升营销力的途径

第十一章 木门行业重点企业

11.1 吴江市金丰木门厂

11.1.1 公司简介

11.1.2 竞争力分析

11.2 浙江梦天木业有限公司

11.2.1 公司简介

11.2.2 竞争力分析

11.3 广东润成创展木业有限公司

11.3.1 公司简介

11.3.2 竞争力分析

11.4 北京闼闼饰佳工贸有限公司

11.4.1 公司简介

11.4.2 竞争力分析

11.5 华鹤集团有限公司

11.5.1 公司简介

11.5.2 竞争力分析

11.6 浙江金迪门业有限公司

11.6.1 公司简介

11.6.2 竞争力分析

第十二章 木门行业投资分析

12.1 木门行业投资环境及现状

12.1.1 我国木门行业投资环境分析

12.1.2 跨界投资成我国木门行业热点

12.1.3 企业跨界投资木门业原因探析

12.2 木门行业投资机会分析

12.2.1 木门市场面临投资机遇

12.2.2 木门业面临保障房建设机遇

12.2.3 精装房建设带来投资良机

12.2.4 木门三四线市场潜藏投资商机

12.3 木门行业投资风险及建议

12.3.1 木门行业投资风险

12.3.2 木门市场面临同质化风险

12.3.3 木门行业投资风险防范措施

12.3.4 跨行投资木门业需慎重

第十三章 木门行业发展前景预测

13.1 木门业发展前景展望

13.1.1 木门行业发展机遇分析

13.1.2 我国木门行业前景展望

13.1.3 我国木门市场空间广阔

13.1.4 我国木门行业将进入发展黄金期

13.2 木门行业发展趋势预测

13.2.1 国内木门市场发展趋势分析

13.2.2 “十二五”期间木门业将进入转型期

13.2.3 2013-2018年中国木门消费市场预测分析

13.3 木门产品的发展趋势

13.3.1 2013年我国木门产品流行趋势

13.3.2 我国木门产品研发趋向

13.3.3 我国木门产品未来发展重点

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/140077.html>