

中国木门行业市场需求及投资风险展望报告2022-2028年

产品名称	中国木门行业市场需求及投资风险展望报告2022-2028年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

中国木门行业市场需求及投资风险展望报告2022-2028年

+++hs++++hs+++hs+++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++

【全新修订】：2022年12月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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

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 2017-2022年中国木门市场发展状况

5.2.1 行业发展回顾

5.2.2 行业亮点分析

5.2.3 行业发展现状

5.2.4 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 代理商来源区域分布情况

6.2.3 代理商代理品牌档次定位分析

6.2.4 代理商店面经营场所分析

6.2.5 代理商年龄阶段分析

6.2.6 代理商加盟关注热点分析

6.2.7 代理商加盟成功开业周期情况分析

6.2.8 代理商关注品牌分析

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 木门品牌

6.4.2 木门品牌

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 2017-2022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

7.2.2 行业发展现状

7.2.3 市场发展回顾

7.2.4 市场规模现状

7.2.6 “十四五”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 2017-2022年中国木门行业进出口数据分析

8.1 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 中小企业竞争力提升策略

9.3.3 中小企业突破困境的对策

9.3.4 中小企业转型策略分析

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 2017-2022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 2017-2022年中国木门行业区域发展分析

11.1 2017-2022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 2017-2022年中国木门市场竞争分析

13.1 2017-2022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

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 2017-2022年中国木门市场渠道分析

14.1 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 行业发展回顾

16.1.2 行业发展分析

16.1.3 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 “十四五”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 2017-2022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 2020年企业经营状况

17.1.3 2021年企业经营状况

17.1.4 2022年企业经营状况

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 核心竞争力分析

17.2.6 公司发展战略

17.2.7 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 核心竞争力分析

17.3.6 公司发展战略

17.3.7 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 核心竞争力分析

17.4.6 公司发展战略

17.4.7 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 品牌化

19.2.5 服务增值化

19.2.6 产品环保节能

19.3 2022-2028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

附录

附录一：中华人民共和国环境保护法

附录二：中华人民共和国广告法（2015年）

附录三：木家具通用技术条件

附录四：木门安装验收的相关标准

附录五：《木门企业等级划分规范》实施细则

附录六：中华人民共和国国家标准《木门窗》GB/T 29498-2013

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 2022年全球主要经济体GDP占比

图表 2017-2022年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2022年三次产业增加值占全国生产总值比重

图表 2017-2022年货物进出口总额

图表 2022年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2022年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2022年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表 2022年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表 2022年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表 2017-2022年全部工业增加值及其增长速度

图表 2022年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2017-2022年规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2022年规模以上工业生产主要数据

图表 2022年三次产业投资占固定资产投资

图表 2022年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2017-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2022年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2022年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2015-2022年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 2015-2022年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表 2022年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表 2015-2022年卫生技术人员人数

图表 万元国内生产总值能耗降低率

图表 清洁能源消费量占能源消费总量的比重

图表 2017-2022年全国房地产开发投资增速

图表 2017-2022年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 2017-2022年全国商品房销售面积及销售额增速

图表 2017-2022年全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表 2022年全国房地产开发和销售情况

图表 2022中西部和东北地区房地产开发投资情况

图表 2022东中西部和东北地区房地产销售情况

图表 2022年东中西部地区房地产开发投资情况

图表 2022年东中西部地区房地产销售情况

图表 “一次开放”与“二次开放”

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 2004-2022年我国木门行业产值变化情况

图表 2016-2022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

图表 消费者对售后服务的偏好

图表 木门行业整体搜索指数

图表 木门行业PC端搜索指数

图表 木门行业移动搜索指数

图表 木门相关微信公众号阅读量统计

图表 木门互联网新闻收录量

图表 木门行业新闻报道量走势

图表 木门行业新闻种类比例

图表 木门行业互联网人群地域分布状况

图表 木门行业互联网人群年龄分布状况

图表 木门行业互联网人群性别分布状况

图表 木门行业相关热词搜索指数

图表 木门行业互联网搜索需求分布

图表 木门行业互联网热搜关键词

图表 木门行业互联网热搜话题

图表 木门代理商互联网在线参与加盟代理数据

图表 木门代理商来源区域分布情况

图表 木门代理商店面筹备分析

图表 木门代理商投资能力分析

图表 木门代理商代理品牌档次定位分析

图表 木门代理商店面经营场所分析

图表 木门代理商代理级别分析

图表 木门代理商经营形式分析

图表 木门代理商年龄阶段

图表 木门代理商加盟关注热点分析

图表 木门代理商加盟成功开业周期情况

图表 代理商加盟关注木门品牌

图表 木门消费者地域分析

图表 木门消费者年龄分析

图表 消费者木门购买渠道分析

图表 木门产品风格指数分析

图表 木门材质指数分析

图表 木门颜色指数分析

图表 木门价格区间指数分析

图表 消费者选购木门关注因素

图表 木门投诉问题

图表 木门投诉涉及品牌情况

图表 中国木门影响力品牌

图表 中国木门品牌

图表 木门品牌搜索指数

图表 木门企业新闻投放量

图表 网络广告覆盖率

图表 木门品牌综合指数排行

图表 互联网活跃关注指数

图表 2014-2022年中国网民规模和互联网普及率

图表 2014-2022年中国手机网民规模及其占网民比例

图表 2017-2022年中国网民城乡结构

图表 2018-2022年中国城乡互联网普及率

图表 农村非网民不上网原因

图表 中国电子商务交易规模

图表 2017-2022年中国电子商务市场交易规模

图表 2017-2022年中国电子商务市场交易规模细分行业构成

图表 2017-2022年中国中小企业B2B运营商平台营收规模

图表 2017-2022年中国主要中小企业B2B电子商务运营商平台营收市场份额

图表 2017-2022年中国网络购物市场交易规模

图表 2017-2022年中国网络购物市场交易规模结构

图表 2022年中国B2C购物网站交易规模市场份额（口径1）

图表 2022年中国B2C购物网站交易规模市场份额（口径2）

图表 2017-2022年中国B2C购物网站交易规模市场占比（口径1）

图表 2017-2022年中国移动购物市场交易规模

图表 2017-2022年中国网购交易额PC端和移动端占比

图表 2017-2022年中国移动购物企业交易规模市场占比

图表 2017-2022年中国木制门及其框架和门槛进出口总额

图表 2017-2022年中国木制门及其框架和门槛进出口（总额）结构

图表 2017-2022年中国木制门及其框架和门槛贸易顺差规模

图表 2017-2022年中国木制门及其框架和门槛进口区域分布

图表 2017-2022年中国木制门及其框架和门槛进口市场集中度（分国家）

图表 2021年主要贸易国木制门及其框架和门槛进口市场情况

图表 2022年主要贸易国木制门及其框架和门槛进口市场情况

图表 2017-2022年中国木制门及其框架和门槛出口区域分布

图表 2017-2022年中国木制门及其框架和门槛出口市场集中度（分国家）

图表 2021年主要贸易国木制门及其框架和门槛出口市场情况

图表 2022年主要贸易国木制门及其框架和门槛出口市场情况

图表 2017-2022年主要省市木制门及其框架和门槛进口市场集中度（分省市）

图表 2021年主要省市木制门及其框架和门槛进口情况

图表 2022年主要省市木制门及其框架和门槛进口情况

图表 2017-2022年中国木制门及其框架和门槛出口市场集中度（分省市）

图表 2021年主要省市木制门及其框架和门槛出口情况

图表 2022年主要省市木制门及其框架和门槛出口情况

图表 我国木门行业六大主产区

图表 我国木门行业区域集中度

图表 建筑木门产品质量省级监督抽查结果汇总表

图表 广州市建筑木门产品质量监督抽查合格产品及其企业名单

图表 全国造林面积

图表 国家林业重点生态工程比重示意图

图表 国家林业重点生态工程造林与全部造林面积比较

图表 天保工程木材产量、造林面积

图表 退耕还林工程造林完成情况

图表 京津风沙源治理工程造林情况

图表 全国林业产业总产值及其增长速度

图表 林业产业总产值超3000亿元省份

图表 全国木材及主要林产工业产品产品

图表 人造板产量位列前7名的省份

图表 林业投资完成额与国家投资

图表 林业系统在岗职工年平均工资与增长速度

图表 2022年中国木材加工及木、竹、藤、棕、草制品业出口交货值统计表

图表 2022年中国木材加工及木、竹、藤、棕、草制品业出口交货值统计图

图表 2022年全国木材加工业工业生产者出厂价格指数

图表 主要建材产品需求预测

图表 “十四五”时期建材工业主要发展目标

图表 压减过剩产能专项行动

图表 传统建材升级换代行动

图表 区域特色产业培育行动

图表 先进无机非金属材料培育行动

图表 矿物功能材料发展行动

图表 关键技术培育重点

图表 标准规范推进行动

图表 绿色制造推进行动

图表 “互联网+”推进行动

图表 智能制造推进行动

图表 产业融合重点领域

图表 2017-2022年中国涂料产量趋势图

图表 2020年全国涂料产量数据

图表 2020年主要省份涂料占全国产量比重情况

图表 2021年全国涂料产量数据

图表 2021年主要省份涂料占全国产量比重情况

图表 2022年全国涂料产量数据

图表 2022年主要省份涂料占全国产量比重情况

图表 2022年涂料产量集中程度示意图

图表 中国涂料行业进出口统计

图表 各省市涂料出口统计

图表 中国涂料行业企业名单

图表 中国涂料企业外资与民族企业产量占比

图表 涂料企业各地区产量分布情况

图表 中国涂料企业产量波动情况占比

图表 常规产品与环境友好型产品VOC含量对比表

图表 2017-2020年大自然家居综合收益表

图表 2017-2020年大自然家居分部资料

图表 2017-2020年大自然家居收入分地区资料

图表 2020-2021年大自然家居综合收益表

图表 2020-2021年大自然家居分部资料

图表 2020-2021年大自然家居收入分地区资料

图表 2021-2022年大自然家居综合收益表

图表 2021-2022年大自然家居分部资料

图表 2021-2022年大自然家居收入分地区资料

图表 2017-2022年大亚科技总资产及净资产规模

图表 2017-2022年大亚科技营业收入及增速

图表 2017-2022年大亚科技净利润及增速

图表 2017-2022年大亚科技营业收入/主营业务分行业、产品、地区

图表 2017-2022年大亚科技营业利润及营业利润率

图表 2017-2022年大亚科技净资产收益率

图表 2017-2022年大亚科技短期偿债能力指标

图表 2017-2022年大亚科技资产负债率水平

图表 2017-2022年大亚科技运营能力指标

图表 2017-2022年吉林森工总资产及净资产规模

图表 2017-2022年吉林森工营业收入及增速

图表 2017-2022年吉林森工净利润及增速

图表 2017-2022年吉林森工营业收入/主营业务分行业、产品、地区

图表 2017-2022年吉林森工营业利润及营业利润率

图表 2017-2022年吉林森工净资产收益率

图表 2017-2022年吉林森工短期偿债能力指标

图表 2017-2022年吉林森工资产负债率水平

图表 2017-2022年吉林森工运营能力指标

图表 2017-2022年升达林业总资产及净资产规模

图表 2017-2022年升达林业营业收入及增速

图表 2017-2022年升达林业净利润及增速

图表 2017-2022年升达林业营业收入/主营业务分行业、产品、地区

图表 2017-2022年升达林业营业利润及营业利润率

图表 2017-2022年升达林业净资产收益率

图表 2017-2022年升达林业短期偿债能力指标

图表 2017-2022年升达林业资产负债率水平

图表 2017-2022年升达林业运营能力指标

图表 2022-2028年中国木门行业总产值预测

图表 2022-2028年中国建材家居行业市场规模预测

图表 木家具通用形状和位置公差

图表 木家具理化性能要求

图表 按开启形式分类及代号

图表 木门窗标记组成

图表 外观质量要求

图表 外观质量要求（续）

图表 框、扇的尺寸允许偏差

图表 平口平开门窗的配合间隙及允许偏差

图表 平口平开门窗的配合间隙及允许偏差（续）

图表 木门窗漆膜饰面性能要求

图表 木门窗浸渍胶膜纸饰面性能

图表 木门窗聚氯乙烯饰面性能

图表 抗风压性能分级

图表 气密性能分级

图表 水密性能分级

图表 空气声隔声性能分级

图表 保温性能分级

图表 采光性能分级

图表 遮阳性能分级

图表 框、扇尺寸允许偏差检测方法

图表 漆膜饰面性能检测方法

图表 物理性能试验方法

图表 机械力学性能试验方法

图表 检验项目