

2014-2020年中国实木门行业 监测与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国实木门行业监测与投资前景研究报告》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.cction.com/report/201410/113010.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

由于木材本身的自然特点，实木门可以说“基本上”不含有害物质，唯一的问题在于其表面油漆问题，未来实木门的表面涂饰将由涂漆向涂油方向发展。目前大部分实木门使用的是PU和UV漆，这两种油漆都属化学合成，还带有少量的有害物质。

未来，作为传统油漆的替代品，从植物身上提取的纯天然木蜡油将广泛应用到实木门上。另一方面，由于木材原料的稀缺和对自然的崇尚，消费者将对一些有如结疤、双色材、虫眼等自然缺陷的木门逐渐放松要求，一些有自然缺陷的实木门反而会因这些自然属性而受到青睐。

无论是现代简约、还是乡村自然，现今家装中，浅色实木门的搭配可能性已更加丰富和随意。浅色给人一种明亮、温馨、平和的感觉，它代表了一种没有距离的通透豁达，容易打破家居的沉闷气氛，给人一种和谐之美。浅色实木门被认为是一种更加健康的颜色，浅色实木门的木材纹理清晰可见，所以浅色实木门的质量好坏很难掺假。

随着大众对居住文化认识的进一步深入，浅色将更加体现出都市人追求生活品质、回归自然的原始理想。在欧洲，以橡木为代表的浅色实木门总是与时尚关系密切。

中企顾问网发布的《2014-2020年中国实木门行业监测与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了全球实木门市场运营态势、中国实木门行业市场发展环境等，接着分析了中国实木门产业整体运行的现状，然后介绍了中国实木门产业竞争格局。随后，报告对中国实木门做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国实木门行业发展趋势与投资预测。您若想对实木门产业有个系统的了解或者想投资实木门行业，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 2013年全球实木门市场运营态势分析

第一节 2013年全球实木门市场运行环境浅析

第二节 2013年全球实木门市场运营状况分析

一、全球实木门市场设计及风格特色分析

二、全球实木门市场需求动态

三、欧洲门窗技术创新与产品差异化浅析

第三节 2013年全球主要国家地区实木门市场分析

一、美国

二、德国

三、意大利

四、荷兰

五、智利

六、日本

第二章 2013年中国实木门行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国实木门市场政策环境分析

一、中国木门行业标准——“浸渍剥离”指标

二、业界力推木门标准化

三、进出口贸易政策分析

二、相关行业政策

三、法律法规

第三节 2013年中国实木门市场社会环境分析

第三章 2013年中国实木门产业整体运行态势分析

第一节 中国实木门阶段性发展分析

一、1999年，起步阶段，北方实木门开始兴起

二、2000-2002年，初期发展阶段

三、2003-2005年，旺盛发展阶段

四、2005-2007年，高速发展阶段

第二节 中国实木门产业动态分析

一、世界木门大会暨第十二届中国国际门业展览会新闻发布会聚焦

二、中国木门企业家高峰论坛暨木门行业低碳环保宣言、木门产品评测启动仪式举行

第三节 2013年中国实木门业发展现状

一、中国木门产业结构及优化

二、木门发展将继续把“三化”进行到底

三、木门企业规模普遍不大 自主研发产品动力不足，品牌意识不高

四、木门产品对木质资源依存性高 产品链需整合

五、木门行业标准的亟待完善

第四节 2013年中国木门产业发展热点问题探讨

- 一、行业统一标准的缺失 木门行业发展的瓶颈
- 二、产品缺乏差异性
- 三、原料价格上涨，利润空间受到挤压

第五节 发展战略解析

- 一、内外兼顾，适时“走出去”
- 二、营销终端专门化定位
- 三、完善自身营销服务理念

第四章 2011-2013年中国实木门制造行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国实木门制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国实木门制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国实木门制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国实木门制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国实木门制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国实木门制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国实木门制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国实木门制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国实木门制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国实木门制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国实木门制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国实木门制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2013年中国实木门产区透析

第一节 东北地区——崛起

- 一、木材资源成地域性优势
- 二、东北木门独特的工艺
- 三、东北木门市场格局
 - 1、规模
 - 2、品牌
- 四、发展战略分析

第二节 大京津地区——领航

- 一、木门发展区域优势
- 二、木门产品销量及所占比重

三、区域市场价格分析

四、区域市场品牌分析

1、TaTa

2、玺木门

3、伯艺创展

第三节 长三角地区——联合

一、区位优势

二、区域木门产业发展概况

第四节 珠三角地区——转型

一、区域发展优势

二、区域木门产业发展现状

三、木门品牌OEM加工情况

四、欧式、美式风格木门庞大的外销量及企业的产品发展方向

第五节 西南地区——突围

一、区域企业大多以中低价位以产品打入市场

二、产业链的生产环节及利润情况分析

第六节 西北地区——平稳

一、西北地区木门市场近几年呈平稳发展态势

二、区域代表品牌的

1、银川

2、华泰龙

第六章 2013年中国实木门市场深度剖析

第一节 2013年中国实木门市场运行总况

一、需求大，规模小

二、销量大，名气小

三、怪象三：技术高，门槛低

第二节 2013年中国实木门市场深度聚焦

一、中国实木门市场消费特点

二、500亿木门市场洗牌即将到来

三、标准木门渐成市场主力军

第三节 近三年中国实木门市场供需分析

一、巨大的市场需求拉动木门供给

二、木门市场需求旺盛

三、实木门市场销量及增长率分析

四、中国木门供需态势分析

第七章 2013年中国木门消费意向调研分析

第一节 实木门行业产品目标客户群体调查

第二节 装修意向

一、装修过程中木门使用意向

二、装修过程木门使用比重

三、木门更多的应用在新房装修领域及比重

四、房屋装修中的木门类型选择及所占比重

五、对于木门色调偏好调研显示深色系获得较多认可

六、木门选取关注因素上调研（颜色、风格、品牌、造型、材质）

七、木门品牌选取排序

第三节 消费者维权

一、木门产品信息了解渠道

二、木门产品消费纠纷集中

第八章 2013年中国实木门营销战略研究

第一节 2013年中国实木门营销概况

一、中国木门传统营销模式

二、中国木门企业的营销水平及所处发展阶段

三、实木门营销4P分析

第二节 实木门品牌的八大营销模式解析

一、标准定制发展趋势

二、经销加盟发展之本

三、企业联盟蛋糕做大

四、个性定制决胜网络

五、协会展会打造品牌

六、前网后店造门业

七、低碳环保必由之路

八、建材下乡抢滩市场

第三节 木门营销模式+盈利模式的创新方法

一、经常性备战促销及要点解析

- 二、组建战略销售联盟，扩大品牌张力
- 三、大力发展网络营销与移动营销
- 四、加强对老客户的巩固，大力开拓新客户

第四节 创新盈利模式

一、体验式家居馆模式

- 1、科宝博洛尼
- 2、凯旋•罗浮宫
- 3、瑞嘉家居

二、渠道创新

三、木门“下乡、进城运动”

四、电视直销，网络视频直销

第九章 2013年中国实木门产业竞争格局透析

第一节 2013年中国实木门产业竞争总况

- 一、木门市场竞争格局正发生变化
- 二、中国木门市场进入群雄争霸时代
- 三、中国木门品牌和终端之争解析
- 四、我国巨大木门市场吸引众多商家参与竞争

第二节 2013年中国实木门产业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业集中度分析

第三节 2013年中国实木门与其它替代产品竞争

- 一、钢门
- 二、铝合金门
- 三、塑料门
- 四、铁门
- 五、铝木门
- 六、玻璃门

第四节 2014-2020年中国实木门竞争趋势分析

第十章 2013年中国实木门重点企业运营财务状况分析

第一节 TATA

- 一、品牌概况
- 二、品牌竞争力分析

三、TATA木门的网络营销之道

四、TATA木门完善渠道建设 创新营销方式

五、TATA木门年终业绩冲钻

第二节 大连盛友门业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 浙江梦天木业有限公司（梦天）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 北京华鹤木业有限公司（华鹤）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 重庆美心（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 博洛尼家居用品（北京）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 重庆星星套装门有限责任公司（星星）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 辽宁东展窗业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 广东润成创展木业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2013年国内外木材市场分析及前景预测分析

第一节 世界木材资源及市场运营现状分析

一、世界森林资源发展状况

1、世界森林资源概况

2、世界人工造林情况

3、世界各国森林资源发展状况

二、世界木材和主要林产品的生产和消费特点分析

三、世界木材价格刷新历史记录

四、全球木材木片贸易现状

第二节 2013年中国林木资源及木材市场分析

一、中国森林资源发展状况

二、木材工业发展迅速

三、近十年中国木材产量及趋势分析

四、国内木材市场需求及消费分析

第三节 2011-2013年中国木材进出口数据监测（44092090）

一、木材进出口数量分析

二、木材进出口金额分析

三、木材进出口国家及地区分析

第四节 2014-2020年中国木材市场前景预测

第十二章 2014-2020年中国实木门行业发展趋势预测分析

第一节 2014-2020年中国实木门产品发展趋势分析

一、实木门产品风格及流行趋势预测分析

二、实木门设计趋势走向——呼吁专利保护

三、实木门标准化发展趋势分析

四、实木门涂装新趋势

第二节 2014-2020年中国实木门行业供需预测

一、未来中国实木门市场供给预测分析

二、未来中国实木门市场需求及消费趋势预测分析

三、中国实木门进出口贸易预测分析

第十三章 2014-2020年中国实木门行业投资前景预测分析

第一节 2013年中国实木门产业投资概况

一、实木门产业投资特性

二、实木门行业投资环境分析

三、实木门行业投资效益分析

四、实木门行业投资项目分析

第二节 2014-2020年中国实木门产业投资机会分析

一、成套工艺实木门投资可行性分析

二、区域投资潜力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2014-2020年中国实木门行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 实木门行业投资策略分析

图表目录（部分）

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：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：2011年中国实木门制造行业全部企业数据

图表：2012年中国实木门制造行业全部企业数据分析

图表：2013年中国实木门制造行业全部企业数据分析

图表：2011年中国实木门制造行业不同规模企业数据分析

图表：2012年中国实木门制造行业不同规模企业数据分析

图表：2013年中国实木门制造行业不同规模企业数据分析

图表：2011年中国实木门制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2012年中国实木门制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2013年中国实木门制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2011-2013年中国木材进出口数量分析

图表：2011-2013年中国木材进出口金额分析

图表：2011-2013年中国木材进出口国家及地区分析

图表：大连盛友门业有限公司主要经济指标走势图

图表：大连盛友门业有限公司经营收入走势图

图表：大连盛友门业有限公司盈利指标走势图

图表：大连盛友门业有限公司负债情况图

图表：大连盛友门业有限公司负债指标走势图

图表：大连盛友门业有限公司运营能力指标走势图

图表：大连盛友门业有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江梦天木业有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江梦天木业有限公司经营收入走势图

图表：浙江梦天木业有限公司盈利指标走势图

图表：浙江梦天木业有限公司负债情况图

图表：浙江梦天木业有限公司负债指标走势图

图表：浙江梦天木业有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江梦天木业有限公司成长能力指标走势图

图表：秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司主要经济指标走势图

图表：秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司经营收入走势图

图表：秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司盈利指标走势图

图表：秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司负债情况图

图表：秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司负债指标走势图

图表：秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司运营能力指标走势图

图表：秦皇岛卡尔凯旋木艺品有限公司成长能力指标走势图

图表：北京华鹤木业有限公司主要经济指标走势图

图表：北京华鹤木业有限公司经营收入走势图

图表：北京华鹤木业有限公司盈利指标走势图

图表：北京华鹤木业有限公司负债情况图

图表：北京华鹤木业有限公司负债指标走势图

图表：北京华鹤木业有限公司运营能力指标走势图

图表：北京华鹤木业有限公司成长能力指标走势图

图表：重庆美心（集团）有限公司主要经济指标走势图

图表：重庆美心（集团）有限公司经营收入走势图

图表：重庆美心（集团）有限公司盈利指标走势图

图表：重庆美心（集团）有限公司负债情况图

图表：重庆美心（集团）有限公司负债指标走势图

图表：重庆美心（集团）有限公司运营能力指标走势图

图表：重庆美心（集团）有限公司成长能力指标走势图

图表：博洛尼家居用品（北京）有限公司主要经济指标走势图

图表：博洛尼家居用品（北京）有限公司经营收入走势图

图表：博洛尼家居用品（北京）有限公司盈利指标走势图

图表：博洛尼家居用品（北京）有限公司负债情况图

图表：博洛尼家居用品（北京）有限公司负债指标走势图

图表：博洛尼家居用品（北京）有限公司运营能力指标走势图

图表：博洛尼家居用品（北京）有限公司成长能力指标走势图

图表：重庆星星套装门有限责任公司主要经济指标走势图

图表：重庆星星套装门有限责任公司经营收入走势图

图表：重庆星星套装门有限责任公司盈利指标走势图

图表：重庆星星套装门有限责任公司负债情况图

图表：重庆星星套装门有限责任公司负债指标走势图

图表：重庆星星套装门有限责任公司运营能力指标走势图

图表：重庆星星套装门有限责任公司成长能力指标走势图

图表：辽宁东展窗业有限公司主要经济指标走势图

图表：辽宁东展窗业有限公司经营收入走势图

图表：辽宁东展窗业有限公司盈利指标走势图

图表：辽宁东展窗业有限公司负债情况图

图表：辽宁东展窗业有限公司负债指标走势图

图表：辽宁东展窗业有限公司运营能力指标走势图

图表：辽宁东展窗业有限公司成长能力指标走势图

图表：广东润成创展木业有限公司主要经济指标走势图

图表：广东润成创展木业有限公司经营收入走势图

图表：广东润成创展木业有限公司盈利指标走势图

图表：广东润成创展木业有限公司负债情况图

图表：广东润成创展木业有限公司负债指标走势图

图表：广东润成创展木业有限公司运营能力指标走势图

图表：广东润成创展木业有限公司成长能力指标走势图

图表：2014-2020年中国实木门市场供给预测分析

图表：2014-2020年中国实木门市场需求预测分析

图表：2014-2020年中国实木门进出口贸易预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201410/113010.html>