

2020-2025年中国木门市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国木门市场运行态势及行业发展前景预测报告》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/489430.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

按房间功能性划分，门主要分为进户门和室内门，室内门多为木质门，按材质划分，又可分为实木门、实木复合门和夹板模压门。其中实木复合门即以装饰单板为表面材料，以实木拼板为门扇骨架，芯材为其他人造板复合制成，具有稳定性强、款式多样等特点，是目前使用最为广泛、品类最多的一类门。

我国木门制造产业先后经历了手工、半机械化、机械化和自动化制造发展阶段，近年来随着房地产市场发展，国内木门行业市场规模呈现逐年增长态势，到2018年我国木门行业市场规模为1438.9亿元，同比增长8.5%。

2012-2018年中国木门行业市场规模情况

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 2015-2019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 2015-2019年中国木门行业发展状况
 - 2.2.1 2019年木门行业发展分析
 - 2.2.2 2019年木门企业发展分析
 - 2.2.3 2019年木门行业发展分析
 - 2.2.4 2019年木门行业发展盘点
 - 2.2.5 2019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 2015-2019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

我国木门行业渠道需求构成主要包括商品房精装修市场、保障房工程、已住房二次装修市场和自建房市场，此外还有少量出口。总体来看，我国木门市场以国内市场为主，国际场所占比重较小。

中国木门渠道需求构成情况

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 2015-2019年中国木门市场发展状况

3.2.1 2019年木门市场发展回顾

3.2.2 2019年木门市场逐步回暖

3.2.3 2019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 2019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 2015-2019年中国木门所属行业进出口数据分析

4.1 2015-2019年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 2015-2019年木制门及其框架和门槛进口市场分析

4.1.2 2015-2019年木制门及其框架和门槛出口市场分析

4.2 2015-2019年主要省份木制门及其框架和门槛进出口情况分析

4.2.1 2015-2019年木制门及其框架和门槛进口市场分析

4.2.2 2015-2019年木制门及其框架和门槛出口市场分析

第五章 2015-2019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 2015-2019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 2019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 2015-2019年中国木门所属行业区域发展分析

7.1 2015-2019年中国木门所属行业区域发展综述

7.1.1 我国木门所属行业区域分布

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 2019年四川木门品牌满意度分析

7.2.3 2019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 2019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 2015-2019年中国木门市场竞争分析

9.1 2015-2019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 2015-2019年中国木门市场渠道分析

10.1 2015-2019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 2015-2019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 (HJ 327) 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 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 大自然家居经营状况分析

12.1.3 世界首条“第五代定制”木门生产线落户大自然

12.1.4 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（AK LF）

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 2020-2025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 2020-2025年中国木门行业总产值预测

14.3.3 2020-2025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 2019年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 2019年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 2019年主要省份木制门及其框架和门槛进口量及进口额情况

图表 2019年主要省份木制门及其框架和门槛出口量及出口额情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/489430.html>