

# 2021-2027年中国木门市场 评估与未来前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国木门市场评估与未来前景预测报告》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/202011/192966.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

2005年以来，随着房地产市场的增长，中国木门行业步入旺盛发展的“黄金周期”，在经历了手工打制到小作坊制作后，越来越多的木门企业进入了规模化生产的阶段，木门行业在建材装饰业中的地位开始显现，也吸引了许多其他行业企业与资金进入。这个阶段，已出现大厂家开始打破区域限制，跨地域发展，其他相关行业企业也凭借资金优势进入木门行业。

目前在全国形成了珠三角、长三角、东北地区、环渤海地区和西南地区等五大生产基地，但国内木门行业中作坊式中小企业仍然居多，尚未出现全国性领导品牌。自2009年起，我国房产调控政策渐严，木门行业作为与房地产业紧密相关的行业也有所波动，与此同时，建材装饰业的环保要求日趋严格，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。这个阶段，机械化程度高、规模大、工厂化生产的大型品牌木门企业出现，并引领行业由价格竞争向品牌、设计竞争过渡。

整体来看，我国房地产市场近十多年一直处于波动上升的发展趋势，给我国木门行业的产业发展提供了良好的成长空间。2017年我国木门行业市场规模约1325.82亿元，同比2016年的1236.55亿元增长了7.22%。近几年我国木门行业市场规模情况如下图所示：2011-2017年中国木门行业规模情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国木门市场评估与未来前景预测报告》共十九章。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 2011-2019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 2011-2019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 2011-2019年中国木门行业发展分析

- 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 2011-2019年中国木门市场分析

### 5.1 中国木门市场发展综述

### 5.1.1 市场需求分析

下游市场的需求扩张，促使我国木门产量在2015年突破1亿樘规模，2017年我国国内木门产量为11950万樘，同期出口数量约为391万樘，进口数量为5万樘，国内木门表观消费量为11564万樘。2011-2017年我国木门产品供需平衡统计图

### 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

## 5.2 2011-2019年中国木门市场发展状况

### 5.2.1 2019年行业发展回顾

### 5.2.2 2019年行业亮点分析

### 5.2.3 2019年行业发展现状

### 5.2.4 2019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

### 5.4.6 木门业二线品牌地县市场前景广阔

## 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 2011-2019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

### 7.2.3 2019年市场回顾

### 7.2.4 2019年市场规模

### 7.2.5 2019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

### 7.5.1 O2O模式

### 7.5.2 C2F模式

### 7.5.3 B2C模式

### 7.5.4 OSO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 2011-2019年中国木门行业进出口数据分析

### 8.1 2011-2019年中国木制门及其框架和门槛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
- 8.2 2011-2019年主要贸易国木制门及其框架和门槛进出口情况分析
  - 8.2.1 进口市场分析
  - 8.2.2 出口市场分析
- 8.3 2011-2019年主要省市木制门及其框架和门槛进出口情况分析
  - 8.3.1 进口市场分析
  - 8.3.2 出口市场分析

## 第九章 2011-2019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 中小型企业竞争力提升策略
  - 9.3.3 中小型企业突破困境的对策
  - 9.3.4 中小型企业转型策略分析
  - 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 2011-2019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 2011-2019年中国木门行业区域发展分析

### 11.1 2011-2019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 2011-2019年中国木门市场竞争分析

### 13.1 2011-2019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 2011-2019年中国木门市场渠道分析

- 14.1 2011-2019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 2011-2019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
  - 15.4.1 TATA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 2011-2019年中国木门行业相关产业发展分析

### 16.1 木材加工行业

- 16.1.1 2019年行业发展回顾
- 16.1.2 2019年行业发展分析
- 16.1.3 2019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 2011-2019年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
  - 17.5.3 TATA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
- 19.3 2021-2027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 2011-2019年全国房地产开发投资增速

图表 2011-2019年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 2011-2019年全国商品房销售面积及销售额增速

图表 2011-2019年全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表 2019年全国房地产开发和销售情况

图表 2019年东中西部地区房地产开发投资情况

图表 2019年东中西部地区房地产销售情况

图表 2011-2019年全国房地产开发投资增速

图表 2011-2019年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 2011-2019年全国商品房销售面积及销售额增速

图表 2011-2019年全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表 2019年全国房地产开发和销售情况

图表 2019年东中西部和东北地区房地产开发投资情况

图表 2019年东中西部和东北地区房地产销售情况

图表 2011-2019年全国房地产开发投资增速

图表 2011-2019年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 2011-2019年全国商品房销售面积及销售额增速

图表 2011-2019年全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表 2011-2019年服务业增加值增长情况

图表 2011-2019年中国服务业占比趋势

图表 2011-2019年中国规模城镇化率

图表 2011-2019年中国社会消费品零售总额增长

图表 “一次开放”与“二次开放”

图表 2019年年末人口及其构成

图表 门扇的结构

图表 木门门扇生产工艺流程图

图表 新旧门扇生产工艺的区别

图表 单台热压机的木门压贴生产线

图表 常用门框结构

图表 门框角部连接方式

图表 门框90°角连接结构

图表 门框45°角连接结构

- 图表 门框加工中心
- 图表 木门的涂饰方法
- 图表 木门专用加工机械
- 图表 数控门扇四边锯
- 图表 数控横挺锯钻喷胶装榫一体机
- 图表 门框（门套）锯钻铣一体机
- 图表 2011-2019年我国木门行业产值变化情况
- 图表 2011-2019年中国木门市场景气指数
- 图表 两类消费者家庭月收入分布比例
- 图表 木门品牌认知对购买决策的影响
- 图表 消费者购买木门时主要关注点排序
- 图表 消费者购买木门时考虑产品因素排序
- 图表 消费者通过网络商城购物的可能性统计
- 图表 不同类型门产品消费关注点
- 图表 华东地区门业消费者家庭月收入相对较高

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/192966.html>