

2015-2020年中国木门行业 分析与投资前景研究调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国木门行业分析与投资前景研究调查报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/jiancai1502/E64775A614.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-04-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

随着整个家居建材行业的发展，木门行业已经步入成熟的发展阶段。业内人士认为，不久的将来以下四大门类产品将成为市场的佼佼者。

实木门

实木门作为门中的高端消费品，其附加值最高，不少中高端客户已把实木门作为家装的首选。实木门天然的木纹纹理和色泽，对崇尚回归自然的装修风格的家庭来说，无疑是最佳的选择，越来越受到居民的欢迎。实木门自古以来就透着一种温情，不仅外观华丽，雕刻精美，而且款式多样。这些特点都是实木门立足中高端市场的重要原因。而随着消费者收入的增加以及国家出台的刺激消费政策，未来木门市场中实木门定将占据一席之地，而且市场份额会越来越大。

免漆门

免漆门：和实木复合门较相似，主要是低档木料做龙骨框架，外用中密板/低密板表面用免漆PVC贴膜，价格便宜，适用于低收入家庭。而免漆门产品所面临的产品创新落后、低端定位、缺少新元素都是制约免漆门发展的重要原因。未来的市场中免漆门需要不断地遵循创新的路线从根本上追上市场发展的步伐。

原木门

原木门具有精美雕花、流畅线条、典雅色泽、光润质感等特点。随着消费者对家居装修审美要求以及欣赏品位的逐渐提高，原木门已经丢掉“木头一块”的呆板造型，摇身一变成成为兼具实用与时尚个性的家居艺术装饰品，成为现代家居装修的必备品。

钢木门

钢木门是2007年在我国逐渐发展起来的，随着消费者对钢木门产品了解的深入，以及产品技术和外观的不断完善，钢木门产品在我国可以说是站稳了脚跟。其环保的性能更是消费者喜欢它的重要原因。随着“低碳”理念的深入，环保产品也必将在未来的市场中大行其道，而钢木门作为环保产品中的佼佼者，也必将成为木门市场主流。

由于木门产业受定制化消费习惯的限制，一直以来，都还未能实现标准和规模化的生产模式。其次，木门企业销售半径因受产品、气候、运输等方面的限制比较严重，再加上生产人工依赖度较高，生产效率也受限，人工投入占总产值比例达到30%，资金投入要求及资金占用不高，但管理难度“巨大”，场地占用较大等各种因素而阻碍了单个木门企业不能真正做大。

随着生产资料价格大幅上涨、大量卖场进驻，产品及品牌大幅跟进，今后两年木门行业将处于结构转型和发展模式变化的关键时期。

博思数据发布的《2015-2020年中国木门行业分析与投资前景研究调查报告》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

1.2.5 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 2011-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2015-2020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 2014-2015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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiancai1502/E64775A614.html>