

2013-2017年中国木门市场 竞争态势及未来发展趋势报告

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

《2013-2017年中国木门市场竞争态势及未来发展趋势报告》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/201304/93141.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

木门是我国新兴木材加工行业的重要终端产品，广泛适用于民、商用建筑及住宅。近十年来，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。

伴随着我国木材加工业、建筑业以及室内装饰装修业的发展，中国木门已跳出小农经济时代的“小木匠思维”，在产品理念、款式设计、工艺流程等各个方面与国际接轨，优质原木、集成材、胶合板、纤维板、空心刨花板、细木工板、装饰人造板等广泛用于木质门的生产，丰富了木质门的材料选择。木门加工技术不断创新，整体结构设计和表面装饰工艺不断丰富，产品种类迅速增加，目前已开发出实木门、实木复合门、木质复合门等多种产品。人性化、绿色低碳、文化回归的家居理念，赋予了木质门更多的内涵，木门实现了由单一实用功能型向家居适用兼欣赏型的转变，时尚、简约、欧式、古典、现代、节能、环保等不同风格的木门琳琅满目，产品款式新颖多样，文化内涵不断丰富，已成为家居装饰不可或缺的部分，不断满足着人们的多元化需求。

2011年木门产量1.4亿多樘、产值880亿元，增长速度在极其困难的结构调整中仍然高达16.7%。2011年我国出口木门30.8万吨，出口量同比下降0.9%，但创汇额达到5.8亿美元，同比增长3.2%，同期木门进口量及金额也有大幅下降。

随着国家对房地产市场宏观调控的加强，房市的理性回落，一线城市的建材需求将逐步萎缩，二三线城市刚性需求进一步释放，成为房市新的增长点。所以，木门企业的销售渠道需整体下移，放缓一线城市的扩张步伐，加快建设三、四级城市的销售网络，同时在保证产品质量的前提下，大力研发生产中低价位的系列产品，以适应三、四线城市消费水平。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国木门市场竞争态势及未来发展趋势报告》共十二章。首先介绍了木门行业的相关概念，接着分析了中国木门行业发展环境，然后对中国木门行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国木门行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国木门行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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

第一节 木门相关介绍

一、木门的定义

二、木门的分类

三、木门的特点

第二节 实木门概述

一、实木门的概念

二、实木门发展史简介

三、实木门的主要材料

四、实木门的特性

五、实木的质量标准

第三节 实木复合门概述

一、实木复合门介绍

二、实木复合门的种类

三、实木复合门的特点

四、实木复合门材料的特点

第二章 2011-2013年中国木门行业发展分析

第一节 中国木门业的发展

一、中国木门行业发展现状

二、我国木门业发展呈现新特征

三、我国木门行业进入整合时代

四、我国木门行业发展热点解析

五、机械化助力我国木门业发展

六、木门企业迎来整体家居时代

七、我国木门行业面临洗牌

第二节 2009-2011年中国木门行业发展状况

一、2009年中国木门产业发展状况

二、2010年我国木门业发展分析

三、2011年中国木门行业发展热点

第三节 定制化木门发展状况

一、定制木门仍为市场主流

二、木门定制化存在的缺陷

三、定制木门制造商提升竞争力的途径

四、木门业定制化产品发展空间广阔

第四节 中国木门行业标准化发展解析

一、木门行业实现标准化的重要性

二、标准化是木门产业升级的主要途径

三、标准木门对木门业发展的影响分析

四、标准化成木门产业规模化发展要求

五、我国木门行业标准滞后

六、标准化缺失制约木门业发展

七、标准化是木门业发展的必然趋势

八、我国木门业大规模标准化生产将获长足进展

第三章 2011-2013年中国木门市场分析

第一节 中国木门市场发展综述

一、我国木门市场需求分析

二、木门市场需求日益加大

三、主流木门产品市场现状分析

四、我国木门出口市场分析

五、我国木门市场OEM发展分析

六、我国木门市场存在的主要问题

第二节 2010-2011年中国木门市场发展状况

一、2010年中国木门出口市场分析

二、2011年我国木门市场发展状况

三、2011年国内木门市场销量下滑

第三节 木门市场消费分析

一、木门消费市场调查分析

二、不同年龄群体木门消费特点分析

三、订制周期长制约木门市场消费

四、木门企业需把握市场消费动向

第四节 木门企业区域市场拓展分析

一、木门下乡市场销售态势良好

二、我国木门企业拓展二三线市场的建议

三、二线市场木门企业转型对策

四、木门业拓展三四线城市的策略

五、木门业二三类品牌拓展乡镇市场的策略

六、木门业二线品牌地县市场前景广阔

第四章 2011-2013年中国木门行业品牌分析

第一节 木门行业品牌建设重要性分析

一、木门行业品牌建设势在必行

二、国产木门品牌现状分析

三、木门企业品牌建设的必要性

四、木门品牌将集约化发展

第二节 木门行业品牌发展的问题

一、木门品牌建设存在的软肋

二、木门市场品牌效应亟待提高

三、木门品牌传播存在的问题

第三节 木门行业品牌发展策略

一、木门企业品牌打造策略

二、木门企业品牌运营策略

三、木门企业品牌推广策略

四、木门企业品牌建设策略分析

五、木门渠道品牌打造途径分析

第五章 2011-2013年中国木门行业面临的挑战与应对策略研究

第一节 中国木门业发展的问题

一、我国木门行业发展存在的弊端

二、木门行业发展缓慢的因素分析

三、我国木门行业转型面临困局

四、生产方式落后制约木门行业发展

五、物流滞后制约木门业发展

第二节 中国木门业发展的对策

一、我国木门业实现可持续发展的建议

二、中国木门行业的发展战略

三、木门企业需创新发展

四、木门企业应对困境的策略

五、木门企业平稳发展的对策

六、木门企业创新发展策略

七、木门企业应进行三大变革

第三节 中小型木门企业发展的的问题与对策

一、制约中小木门企业开拓农村市场的因素

二、中小型木门企业突破困境的对策

三、中小木门企业转型策略分析

四、中小木门企业发挥自身优势的措施

第六章 2011-2013年中国木门产业细分产品市场分析

第一节 实木门

一、实木门市场发展现状

二、原木门市场销售走俏

三、二三线城市实木门市场发展缓慢

四、实木门市场发展趋势分析

第二节 钢木门

一、钢木门国际市场倍受青睐

二、我国钢木门市场发展态势

三、钢木门行业竞争激烈

四、钢木门行业发展电子商务的优势

五、制约钢木门行业发展的因素

六、钢木门行业健康发展的对策

七、钢木门企业进军农村市场的建议

八、钢木门产业面临发展机遇

九、钢木门市场前景广阔

第三节 实木复合门的发展

一、实木复合门应具备的元素

二、实木复合门行业发展状况

三、实木复合门迎来低碳环保机遇

四、低碳环保成实木复合门发展热点

五、实木复合门企业发展对策

六、实木复合门市场前景看好

第四节 其他木门

一、强化木门发展状况

二、模压门市场前景看好

三、油漆木门企业崛起模式分析

第七章 2011-2013中国木门行业重点区域发展概况

第一节 山东省木门业

一、2010年山东省木门行业简况

二、东营市木门市场发展分析

三、日照市木门市场竞争激烈

第二节 四川省木门业

一、四川木门业发展的优势

二、2011年成都木门品牌满意度分析

三、四川木门业营销策略解析

四、四川木门企业提升竞争力的策略

五、四川木门企业创新发展战略

第三节 重庆市木门业

一、重庆木门行业发展环境分析

二、重庆木门企业发展现状分析

三、制约重庆木门业发展的主要因素

四、重庆木门业的发展对策

第四节 其他区域

一、湖北省木门业发展现状

二、2011年厦门木门行业发展状况

三、南京市木门市场销售遇冷

四、山西省木门企业发展经验借鉴

第八章 2011-2013年中国木门市场竞争分析

第一节 木门市场竞争现状

一、我国木门市场竞争激烈

二、海内外品牌争夺我国木门市场

三、县级市场成木门业竞争焦点

四、木门市场竞争发生变化

五、我国木门市场恶性竞争现象严重

第二节 木门市场竞争策略分析

一、木门企业应对竞争的策略

二、提升木门企业核心竞争力的对策

三、差异化策略有利于提升木门企业竞争力

第三节 木门市场未来竞争趋势

一、木门市场竞争将日趋激烈

二、未来木门行业竞争将白热化

三、木门业将迎来集中竞争时代

第九章 2011-2013年中国木门市场渠道分析

第一节 木门市场渠道发展现状

一、弱势木门企业撤出大型家居卖场

二、木门业电子商务发展现状

三、团购成木门市场新型渠道

四、高端木门市场独立渠道模式兴起

五、2011年我国木门品牌推广渠道分析

六、木门市场仓储式厂家直营特色卖场分析

第二节 木门企业经销商管理分析

一、木门企业正确选择经销商的重要性

二、国内木门市场经销商发展现状

三、木门企业更换经销商存在的障碍及对策

四、木门企业经销商管理策略

第三节 木门市场渠道发展存在的问题及对策

一、木门市场渠道存在的弊端

二、木门市场营销模式亟待转变

三、木门直销模式主要问题分析

四、木门企业应多方位拓宽渠道

五、连锁经营模式带动木门企业发展

六、木门新品终端推广策略

第十章 2011-2013年中国木门市场营销分析

第一节 木门市场营销综述

一、我国木门市场营销现状

二、我国木门市场营销呈现新特征

三、木门市场口碑营销分析

四、木门市场坐商营销解析

第二节 木门市场网络营销分析

- 一、网络营销开始受木门企业重视
- 二、木门网络营销创新模式分析
- 三、中小木门企业网络营销优势分析
- 四、木门市场网络营销策略分析
- 五、木门企业微博营销策略

第三节 木门企业营销案例分析

- 一、TATA木门网络营销
- 二、千嘉门业“五位一体”营销
- 三、山西嘉艺木业差异化营销
- 四、柯尚木门魅力营销

第四节 木门营销策略分析

- 一、木门企业品牌营销注重点
- 二、木门行业营销策略解析
- 三、木门企业营销方式的选择
- 四、木门企业提升营销力的途径

第十一章 2011-2013年中国木门行业重点企业研究

第一节 华鹤集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、华鹤木门的发展历程
- 三、2011年华鹤集团取得新进展

第二节 浙江金迪门业有限公司

- 一、公司简介
- 二、2011年金迪门业发展态势
- 三、金迪门业积极发展免漆门

第三节 吴江市金丰木门厂

- 一、公司简介
- 二、金丰木门发展迅速
- 三、金丰木门市场销量领先

第四节 浙江梦天木业有限公司

- 一、公司简介
- 二、梦天木门跻身行业前列

三、梦天木业发展策略

第五节 广东润成创展木业有限公司

一、公司简介

二、润成创展木门稳健发展

三、润成创展的发展现状及战略部署

第六节 北京闼闼饰佳工贸有限公司

一、公司简介

二、TATA木门的发展历程

三、TATA木门的发展目标

第十二章 2013-2017年中国木门行业发展前景预测

第一节 木门业发展前景展望

一、木门行业发展机遇分析

二、我国木门行业前景展望

三、我国木门市场空间广阔

四、我国木门行业将进入发展黄金期

第二节 木门产品的发展趋势

一、2012年我国木门产品流行趋势

二、我国木门产品研发趋向

三、我国木门产品未来发展重点

第三节 木门行业发展趋势预测

一、国内木门市场发展趋势分析

二、“十二五”期间木门业将进入转型期

三、2012年木门行业发展趋势

四、2013-2017年中国木门市场预测分析

五、未来木门消费市场预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201304/93141.html>