

2015-2020年中国木门行业 行业分析与投资前景研究调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国木门行业行业分析与投资前景研究调查报告》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.bosidata.com/jiancai1502/613827CY4A.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

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

1.2 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

1.2.5 实木的质量标准

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 2012-2014年中国木门行业发展分析

2.1 中国木门业的发展

2.1.1 中国木门行业发展现状

2.1.2 我国木门业发展呈现新特征

2.1.3 我国木门行业进入整合时代

2.1.4 我国木门行业发展热点解析

2.1.5 机械化助力我国木门业发展

2.1.6 木门企业迎来整体家居时代

2.1.7 我国木门行业面临洗牌

2.2 2012-2014年中国木门行业发展状况

2.2.1 2012年中国木门产业发展状况

2.2.2 2013年我国木门业发展分析

2.2.3 2014年中国木门行业发展形势

2.3 定制化木门发展状况

2.3.1 定制木门仍为市场主流

2.3.2 木门定制化存在的缺陷

2.3.3 定制木门制造商提升竞争力的途径

2.3.4 木门业定制化产品发展空间广阔

2.4 中国木门行业标准化发展解析

2.4.1 木门行业实现标准化的重要性

2.4.2 标准化是木门产业升级的主要途径

2.4.3 标准木门对木门业发展的影响分析

2.4.4 标准化成木门产业规模化发展要求

2.4.5 我国木门行业标准滞后

2.4.6 标准化缺失制约木门业发展

2.4.7 标准化是木门业发展的必然趋势

2.4.8 我国木门业大规模标准化生产将获长足进展

第三章 2012-2014年中国木门市场分析

3.1 中国木门市场发展综述

3.1.1 我国木门市场需求分析

3.1.2 木门市场需求日益加大

3.1.3 主流木门产品市场现状分析

3.1.4 我国木门出口市场分析

3.1.5 我国木门市场OEM发展分析

3.1.6 我国木门市场存在的主要问题

3.2 2012-2014年中国木门市场发展状况

3.2.1 2012年中国木门出口市场分析

3.2.2 2013年我国木门市场发展状况

3.2.3 2014年国内木门市场销量

3.3 木门市场消费分析

3.3.1 木门消费市场调查分析

3.3.2 不同年龄群体木门消费特点分析

3.3.3 订制周期长制约木门市场消费

3.3.4 木门企业需把握市场消费动向

3.4 木门企业区域市场拓展分析

3.4.1 木门下乡市场销售态势良好

3.4.2 我国木门企业拓展二三线市场的建议

3.4.3 二线市场木门企业转型对策

3.4.4 木门业拓展三四线城市的策略

3.4.5 木门业二三类品牌拓展乡镇市场的策略

3.4.6 木门业二线品牌地县市场前景广阔

第四章 2012-2014年中国木门行业面临的挑战与发展

4.1 中国木门业发展的问题

4.1.1 我国木门行业发展存在的弊端

4.1.2 木门行业发展缓慢的因素分析

4.1.3 我国木门行业转型面临困局

4.1.4 生产方式落后制约木门行业发展

4.1.5 物流滞后制约木门业发展

4.2 中国木门业发展的对策

4.2.1 我国木门业实现可持续发展的建议

4.2.2 中国木门行业的发展战略

4.2.3 木门企业需创新发展

4.2.4 木门企业应对困境的策略

4.2.5 木门企业平稳发展的对策

4.2.6 木门企业创新发展策略

4.2.7 木门企业应进行三大变革

4.3 中小型木门企业发展的的问题与对策

4.3.1 制约中小木门企业开拓农村市场的因素

4.3.2 中小型木门企业突破困境的对策

4.3.3 中小木门企业转型策略分析

4.3.4 中小木门企业发挥自身优势的措施

第五章 2012-2014年中国木门细分行业分析

5.1 实木门

5.1.1 实木门市场发展现状

5.1.2 原木门市场销售走俏

5.1.3 二三线城市实木门市场发展缓慢

5.1.4 实木门市场发展趋势分析

5.2 实木复合门的发展

5.2.1 实木复合门应具备的元素

5.2.2 实木复合门行业发展状况

5.2.3 实木复合门迎来低碳环保机遇

5.2.4 低碳环保成实木复合门发展热点

5.2.5 实木复合门企业发展对策

5.2.6 实木复合门市场前景看好

5.3 钢木门

5.3.1 钢木门国际市场倍受青睐

5.3.2 我国钢木门市场发展态势

5.3.3 钢木门行业竞争激烈

5.3.4 钢木门行业发展电子商务的优势

5.3.5 制约钢木门行业发展的因素

5.3.6 钢木门行业健康发展的对策

5.3.7 钢木门企业进军农村市场的建议

5.3.8 钢木门产业面临发展机遇

5.3.9 钢木门市场前景广阔

5.4 其他木门

5.4.1 强化木门发展状况

5.4.2 模压门市场前景看好

5.4.3 油漆木门企业崛起模式分析

第六章 2012-2014年中国木门行业区域发展分析

6.1 2012-2014年中国木门行业区域发展综述

6.1.1 我国木门行业区域分布

6.1.2 我国木门业区域发展优势分析

6.1.3 西南地区木门业发展态势

6.2 四川省木门业

6.2.1 四川木门业发展的优势

6.2.2 成都木门品牌满意度分析

6.2.3 四川木门业营销策略解析

6.2.4 四川木门企业提升竞争力的策略

6.2.5 四川木门企业创新发展战略

6.3 重庆市木门业

6.3.1 重庆木门行业发展环境分析

6.3.2 重庆木门企业发展现状分析

6.3.3 制约重庆木门业发展的主要因素

6.3.4 重庆木门业的发展对策

6.4 山东省木门业

6.4.1 山东省木门行业发展简况

6.4.2 东营市木门市场发展分析

6.4.3 日照市木门市场竞争激烈

6.5 其他区域

6.5.1 湖北省木门业发展现状

6.5.2 厦门木门行业发展状况

6.5.3 南京市木门市场销售遇冷

6.5.4 山西省木门企业发展经验借鉴

第七章 2012-2014年中国木门行业品牌分析

7.1 木门行业品牌建设重要性分析

7.1.1 木门行业品牌建设势在必行

7.1.2 国产木门品牌现状分析

7.1.3 木门企业品牌建设的必要性

7.1.4 木门品牌将集约化发展

7.2 木门行业品牌发展的问题

7.2.1 木门品牌建设存在的软肋

7.2.2 木门市场品牌效应亟待提高

7.2.3 木门品牌传播存在的问题

7.3 木门行业品牌发展策略

7.3.1 木门企业品牌打造策略

7.3.2 木门企业品牌运营策略

7.3.3 木门企业品牌推广策略

7.3.4 木门企业品牌建设策略分析

7.3.5 木门渠道品牌打造途径分析

第八章 2012-2014年中国木门市场竞争分析

8.1 2012-2014年木门市场竞争现状

8.1.1 我国木门市场竞争激烈

8.1.2 海内外品牌争夺我国木门市场

8.1.3 县级市场成木门业竞争焦点

8.1.4 木门市场竞争发生变化

8.1.5 我国木门市场恶性竞争现象严重

8.2 木门市场竞争策略分析

8.2.1 木门企业应对竞争的策略

8.2.2 提升木门企业核心竞争力的对策

8.2.3 差异化策略有利于提升木门企业竞争力

8.3 木门市场未来竞争趋势

8.3.1 木门市场竞争将日趋激烈

8.3.2 未来木门行业竞争将白热化

8.3.3 木门业将迎来集中竞争时代

第九章 2012-2014年中国木门市场渠道分析

9.1 2012-2014年木门市场渠道发展现状

9.1.1 弱势木门企业撤出大型家居卖场

9.1.2 木门业电子商务发展现状

9.1.3 团购成木门市场新型渠道

9.1.4 高端木门市场独立渠道模式兴起

9.1.5 我国木门品牌推广渠道分析

9.1.6 木门市场仓储式厂家直营特色卖场分析

9.2 木门企业经销商管理分析

9.2.1 木门企业正确选择经销商的重要性

9.2.2 国内木门市场经销商发展现状

9.2.3 木门企业更换经销商存在的障碍及对策

9.2.4 木门企业经销商管理策略

9.3 木门市场渠道发展存在的问题及对策

9.3.1 木门市场渠道存在的弊端

9.3.2 木门市场营销模式亟待转变

9.3.3 木门直销模式主要问题分析

9.3.4 木门企业应多方位拓宽渠道

9.3.5 连锁经营模式带动木门企业发展

9.3.6 木门新品终端推广策略

第十章 2012-2014年中国木门市场营销分析

10.1 木门市场营销综述

10.1.1 我国木门市场营销现状

10.1.2 我国木门市场营销呈现新特征

10.1.3 木门市场口碑营销分析

10.1.4 木门市场坐商营销解析

10.2 木门市场网络营销分析

10.2.1 网络营销开始受木门企业重视

10.2.2 木门网络营销创新模式分析

10.2.3 中小木门企业网络营销优势分析

10.2.4 木门市场网络营销策略分析

10.2.5 木门企业微博营销策略

10.3 木门企业营销案例分析

10.3.1 TATA木门网络营销

10.3.2 千嘉门业“五位一体”营销

10.3.3 山西嘉艺木业差异化营销

10.3.4 柯尚木门魅力营销

10.4 木门营销策略分析

10.4.1 木门企业品牌营销注重点

10.4.2 木门行业营销策略解析

10.4.3 木门企业营销方式的选择

10.4.4 木门企业提升营销力的途径

第十一章 2012-2014年木门行业重点企业经营状况

11.1 吴江市金丰木门厂

11.1.1 公司简介

11.1.2 金丰木门发展迅速

11.1.3 金丰木门市场销量领先

11.2 浙江梦天木业有限公司

11.2.1 公司简介

11.2.2 梦天木门跻身行业前列

11.2.3 梦天木业发展策略

11.3 广东润成创展木业有限公司

11.3.1 公司简介

11.3.2 润成创展木门稳健发展

11.3.3 润成创展的发展现状及战略部署

11.4 北京阔阔饰佳工贸有限公司

11.4.1 公司简介

11.4.2 TATA木门的发展历程

11.4.3 TATA木门的发展目标

11.5 华鹤集团有限公司

11.5.1 公司简介

11.5.2 华鹤木门的发展历程

11.5.3 2013年华鹤集团取得新进展

11.6 浙江金迪门业有限公司

11.6.1 公司简介

11.6.2 2014年金迪门业发展态势

11.6.3 金迪门业积极发展免漆门

第十二章 木门行业投资分析

12.1 木门行业投资环境及现状

12.1.1 我国木门行业投资环境分析

12.1.2 跨界投资成我国木门行业热点

12.1.3 企业跨界投资木门业原因探析

12.2 木门行业投资机会分析

12.2.1 木门市场面临投资机遇

12.2.2 木门业面临保障房建设机遇

12.2.3 精装房建设带来投资良机

12.2.4 木门三四线市场潜藏投资商机

12.3 木门行业投资风险及建议

12.3.1 木门行业投资风险

12.3.2 木门市场面临同质化风险

12.3.3 木门行业投资风险防范措施

12.3.4 跨行投资木门业需慎重

第十三章 木门行业发展前景预测

13.1 木门业发展前景展望

13.1.1 木门行业发展机遇分析

13.1.2 我国木门行业前景展望

13.1.3 我国木门市场空间广阔

13.1.4 我国木门行业将进入发展黄金期

13.2 中国木门行业发展趋势预测

13.2.1 国内木门市场发展趋势分析

13.2.2 “十二五”期间木门业将进入转型期

13.2.3 2015年木门行业发展趋势

13.2.4 2015-2020年中国木门市场预测分析

13.2.6 未来木门消费市场预测

13.3 木门产品的发展趋势

13.3.1 我国木门产品流行趋势

13.3.2 我国木门产品研发趋向

13.3.3 我国木门产品未来发展重点

图表目录：

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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014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：我国木门出口主要国别地区

图表：我国木门出口主要省市

图表：我国木门出口统计

图表：略

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiancai1502/613827CY4A.html>