

2016-2022年中国木门行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国木门行业市场运营态势及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201607/430972.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

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。

2004年至2015年我国木门行业产值一直保持持续增长的趋势，中国木材与木制品流通协会的数据显示，2015年木门行业产值达1200亿元，较2004年增长了6倍。

2004-2015年我国木门行业产值变化情况

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。

智研咨询发布的《2016-2022年中国木门行业市场运营态势及发展前景预测报告》共十三章。首先介绍了木门相关概念及发展环境，接着分析了中国木门规模及消费需求，然后对中国木门市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国木门面临的机遇及发展前景。您若想对中国木门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

据不完全统计，当前全国大小木门企业约1万余家，初步达到工厂化生产木质门的企业约6,000家，具备一定规模、以机械化生产为主的有3,000多家，行业集中度不高，整个行业内区域性品牌比较多，缺少全国性的强势品牌。根据中国木材与木制品流通协会木门专委会披露的数据，2015年只有梦天和TATA两家企业产值超过10亿元，行业集中度极度分散。

木门行业经过十余年的发展已经催生了六大主产区：泛珠三角地区、长三角地区、东北地区、环渤海地区、西南地区和西北地区，区域竞争格局和产业集群特征明显。各大产区木门企业的高集中度，有利于降低企业的生产成本和交换成本，提高规模经济效益和范围经济效益，提高产业和企业的市场竞争力。

我国木门行业六大主产区

木门行业产业链分为上中下游，上游包括木材、PVC膜、油漆及加工机械制造，中游包括实木门、复合门、模压门等木门产品，下游包括零售、工程、海外等销售渠道。

木门产业链构成

随着城市率的提高、城镇化建设的推进及农村经济的发展，首次置业的刚性需求和改善性住房需求都将有利于拉动建筑装修行业的发展，再加上存量房市场，便形成了新房与旧房装修的巨大市场。从长期来看，木门作为家庭装修的必需品，具有量大面广、品种繁多的行业特点，广泛应用于建材装饰装修的各个层面。

木门行业对下游客户的销售渠道

随着二胎政策的放开，家庭第二个孩子的出生将使得三口之家变成四口之家，而如果考虑到老人、保姆照看孩子等因素，家庭的常住人口或将从4-5人提高到5-6人，为了满足新增家庭常住人口的居住需求，中、大面积的三居户型将是未来住宅市场的主流。根据中国林产工业协会公布的数据，每100平方米建筑面积需要7樘门，假设一套100平方米左右的三居室住宅有6樘木门。普通实木复合门的出厂价在1,000元/樘上下，经销商的销售价为进货价的2-3倍左右，因此消费者购买的市场价则在2,000-3,000元/樘之间，有的高档产品甚至高达1万元/樘以上，以2,500元/樘的成交价计算，每户6樘木门，则实木复合门的客单价为15,000元左右。

定制木门与定制衣柜对比

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 2013-2015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

过去 10 年各季度中国 GDP 增长速度可以明显看出，目前中国在“调结构、促转型”的经济软着陆情况下，经济增速出现明显下降。政府工作报告指出，2016 年经济增长预期目标 6.5%-7%，国家宏观经济增速明显趋缓，而 GDP 增速与钢材需求存在相关性，增速下降意味着市场对钢材需求强度可能减弱，这也将会影响到作为基础工业原材料生产环节钢铁企业的生存环境。

过去 10 年中国 GDP 增速情况（%）

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 2013-2015年全球木门行业市场发展概况

第一节 2013-2015年全球木门行业发展现状

- 一、2013-2015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 2013-2015年中国木门行业发展现状分析

第一节 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年中国木门行业发展要素分析

- 一、2013-2015年木门行业企业数量规模
- 二、2013-2015年木门行业资产规模
- 三、2013-2015年木门行业负债总额

第四节 2013-2015年中国木门行业经营状况分析

- 一、2013-2015年木门行业营业收入
- 二、2013-2015年木门行业利润总额
- 三、2013-2015年木门行业盈利能力分析

第五章 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年中国木门行业市场规模分析

- 一、2013-2015年中国木门行业产量规模
- 二、2013-2015年中国木门行业产值规模
- 三、2013-2015年中国木门行业销量规模
- 四、2013-2015年中国木门行业需求结构
- 五、2013-2015年木门行业主体竞争品牌剖析

第四节 2013-2015年中国木门行业进出口市场分析

- 一、2013-2015年中国木门行业进出口综述
- 二、2013-2015年中国木门行业进口市场分析
- 三、2013-2015年中国木门行业出口市场分析

第六章 2013-2015年中国木门相关行业市场分析

第一节 2013-2015年中国木门行业产业链模型

第二节 2013-2015年中国木门行业上游行业市场分析

第三节 2013-2015年中国木门行业下游行业市场分析

- 一、2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2016-2022年中国木门行业发展前景及趋势预测

第一节 2016-2022年中国木门行业发展趋势分析

一、2013-2015年中国木门行业发展趋势总结

二、2016-2022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 2016-2022年中国木门行业发展前景预测

一、2016-2022年中国木门行业供给预测

1、2016-2022年木门行业产能预测

2、2016-2022年木门行业产量预测

3、2016-2022年木门行业产值预测

二、2016-2022年中国木门行业需求预测

1、2016-2022年木门行业销量预测

2、2016-2022年木门行业收入预测

三、2016-2022年中国木门行业进出口市场预测

1、2016-2022年木门行业进口市场预测

2、2016-2022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 2016-2022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（ZY ZM）

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 研究结论与建议

一、研究结论

二、研究建议

图表目录：

图表：产业链概念图

图表：行业生命周期理论

图表：行业生命周期

图表：2013-2015年第三季度中国国内生产总值

图表：2013-2015年GDP增长率%

图表：2013年以来全国工业增加值增长速度

图表：2013年来规模以上工业利润增长变动

图表：20134月-2014年上半年固定资产投资和工业投资增速

图表：2013年以来规模以上工业应收账款、产成品资金占用增长各月累计变动情况

图表：2013年来原材料工业增加值增速

图表：2013年6月-2014年6月东中西部地区工业增加值分月增速

图表：2013-2015年中国社会固定资产投资

图表：2013-2015年9月中国固定资产投资同比增速

图表：2013-2015年9月中国固定资产增长率

图表：2013-2015年9月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013-2015年9月中国房地产开发投资增速

图表：2010-2015年农村人居民人均收入

图表：2010-2015年城镇居民人均收入

图表：2015年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2015年我国居民消费价格指数（CPI）情况

图表：2013-2015中国CPI同比增幅

图表：2008-2015年社会消费品零售总额

图表：2013年-2015年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2013年-2015年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2010-2015年我国农村恩格尔系数情况

图表：2010-2015年我国城镇恩格尔系数情况

图表：2011-2015年我国进出口总值

图表：2015年社会融资总量

图表：制造业采购经理指数

图表：中国非制造业PMI主要指数

图表：中国非制造业PMI主要指数

图表：2013年末人口数及其构成

图表：2009-2015年城镇新增就业人数

图表：2011-2015年全国人口变化

图表：2009-2015年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2009-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2010-2015年我国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2009-2015年中国城镇化水平

图表：2011-2015年中国规模以上木门企业数量

图表：2011-2015年中国木门行业资产规模

图表：2011-2015年中国木门行业负债总额

图表：2011-2015年中国木门行业营业收入

图表：2011-2015年中国木门行业利润总额

图表：2011-2015年中国木门行业营业利润率

图表：2011-2015年中国木门行业营业利润率

图表：2011-2015年中国木门产量规模

图表：2011-2015年中国木门产值规模

图表：2011-2015年中国木门销量规模

图表：2011-2015年中国木门进口额

图表：2011-2015年中国木门出口额

图表：2011-2015年中国木材行业产量

图表：2011-2015年中国木材市场成交额

图表：2011-2015年中国木材进口数量

图表：2011-2015年中国原木进口金额

图表：2011-2015年中国木材出口量

图表：2013年房地产百亿代表企业销售及增速情况

图表：2013-2015年全国房地产开发投资增速

图表：2015年东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013-2015年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2013-2015年全国商品房销售面积以及销售额增速

图表：2015年东中西部地区房地产销售情况

图表：2011-2015年中国木门销量前十企业市场份额

图表：2011-2015年珠三角木门供给

图表：2011-2015年珠三角木门需求

图表：2011-2015年长三角木门供给

图表：2011-2015年长三角木门需求

图表：2011-2015年环渤海木门供给

图表：2011-2015年环渤海木门需求

图表：2011-2015年东北木门供给

图表：2011-2015年东北木门需求

图表：2011-2015年西部地区木门供给

图表：2011-2015年西部地区木门需求

图表：2011-2015年梦天木业销售量

图表：2011-2015年TATA木门销量

图表：2011-2015年必和必胜木门销量

图表：宏森木业组织结构

图表：2011-2015年美心集团木门销量

图表：2011-2015年广东润成创展木业有限公司销售数量

图表：2011-2015年冠牛木业销量

图表：2011-2015年卡尔?凯旋木门销售量

图表：2011-2015年重庆星星套装产值

图表：2011-2015年重庆星星套装产量

图表：2011-2015年重庆星星套装销售收入

图表：2016-2022年木门行业产能预测

图表：2016-2022年木门行业产量预测

图表：2016-2022年木门行业产值预测

图表：2016-2022年木门行业销量预测

图表：2016-2022年木门行业销售收入预测

图表：2016-2022年木门行业进口额预测

图表：2016-2022年木门行业出口预测

图表：2011-2015年中国木门行业投资总额

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201607/430972.html>