

2024-2030年中国木门行业竞争现状及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国木门行业竞争现状及投资策略研究报告》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/202110/980783.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解木门行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国木门行业竞争现状及投资策略研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国木门市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保木门行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年木门行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能木门从业者抢跑转型赛道。

木门即由木质材料（如锯材、胶合材等）为主要材料制作而成的门，具有天然环保、装饰效果出色、隔音效果出色等优点，广泛适用于民、商用建筑及住宅。木门的种类多样，根据材料的不同，木门主要可分为全木门、实木门和复合实木门三种。

中国木门的真正产业化始于21世纪初，随着中国城镇化建设的推进与消费者家装观念的改变，木门以手工打制生产起步逐步发展为具有一定规模的产业。在经历了几十年的发展，现如今，我国已成为世界最大的木门生产、出口及消费国，在全国形成了珠三角、长三角、东北地区、环渤海地区、西南地区和西北地区等六大生产基地，规模以上企业超过3000家，市场竞争逐渐白热化。

虽然我国木门行业起步较晚，但近年来发展非常迅速。近年来，随着我国居民消费水平的提高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，我国木门改变了“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，行业规模也随之迅速增长。2022年受到疫情防控、房地产下行、消费预期下降等多重因素影响，木门行业产值首次出现下滑。据资料显示，2022年我国木门行业规上企业产值规模为1304亿元，同比下降18.7%；木门产量约为11097万樘，同比下降17.3%；需求量约为10706万樘，同比下降17.7%。

目前，我国木门行业在全国形成了珠三角、长三角、东北地区、环渤海地区、西南地区和西北地区等六大生产基地，规模以上企业超过3000家，但作坊式中小企业仍然居多，产业区域特征明显，尚未出现全国性领导品牌，行业集中度较低。与此同时，受到房产调控政策以及环保政策的限制，中小企业的生存压力越来越大，许多小型木门生产企业达不到行业标准，这为木门行业提供了行业整合的机遇，行业集中度有望持续提升。具体来看，目前，我国木门行业主要上市企业中，江山欧派市场份额占比最高，约为2.05%；其次为欧派家居和梦天家居，市场份额分别为1.03%和0.63%。

环保节能升级。2021年，在“碳达峰、碳中和”愿景目标下，我国“能耗双控”等系列政策下发。在政策引导以及市场需求的双重力量推动下，进一步强调了木门、门窗行业企业践行低碳环保节能的必要性、紧迫性。因此，木门、门窗行业在环保节能、低碳发展方面更是下了一番大功夫，行业内众多企业积极探索着建筑木门、门窗系统节能高效和产品“低碳化”，升级环保节能家居，尽其绵力助力“双碳”目标实现。

行业向规模化发展。随着住宅标准化进程的加速，建筑门洞尺寸趋向统一规范，为未来标准门的发展提供了市场基础，有助于提高木门行业的生产效率，增强规模化生产企业的竞争优势，进一步提高行业集中度。标准化、规模化、自动化已成为木门企业的发展方向，这对木门企业的技术实力提出了更高要求，在淘汰缺乏经营优势的中小型企业的同时，也为新进入者设置了较高的技术壁垒。

智造升级。一方面，产业集中度逐渐提升，一些企业的规模越来越大，产量越来越高，需要通过优化生产线提高效率进而降低成本；另一方面，随着行业发展进入存量时代，二手房、旧房改造等催生的改善型门窗需求强劲，木门、门窗的市场需求逐步放大，企业需要快速提高产能、效率，以便提供更为完备的服务。因此，智造升级成为木门、门窗企业发展关键之一。

《2024-2030年中国木门行业竞争现状及投资策略研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是木门领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

【特别说明】内容概况部分为我司关于该研究报告核心要素的提炼与展现，报告最终交付版本与内容概况在展示形式上存在一定差异，但最终交付版完整、全面的涵盖了内容概况的相关要素。

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 中国木门行业发展分析

第一节 中国木门业的发展

第二节 近年中国木门行业发展状况

第三节 定制化木门发展状况

第四节 中国木门行业标准化发展解析

第三章 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、我国木门行业销售模式分析

六、我国木门市场存在的主要问题

第二节 近年中国木门市场发展状况

第三节 木门市场消费分析

第四节 木门企业区域市场拓展分析

第四章 中国木门行业面临的挑战与发展

第一节 中国木门业发展的问题

第二节 中国木门业发展的对策

第三节 中小型木门企业发展的的问题与对策

第五章 中国木门细分行业

第一节 实木门

第二节 实木复合门

第三节 钢木门

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

第六章 中国木门行业区域发展分析

第一节 中国木门行业区域发展综述

- 一、我国木门行业区域分布
- 二、我国木门业区域发展优势分析
- 三、西南地区木门业发展态势

第二节 四川省木门业

第三节 重庆市木门业

第四节 山东省木门业

第五节 其他区域

- 一、湖北省木门业发展现状
- 二、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

第七章 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

第二节 木门行业品牌发展的问题

第三节 木门行业品牌发展策略

第八章 2019-2023年中国木门市场竞争分析

第一节 木门市场竞争现状

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

第九章 2019-2023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、木门渠道拓宽要从多方面抓起
 - 二、零售和工程市场是主要渠道
 - 三、木门市场需要扩展隐形渠道
 - 四、复合渠道的探索与应用
 - 六、工程渠道的出现带来新的机会
- 第二节 木门企业经销商管理分析
- 一、木门企业应遵循求同存异的基本原则
 - 二、木门市场经销商需要转型观念
 - 三、木门企业与经销商的关系处理
 - 四、木门企业经销商竞争策略
- 第三节 木门市场渠道发展存在的问题及对策
- 一、木门行业渠道建设还需加强
 - 二、木门行业渠道优化亟待解决
 - 三、木门行业出口渠道困难重重
 - 四、木门企业应多方位拓宽渠道
 - 五、木门产品营销渠道推力不足
 - 六、木门企业面对消费者策略

第十章 2019-2023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 2019-2023年木门行业重点企业

- 第一节 梦天家居集团股份有限公司
- 第二节 北京阔阔同创工贸有限公司
- 第三节 华鹤集团有限公司
- 第四节 广东润成创展木业有限公司
- 第五节 重庆星星套装门（集团）有限责任公司
- 第六节 重庆美心（集团）有限公司
- 第七节 欧派家居集团股份有限公司

第十二章 2024-2030年中国木门行业投资分析

- 第一节 木门行业投资环境及现状
- 第二节 木门行业投资机会分析
- 第三节 木门行业投资风险及建议

第十三章 2024-2030年木门行业发展前景预测

- 第一节 木门业发展前景展望
- 第二节 木门行业发展趋势预测

图表目录：部分

- 图表1：木门分类
- 图表2：木门经销商零售渠道生产流程
- 图表3：2019-2023年我国木门市场规模走势图
- 图表4：2019-2023年我国不同类型木门市场规模统计图
- 图表5：2019-2023年中国木门市场规模区域分布（单位：亿元）
- 图表6：2019-2023年我国木门供需平衡统计图
- 图表7：2019-2023年我国不同类型木门消费量统计图
- 图表8：2019-2023年西南地区木门市场规模
- 图表9：2019-2023年四川省木门市场规模
- 图表10：2019-2023年四川省木门市场规模

图表11：2019-2023年山东省木门行业市场规模

图表12：2019-2023年湖北省木门行业市场规模

图表13：2023年中国主要木门上市企业市占率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980783.html>