

2015-2020年中国木门市场 竞争力分析及投资前景研究报告

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年中国木门市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/jiancai1507/S027161BK6.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-07-22

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国木门市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了木门行业相关概述、中国木门产业运行环境、分析了中国木门行业的现状、中国木门行业竞争格局、对中国木门行业做了重点企业经营状况分析及中国木门产业发展前景与投资预测。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。

中国是世界上最大的门窗生产加工基地，而木门占中国门窗总产量的70%。目前，我国共存在6个木门生产大区。珠三角地区以广东、福建、深圳为中心，利用其靠海的优势，木门以外销为主，主做国外市场。长三角地区以上海、浙江、江苏为中心，木业发达，发展迅速。随着上海房地产业的高速发展，木门也进入了高速发展的时代。我国西北地区主要是以山西、陕西为中心，因所处地理位置影响，环境脆弱，木门价格相对偏低。

虽然近年来，国家对房地产进行宏观调控，依托于房产发展的木门行业自然会受到部分影响，但是房产调控对于广大农村地区来说，市场依然广阔，现今不少木门企业已经涉足二三线市场和新农村建设方面。包括部分主攻击中高端市场的木门企业也开始为渠道下沉进行产品结构调整。我国的木门产业目前尚处于定制化阶段，木门70%~80%以上都是工厂定制生产。正是因为我国木门企业多以接受订单的定制业务为主，所以生产规模往往局限于某个区域，难以形成大型的规模化木门企业。中国大概有一万家木门企业，多为中小企业，2013年我国木门市场竞争激烈，全年国内木门行业营收为902.5亿，相比2012年略减少了30亿。2014年我国木门行业营业收入为908.6亿元，同比增长0.7%。2014年我国木门的产量大概13028万套。

目前木门行业仍然存在环境问题、标准问题、原材料价格上涨因素、劳动成本、渠道建设等众多问题。保障房政策的出台又给木门市场带来利好机会，保障房一旦投入使用，必定会带动大量的木门消费需求。城镇化一旦有实质性推动，将会创造巨大消费潜力。城镇化的演进给木门行业诞生的机会是每年产生500万以上的消费者。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。实木门、免漆门、原木门、钢木门以及随着木门的发展，未来智能木门都是行业的主要发展方向。

报告目录

第一部分 木门产业环境透视

第一章 木门行业发展综述

第一节 木门行业定义及分类

一、木门行业的概念

二、木门行业的分类

第二节 木门行业产业链分析

一、木门行业所处产业链简介

二、木门行业产业链上游分析

三、木门行业产业链下游分析

四、木门行业产业链整合升级模式探讨

第三节 木门行业生命周期特征分析

一、木门行业所处生命周期阶段

二、木门产品设计策略

第二章 2014-2015年木门行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、国外经济环境

二、国内经济环境

1、GDP增长情况分析

2、工业经济增长分析

3、农业经济增长分析

4、固定资产投资情况

5、社会消费品零售总额

6、进出口总额及其增长

7、货币供应量及其贷款

8、制造业采购经理指数

9、非制造业商务活动指数

三、经济形势预测

第二节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育情况分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

第三节 技术环境分析

一、木门行业技术发展概况

二、木门行业的质量管理体系

第四节 政策环境分析

一、木门行业监管体制需完善

二、木门行业的行业标准

三、木门行业相关政策及影响分析

- 1、《绿色板材采购规范》（SB/T11012—2013）正式实施
- 2、《木门窗》GB/T29498-2013正式实施
- 3、《欧盟木材及木制品规例和新环保设计指令》于2012年正式通过

第二部分 木门行业深度分析

第三章 2014-2015年全球木门行业市场发展概况

第一节 2014-2015年全球木门行业发展现状

- 一、2014-2015年全球木门行业发展概况
- 二、全球木门行业主要品牌分析
- 三、国外家具企业在华投资经营形式
- 四、全球木门行业市场动态分析

第二节 主要国家和地区木门行业市场分析

- 一、美国木门行业市场分析
- 二、欧洲木门行业市场分析
- 三、日本木门行业市场分析

第四章 2014-2015年中国木门行业发展现状分析

第一节 2014-2015年中国木门行业发展概况

- 一、木门行业存在问题
- 二、木门网购存隐患
- 三、木门行业将迎来春天
- 四、木门行业需摆脱“小又散”的怪圈
- 五、定制木门需求旺盛，全行业内修还不够

第二节 2014-2015年中国木门行业发展现状

- 一、木门产品缺乏特色
- 二、受国际品牌的影响
- 三、消费者对木门产品不了解
- 四、国内木门产品鱼龙混杂

第三节 2014-2015年中国木门行业发展要素分析

- 一、2014-2015年木门行业企业数量规模

二、2014-2015年木门行业资产规模

三、2014-2015年木门行业负债总额

第四节 2014-2015年中国木门行业经营状况分析

一、2014-2015年木门行业营业收入

二、2014-2015年木门行业利润总额

三、2014-2015年木门行业盈利能力分析

第五章 2014-2015年中国木门行业运营现状分析

第一节 木门行业企业招商需明确立场

一、明确招商立场

二、坚定品牌立场

三、企业大胆走出去

第二节 2014-2015年中国木门行业市场价格分析

一、主要品牌企业产品价位

二、价格与成本的关系

三、木门行业价格策略分析

第三节 2014-2015年中国木门行业市场规模分析

一、2014-2015年中国木门行业产量规模

二、2014-2015年中国木门行业产值规模

三、2014-2015年中国木门行业销量规模

四、2014-2015年中国木门行业需求结构

五、2014-2015年木门行业主体竞争品牌剖析

第四节 2014-2015年中国木门行业进出口市场分析

一、2014-2015年中国木门行业进出口综述

二、2014-2015年中国木门行业进口市场分析

三、2014-2015年中国木门行业出口市场分析

第六章 2014-2015年中国木门相关行业市场分析

第一节 2014-2015年中国木门行业产业链模型

第二节 2014-2015年中国木门行业上游行业市场分析

第三节 2014-2015年中国木门行业下游行业市场分析

一、2014-2015年房地产行业供给分析

二、房地产市场走向对木门行业的影响分析

三、家居和地产深度合作是大势所趋

第四节 木门高速增长期，深层次矛盾逐步暴露

- 一、唯材质论使之与大众脱节
- 二、结构简化导致质量不高
- 三、观念束缚导致创新争论大
- 四、为自主品牌建立经销渠道
- 五、欧盟强制实施新木材法规

第七章 中国木门行业营销环境及策略分析

第一节 中国木门行业消费环境分析

- 一、消费驱动因素
- 二、消费群体分析
- 三、消费关注点

第二节 中国木门行业需求地域分布结构

- 一、木门行业需求地域差异影响因素
- 二、木门行业需求地域分布结构

第三节 中国木门行业营销策略分析

- 一、树立现代营销观念
- 二、实施产品创新策略
- 三、加强经销商的渠道维护
- 四、实施绿色营销策略
- 五、重视顾客服务营销

第四节 中小型木门企业要培养长远营销意识

第五节 木门经销商联盟对市场的规范作用

第三部分 木门行业竞争格局分析

第八章 2014-2015年中国木门行业竞争格局分析

第一节 中国木门行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、供应商议价能力
- 三、客户议价能力
- 四、进入者威胁
- 五、替代品威胁

第二节 中国木门行业竞争格局分析

- 一、市场集中度

二、区域集中度

三、品牌集中度

第三节 中国木门行业兼并重组分析

一、木门行业兼并重组现状

二、木门行业兼并重组趋势

第四节 中国木门行业竞争策略分析

一、木门行业市场增长潜力分析

二、木门行业主要潜力品种分析

三、木门行业典型企业产品竞争策略分析

第九章 2014-2015年中国木门行业重点区域市场分析

第一节 珠江三角洲产业区木门行业市场分析

一、珠三角地区木门行业供给分析

二、珠三角地区木门行业需求分析

第二节 长江三角洲产业区木门行业市场分析

一、长三角地区木门行业供给分析

二、长三角地区木门行业需求分析

第三节 环渤海产业区木门行业市场分析

一、环渤海地区木门行业供给分析

二、环渤海地区木门行业需求分析

第四节 东北产业区木门行业市场分析

一、东北地区木门行业供给分析

二、东北地区木门行业需求分析

第五节 西部产业区木门行业市场分析

一、西部地区木门行业供给分析

二、西部地区木门行业需求分析

第十章 木门行业重点企业经营状况分析

第一节 昆明红塔木业有限公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、未来发展战略

六、企业最新动态

第二节 浙江梦天木业有限公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、未来发展战略

六、企业最新动态

第三节 北京闼闼伟业门窗有限公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、未来发展战略

六、企业最新动态

第四节 北京必和必胜建材有限公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、未来发展战略

第五节 北京宏森木业有限公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、企业最新动态

第六节 重庆美心集团公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、未来发展战略

第七节 广东润成创展木业有限公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、企业最新动态

第八节 深圳冠牛木业有限公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、未来发展战略

六、企业最新动态

第九节 秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、企业最新动态

第十节 重庆星星套装门有限责任公司

一、企业发展概况

二、营销网络分布

三、经营状况分析

四、竞争优势分析

五、企业最新动态

第四部分 木门行业投资前景展望

第十一章 2015-2020年中国木门行业发展前景及趋势预测

第一节 2015-2020年中国木门行业发展趋势分析

一、2014-2015年中国木门行业发展趋势总结

二、2015-2020年中国木门行业发展趋势分析

1、产业：高低端两极分化差距缩小

- 2、产品：低碳环保推陈出新
- 3、发展：企业实现规模化
- 4、合作：资源共享合作深入化

三、未来木门市场最受欢迎的四个类别

- 1、实木门
- 2、免漆门
- 3、原木门
- 4、钢木门

第二节 2015-2020年中国木门行业发展前景预测

一、2015-2020年中国木门行业供给预测

- 1、2015-2020年木门行业产能预测
- 2、2015-2020年木门行业产量预测
- 3、2015-2020年木门行业产值预测

二、2015-2020年中国木门行业需求预测

- 1、2015-2020年木门行业销量预测
- 2、2015-2020年木门行业收入预测

三、2015-2020年中国木门行业进出口市场预测

- 1、2015-2020年木门行业进口市场预测
- 2、2015-2020年木门行业出口市场预测

第十二章 中国木门行业投资机会与风险分析

第一节 影响中国木门行业发展的主要因素分析

一、木门行业发展的盈利因素分析

- 1、政策环境良好支持家具市场发展
- 2、人均收入提升刺激家具消费
- 3、城镇化的推动作用

二、木门行业发展的挑战

三、木门行业发展的机遇

第二节 中国木门行业投资状况分析

第三节 2015-2020年中国木门行业投资机会分析

- 一、木门行业投资前景
- 二、木门行业投资热点
- 三、木门行业投资区域

第四节 中国木门行业投资风险及控制策略分析

- 一、政策调控风险及控制策略
- 二、市场竞争风险及控制策略
- 三、经营管理风险及控制策略
- 四、出口风险及控制策略
- 五、宏观经济风险及控制策略
- 六、渠道管理风险及控制策略

第十三章 木门行业投资战略研究

第一节 中国木门行业发展战略研究

- 一、企业信息化战略
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、竞争战略规划

第二节 对中国木门行业品牌的战略思考

- 一、企业品牌战略
 - 1、企业品牌的重要性
 - 2、木门行业实施品牌战略的意义
 - 3、木门行业品牌战略的现状分析
 - 4、木门行业品牌战略管理的策略
- 二、企业重点客户战略
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户
 - 3、重点客户战略管理
 - 4、重点客户管理功能

第三节 中国木门行业投资战略研究

- 一、木门行业投资战略
- 二、木门行业细分行业投资战略

第四节 博思数据研究结论与建议

- 一、研究结论
- 二、研究建议

图表目录：（略）

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiancai1507/S027161BK6.html>