



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国木门市场深度 分析与投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2013-2018年中国木门市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/230103.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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制建材下乡试点工作。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 木门市场营销模式亟待转变
  - 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 北京闾闾饰佳工贸有限公司
  - 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&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/230103.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；  
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；  
行业资深专家公开发表的观点；  
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；  
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>  
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>  
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>  
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>  
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>  
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>  
世界贸易组织 <https://www.wto.org>  
联合国统计司 <http://unstats.un.org>  
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。