

2021-2027年中国木门市场 深度评估与产业竞争格局报告

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

《2021-2027年中国木门市场深度评估与产业竞争格局报告》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/202109/239681.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

木门，即木制的门。按照材质、工艺及用途可以分为很多种类。广泛适用于民、商用建筑及住宅。有欧式复古风格、简约现代风格、美式风格、地中海风格、中式风格、法式浪漫风格、意大利风格。 中企顾问网发布的《2021-2027年中国木门市场深度评估与产业竞争格局报告》共十四章。首先介绍了中国木门行业市场发展环境、木门整体运行态势等，接着分析了中国木门行业市场运行的现状，然后介绍了木门市场竞争格局。随后，报告对木门做了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中国木门行业，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

1.1.4产业链构成分析

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环境PEST分析

2.1政策（Political）环境

2.1.1供给侧改革

2.1.2全面实施二孩政策

2.1.3“一带一路”战略

2.1.4“双创”和“互联网+”

2.1.5慈善法草案

2.1.6其他相关政策

2.2经济（Economic）环境

2.2.1世界经济形势分析

2.2.2中国经济发展现状

2.2.3房地产市场规模

2.2.4经济结构转型分析

2.2.5宏观经济发展走势

2.3社会（Social）环境

2.3.1新型城镇化推进

2.3.2居民收入及消费水平

2.3.3人口结构变化

2.4技术（Technological）环境

2.4.1门扇的结构与加工工艺

2.4.2门框的结构与加工工艺

2.4.3门窗密封技术分析

2.4.4木门低碳技术分析

2.4.5木门的涂饰

第三章2015-2019年中国节能门窗行业发展分析

3.1门窗节能的必要性分析

3.1.1门窗的演进过程

3.1.2节能形势与新型建材政策

3.1.3门窗的功能与矛盾性

3.1.4门窗在节能方面存在的问题

3.1.5门窗行业发展战略

- 3.2节能门窗行业综合分析
 - 3.2.1国外节能门窗发展分析
 - 3.2.2节能门窗发展现状
 - 3.2.3建筑门窗节能标准
 - 3.2.4节能门窗行业发展瓶颈
- 3.3新型节能门窗的设计与应用
 - 3.3.1传统门窗设计中的问题
 - 3.3.2新型节能门窗的设计
 - 3.3.3新型节能门窗的应用
- 3.4中国推广建筑节能门窗存在的问题及对策
 - 3.4.1推广存在的问题
 - 3.4.2发挥政府引导作用
 - 3.4.3发挥行业企业作用
 - 3.4.4发挥消费者推动作用
- 3.5中国节能门窗行业发展机遇与趋势分析
 - 3.5.1节能门窗的发展机遇
 - 3.5.2节能门窗发展方向
 - 3.5.3新型节能门窗发展趋势

第四章2015-2019年中国木门所属行业行业发展分析

- 4.1中国木门行业发展综述
 - 4.1.1行业发展新特征
 - 4.1.2行业步入调整阶段
 - 4.1.3行业“整体家居”发展状况
- 4.2中国木门行业发展现状整体分析
 - 4.2.1行业供给侧改革分析
 - 4.2.2企业低碳环保发展分析
 - 4.2.3行业自动化制造进程
 - 4.2.4行业产值状况分析
- 4.3中国定制化木门行业发展状况
 - 4.3.1定制木门的相关介绍
 - 4.3.2定制化木门的兴起

- 4.3.3定制化木门成主流
- 4.3.4定制木门市场发展现状
- 4.3.5定制木门市场面临的挑战分析
- 4.3.6定制木门持续长远经营建议
- 4.3.7定制木门市场发展前景
- 4.4中国木门行业标准化发展解析
 - 4.4.1行业实现标准化的重要性
 - 4.4.2标准化成企业管理的核心
 - 4.4.3行业标准规范发布实施状况
 - 4.4.4产品价格标准化实施的阻碍
 - 4.4.5标准化与定制化可兼容发展
 - 4.4.6标准化新式木门市场前景看好
- 4.5中国木门行业转型发展分析
 - 4.5.1行业转型升级的必然性
 - 4.5.2行业处在转型关键点
 - 4.5.3智能生产化转型
 - 4.5.4企业转型发展思路

第五章2015-2019年中国木门所属行业市场分析

- 5.1中国木门市场发展综述
 - 5.1.1市场需求分析
 - 5.1.2主流产品现状
 - 5.1.3出口市场分析
 - 5.1.4市场形态分析
 - 5.1.5二三线市场分析
- 5.22015-2019年中国木门市场发展状况
 - 5.2.12019年行业发展回顾
 - 5.2.22019年行业亮点分析
 - 5.2.32019年行业发展现状
 - 5.2.42019年市场景气指数
- 5.3木门市场消费分析
 - 5.3.1木门消费者市场调查分析

- 5.3.2不同年龄群体木门消费特点
- 5.3.3木门市场消费群体发生变化
- 5.3.4中产消费者将成木门市场主导
- 5.3.5木门企业需把握市场消费动向
- 5.4木门企业区域市场拓展分析
 - 5.4.1二线市场木门企业转型对策
 - 5.4.2木门企业拓展二三线市场的建议
 - 5.4.3木门业拓展三四线城市的策略
 - 5.4.4木门企业开发农村市场的要点
 - 5.4.5木门业二三类品牌拓展乡镇市场的策略

第六章中国木门行业互联网指数分析

- 6.1综合指数
 - 6.1.1互联网搜索指数
 - 6.1.2互联网新闻指数
 - 6.1.3互联网人群指数
 - 6.1.4行业关键词对比
 - 6.1.5互联网搜索需求分布
 - 6.1.6行业热搜指数
- 6.2招商指数
 - 6.2.1代理商互联网在线参与加盟代理数据
 - 6.2.2精准代理商来源区域分布情况
 - 6.2.3精准代理商代理品牌档次定位分析
 - 6.2.4精准代理商店面经营场所分析
 - 6.2.5精准代理商年龄阶段分析
 - 6.2.6精准代理商加盟最关注热点分析
 - 6.2.7精准代理商加盟成功开业周期情况分析
 - 6.2.8代理商最关注品牌分析
- 6.3消费指数
 - 6.3.1消费人群分析
 - 6.3.2产品消费指数
 - 6.3.3售后问题分析

6.4品牌指数

6.4.1木门十大品牌

6.4.2木门十佳品牌

6.4.3品牌搜索指数

6.4.4企业新闻投放量

6.4.5网络广告覆盖率

6.4.6品牌综合指数排行

6.4.7互联网活跃关注指数

第七章2015-2019年中国“互联网+”木门产业发展分析

7.1“互联网+”总体分析

7.1.1“互联网+”的概念

7.1.2“互联网+”的意义

7.1.3“互联网+”主要特征

7.1.4“互联网+”发展现状

7.1.5“互联网+”发展展望

7.2中国电子商务市场发展分析

7.2.1行业发展特点分析

7.2.2行业发展现状综述

7.2.32019年市场回顾

7.2.42019年市场规模

7.2.6“十三五”发展方向

7.3中国“互联网+木门”发展总析

7.3.1“互联网+”木门发展进程

7.3.2“互联网+”实木门发展分析

7.3.3“互联网+木门”发展机遇

7.4中国木门电商发展综述

7.4.1木门电商发展现状

7.4.2木门电商发展存在的问题

7.4.3木门企业电商发展策略

7.5中国木门电商的发展模式

7.5.1O2O模式

7.5.2C2F模式

7.5.3B2C模式

7.5.4OSO模式

7.6中国木门电商发展趋势

7.6.1电商将成行业发展主流

7.6.2团购成为增长最快的网络形式

7.6.3电商网站将会出现兼并热潮

7.6.4电商将呈现出常态化

7.6.5电商原创及竞合趋势

第八章2015-2019年中国木门所属行业行业进出口数据分析

8.12015-2019年中国木制门及其框架和门槛所属行业进出口总量数据分析

8.1.1进口分析

8.1.2出口分析

8.1.3贸易现状分析

8.1.4贸易顺逆差分析

8.22015-2019年主要贸易国木制门及其框架和门槛所属行业进出口情况分析

8.2.1进口市场分析

8.2.2出口市场分析

8.32015-2019年主要省市木制门及其框架和门槛所属行业进出口情况分析

8.3.1进口市场分析

8.3.2出口市场分析

第九章2015-2019年中国木门行业面临的挑战与发展

9.1中国木门业发展的问题

9.1.1行业存在的顽疾

9.1.2行业发展困境

9.1.3企业存在的不足

9.1.4市场混乱局面剖析

9.1.5品牌发展的主要问题

9.1.6行业发展的制约因素

9.1.7行业面临大规模洗牌冲击

9.2中国木门业发展的对策

9.2.1企业应对困境的策略

9.2.2企业平稳发展的对策

9.2.3企业发展应进行变革

9.2.4产业链的整合思路

9.2.5定制化阶段品牌突围策略

9.3中小型木门企业发展的的问题与对策

9.3.1制约中小企业开拓农村市场的因素

9.3.2中小企业竞争力提升策略

9.3.3中小企业突破困境的对策

9.3.4中小企业转型策略分析

9.3.5中小企业发挥自身优势的措施

9.4中国木门业其他发展策略

9.4.1建设产品品质

9.4.2注重专利保护

9.4.3创新引导消费

9.4.4“走出去”策略

9.4.5差异化发展策略

9.4.6低碳环保发展策略

第十章2015-2019年中国木门细分行业分析

10.1实木门

10.1.1行业发展轨迹

10.1.2市场发展现状

10.1.3市场销售状况

10.1.4市场竞争态势

10.1.5市场行情分析

10.1.6行业发展出路

10.1.7企业发展战略

10.1.8盈利增长策略

10.1.9市场发展展望

10.2实木复合门的发展

10.2.1产品应具备的元素

10.2.2行业发展状况

10.2.3行业发展机遇

10.2.4企业发展对策

10.2.5市场开拓思路

10.3钢木门

10.3.1行业发展优势

10.3.2国际市场分析

10.3.3市场发展态势

10.3.4行业竞争状况

10.3.5行业制约因素

10.3.6行业发展对策

10.3.7产业发展机遇

10.3.8市场竞争趋势

10.4其他木门

10.4.1强化木门

10.4.2模压门

10.4.3油漆木门

第十一章2015-2019年中国木门行业区域发展分析

11.12015-2019年中国木门行业区域发展综述

11.1.1区域分布状况

11.1.2区域集中度分析

11.1.3区域发展优势

11.1.4区域品牌市场

11.1.5区域市场关键点

11.2四川省木门业

11.2.1行业发展优势

11.2.2产品质量分析

11.2.3市场营销策略

11.2.4竞争力提升策略

11.2.5企业创新战略

11.3重庆市木门业

11.3.1行业发展环境

11.3.2行业发展现状

11.3.3行业标准化发展

11.3.4行业制约因素

11.3.5行业发展机遇

11.3.6行业竞争战略

11.4山东省木门业

11.4.1行业发展简况

11.4.2主要品牌分析

11.4.3地区市场分析

11.5其他区域

11.5.1厦门市

11.5.2深圳市

11.5.3广州市

11.5.4湖北省

11.5.5山西省

11.5.6河南省

第十二章中国木门行业品牌分析

12.1木门行业品牌建设重要性分析

12.1.1品牌建设势在必行

12.1.2国产品牌现状分析

12.1.3品牌建设的必要性

12.1.4品牌发展趋势分析

12.2木门行业品牌发展的问题

12.2.1品牌建设问题

12.2.2品牌效应问题

12.2.3品牌传播问题

12.3木门行业品牌发展策略

12.3.1品牌打造策略

12.3.2品牌运营策略

12.3.3品牌推广策略

12.3.4品牌建设策略

12.3.5品牌运作策略

12.4木门区域性品牌发展策略分析

12.4.1区域性品牌成功要素

12.4.2区域品牌市场拓展策略

12.4.3品牌区域市场驱动力

第十三章2015-2019年中国木门市场竞争分析

13.12015-2019年木门市场竞争现状

13.1.1市场竞争格局分析

13.1.2市场竞争现状分析

13.1.3中小品牌拓展三四线市场

13.1.4海内外品牌争夺国内市场

13.1.5市场竞争态势变化状况

13.1.6市场恶性竞争现象分析

13.2木门市场竞争策略分析

13.2.1企业应对竞争的策略

13.2.2提升企业核心竞争力的对策

13.2.3差异化策略提升企业竞争力

13.2.4企业区域市场竞争策略

13.3木门市场未来竞争趋势

13.3.1市场服务竞争将日趋激烈

13.3.2未来行业走向高端化竞争

13.3.3行业将迎来集中竞争时代

第十四章2015-2019年中国木门市场渠道分析

14.12015-2019年木门市场渠道发展现状

14.1.1企业销售渠道下沉

14.1.2渠道下沉引导结构调整

14.1.3行业主要渠道模式分析

14.1.4各类型企业渠道分析

14.2木门企业经销商管理分析

14.2.1企业正确选择经销商的重要性

14.2.2市场经销商发展概况

14.2.3企业更换经销商存在的障碍及对策

14.2.4企业经销商管理策略

14.3木门市场渠道发展存在的问题及对策

14.3.1市场经营模式亟待转变

14.3.2直销模式主要问题分析

14.3.3企业渠道管理策略分析

14.3.4企业终端渠道拓展策略

14.3.5行业渠道多元化策略

第十五章2015-2019年中国木门市场营销分析

15.1木门市场营销综述

15.1.1企业营销现状

15.1.2市场营销特征

15.1.3口碑营销分析

15.1.4深度营销模式

15.1.5跨界营销原则

15.2木门市场网络营销分析

15.2.1网络营销对企业的影响

15.2.2企业网络营销优势分析

15.2.3企业网络营销模式分析

15.2.4企业开展网络营销的步骤

15.2.5企业网络营销应注意的问题

15.2.6企业开展网络营销的障碍

15.2.7市场网络营销策略分析

15.3新媒体时代木门微营销分析

15.3.1“全微营销”将成主流营销方式

15.3.2企业微信营销逐步扩大

15.3.3企业微信营销的技巧

15.3.4企业微营销策略分析

15.4木门企业营销案例分析

15.4.1TATA木门网络营销

15.4.2山西嘉艺木业营销理念分析

15.4.3柯尚木门魅力营销

15.5木门营销策略分析

15.5.1企业市场营销计划的制度

15.5.2企业需构建系统的营销体系

15.5.3企业营销竞争力提升策略

15.5.4企业营销创新策略分析

15.5.5企业“饥饿营销”策略

15.5.6企业营销需创新渠道和手段

15.5.7企业营销要注重与消费者的关系

第十六章中国木门行业相关产业发展分析

16.1木材加工行业

16.1.12019年行业发展回顾

16.1.22019年行业发展分析

16.1.32019年市场现状分析

16.1.4行业发展政策法规及影响

16.2建材行业

16.2.1行业发展现状

16.2.2行业发展挑战

16.2.3行业发展对策

16.2.4行业发展规划

16.3油漆涂料行业

16.3.1政策法规分析

16.3.2行业现状综述

16.3.3总体运行状况

16.3.4行业运行特点

16.3.5产品产量分析

16.3.6市场进出口分析

16.3.7企业发展状况

16.3.8“十三五”发展规划

16.4加工机械装备

16.4.1木门对装备的总体需求分析

16.4.2企业选用自动化机械的原因

16.4.3国产木门自动化装备竞争力

16.4.4阻碍自动化机械推广的因素

第十七章木门行业重点企业经营状况分析

17.1大自然家居

17.1.1企业发展概况

17.1.2经营效益分析

17.1.3业务经营分析

17.1.4财务状况分析

17.1.5未来前景展望

17.2大亚科技

17.2.1企业发展概况

17.2.2经营效益分析

17.2.3业务经营分析

17.2.4财务状况分析

17.2.5未来前景展望

17.3吉林森工

17.3.1企业发展概况

17.3.2经营效益分析

17.3.3业务经营分析

17.3.4财务状况分析

17.3.5未来前景展望

17.4升达林业

17.4.1企业发展概况

17.4.2经营效益分析

17.4.3业务经营分析

17.4.4财务状况分析

17.4.5未来前景展望

17.5其他重点木门企业分析

17.5.1金丰木门

17.5.2梦天木门

17.5.3TATA木门

17.5.4华鹤木门

第十八章中国木门行业投资潜力分析

18.1木门行业跨界投资分析

18.1.1跨界投资成热点

18.1.2跨界投资的原因

18.2木门行业投资机会分析

18.2.1市场面临投资机遇

18.2.2三四线市场潜藏投资商机

18.2.3新型城镇化下行业的投资机遇

18.2.4地铁交通普及带来的契机

18.2.5精装房市场带来的机遇

18.3木门行业投资风险及建议

18.3.1政策风险

18.3.2市场风险

18.3.3技术风险

18.3.4财务风险

18.3.5经营管理风险

18.3.6风险防范措施

第十九章中国木门行业发展前景及趋势预测分析)

19.1中国木门业发展前景及趋势分析

19.1.1市场前景分析

19.1.2行业总体趋势

19.1.3加工发展趋势

19.1.4产品研发趋势

19.1.5消费市场预测

19.2中国木门行业的发展方向

19.2.1规模化及标准化

19.2.2产品定制化

19.2.3产品简约化

19.2.4品牌专业化

19.2.5服务增值化

19.2.6产品环保节能)

19.32021-2027年中国木门市场预测分析

19.3.1市场影响因素分析

19.3.2行业总产值预测

19.3.3市场规模预测

图表目录：

图表木门产业链构成

图表木门行业对下游客户的销售渠道

图表定制木门与定制衣柜对比

图表2015-2019年世界经济增长趋势

图表2015-2019年世界贸易增长趋势

图表2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表2015-2019年城镇新增就业人数

图表2015-2019年国家全员劳动生产率

图表2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表2015-2019年全国一般公共预算收入

图表2015-2019年全国粮食产量增长情况

图表2015-2019年全部工业增加值及其增长情况

图表2015-2019年全社会建筑业增加值及其增长速度

图表2015-2019年全社会固定资产投资规模

图表2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速

图表2019年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表2015-2019年社会消费品零售总额

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/239681.html>