

# 2015-2020年中国工业门市 场监测及投资规划建议研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2015-2020年中国工业门市场监测及投资规划建议研究报告》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/jiaju1502/U251048ELF.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】2025-05-13

【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 工业门产品专项调查方法介绍10

#### 第一节 调研方式及方法10

#### 第二节 市场规模统计范畴10

#### 第三节 市场预测模型10

### 第二章 工业门产品市场环境市场监测11

#### 第一节 2014年国际经济环境11

##### 一、世界经济从急跌到企稳回升11

##### 二、全球贸易跌幅收窄，保护主义加剧11

##### 三、发展中国家吸收外资占比近半12

##### 四、金融市场在动荡中逐步回稳12

##### 五、主要资源品价格由低谷迅速回升12

##### 六、全球经济走势预测13

#### 第二节 2014年国内宏观经济环境14

##### 一、2009-2014年GDP增长分析14

##### 二、2012-2014年投资、消费、进出口分析14

##### 三、全球金融危机对中国经济的影响16

##### 四、行业与宏观经济周期相关性分析17

##### 五、中国经济走势预测17

##### （一）政策成为拉动消费的第一推动力17

##### （二）多年来居民财富的累积为消费释放提供了先决条件18

#### 第三节 产业政策分析18

#### 第四节 产业结构调整对工业门行业的影响19

#### 第五节 产品所属行业概况20

##### 一、行业相关定义及分类20

##### 二、行业基本属性20

##### 三、行业发展历程20

### 第三章 工业门产品生产深度调查22

#### 第一节 产品生产概况22

一、2012-2014年市场生产规模调查22

二、生产区域结构调查23

（一）按地区划分23

（二）按省份划分（排名前五位）23

三、不同规模企业生产结构调查24

四、不同所有制企业生产结构调查24

五、细分产品生产结构调查25

第二节 拟在建项目调查25

第三节 2015-2020年产品产量预测26

第四节 综合分析评价26

第四章 工业门项目产品消费深度调查27

第一节 产品需求概况27

一、市场需求规模调查27

二、需求区域结构调查28

（一）按地区划分28

（二）按省份划分（排名前五位）29

三、细分产品需求结构调查29

第二节 国外市场需求调查30

一、国外市场需求规模调查30

二、国外需求区域结构调查30

第三节 2012-2014年工业门产品进出口量值30

第四节 工业门产品应用行业调查30

一、产品应用行业供需情况调查30

二、应用行业产品需求情况调查31

三、应用行业发展趋势及对产品影响33

（一）短期影响33

（二）长期影响33

四、应用行业产品消费量预测33

第五节 产品下游消费特点分析34

一、下游消费构成调查34

二、购买动机调查34

三、消费者购买习惯调查34

- (一) 对价格的偏好34
- (二) 对质量的偏好34
- (三) 对品牌的偏好34
- (四) 其他因素的偏好34

#### 第六节 综合分析评价34

### 第五章 2012-2014年工业门行业运行回顾分析36

#### 第一节 工业门产品供需状况分析36

- 一、2012-2014年工业门产品市场现状分析36
- 二、2012-2014年工业门产品供应现状分析36
- 三、2012-2014年工业门产品需求现状分析36

#### 第二节 工业门进出口状况分析37

- 一、2012-2014年进出口量统计分析37
- 二、2012-2014年进出口金额变化分析37
- 三、2012-2014年进出口结构变化分析37
- 四、2012-2014年进出口来源结构分析38
- 五、2012-2014年进出口流向结构分析39

#### 第三节 工业门行业财务基本面分析40

- 一、2012-2014年行业盈利能力分析40
- 二、2012-2014年行业运营效率分析40
- 三、2012-2014年行业偿债能力分析41
- 四、2012-2014年行业成长能力分析42

### 第六章 工业门项目产品原材料市场运营状况分析43

#### 第一节 产品原材料生产情况调查43

- 一、产品原材料生产规模调查43
  - (一) 市场运营状况分析43
  - (二) 评价分析43

#### 二、工业门产品原材料生产区域结构调查43

- (一) 市场运营状况分析43
- (二) 评价分析44

#### 三、2015-2020年工业门产品原材料生产规模预测44

#### 第二节 产品原材料价格走势调查46

- 一、工业门产品原材料历年价格调查46

(一) 市场运营状况分析	46
(二) 分析	48
二、工业门产品原材料走势预测	48
三、工业门产品原材料走势对企业影响	49
(一) 短期影响	49
(二) 长期影响	49
(三) 产品原材料成本敏感度	49
第三节 产品原材料对应策略	49
第七章 工业门行业竞争现状分析	50
第一节 行业竞争结构分析	50
一、现有企业间竞争	50
二、潜在进入者分析	50
三、替代品威胁分析	51
四、供应商议价能力	52
五、客户议价能力	53
第二节 行业集中度分析	53
一、2013-2014年市场集中度分析	53
二、2013-2014年品牌集中度分析	54
三、2013-2014年企业集中度分析	55
四、2013-2014年区域集中度分析	55
第三节 行业竞争力比较分析	56
一、生产要素	56
二、需求条件	56
三、支援与相关产业	57
四、企业战略、结构与竞争状态	57
五、政府的作用	58
第八章 工业门产品技术深度调查	59
第一节 国内市场最新技术运用状况	59
第二节 国际市场最新技术运用状况	59
第三节 中外技术对比分析	61
第四节 国内技术市场区域优势	62
第九章 工业门产品重点企业市场监测	63

## 第一节 产品主要生产企业排名情况调查63

### 一、市场运营状况分析63

### 二、分析63

## 第二节 产品主要生产企业基本情况调查64

### 一、沈阳华帅门业有限公司基本情况64

### 二、霍曼（北京）门业有限公司基本情况64

### 三、昆山阔福门业有限公司基本情况65

## 第三节 重点企业研发能力调查及分析65

### 一、各企业研发中心概况65

### 二、各企业新产品研发状况65

### 三、各企业品牌产品在行业市场的领先技术和优势66

## 第四节 产品主要生产企业主营业务情况调查66

### 一、沈阳华帅门业有限公司主营业务情况调查66

#### （一）主营业务产品66

#### （二）主营产品销售区域调查67

#### （三）主营产品销售情况调查67

### 二、霍曼（北京）门业有限公司主营业务情况调查67

#### （一）主营业务产品67

#### （二）主营产品销售区域调查67

#### （三）主营产品销售情况调查67

### 三、昆山阔福门业有限公司主营业务情况调查68

#### （一）主营业务产品68

#### （二）主营产品销售区域调查68

#### （三）主营产品销售情况调查68

## 第五节 产品主要生产企业产品生产成本情况调查68

### 一、沈阳华帅门业有限公司产品生产成本调查68

### 二、霍曼（北京）门业有限公司68

### 三、昆山阔福门业有限公司69

## 第六节 工业门产品主要生产企业财务情况调查69

### 一、沈阳华帅门业有限公司69

#### （一）企业经营能力指标调查69

#### （二）企业盈利能力指标调查69

(三) 企业偿债能力指标调查	69
(四) 企业发展能力指标调查	70
二、霍曼(北京)门业有限公司	70
(一) 企业经营能力指标调查	70
(二) 企业盈利能力指标调查	70
(三) 企业偿债能力指标调查	71
(四) 企业发展能力指标调查	71
三、昆山阔福门业有限公司	71
(一) 企业经营能力指标调查	71
(二) 企业盈利能力指标调查	72
(三) 企业偿债能力指标调查	72
(四) 企业发展能力指标调查	72
第七节 产品主要生产企业盈利预期调查	72
一、沈阳华帅门业有限公司	72
二、霍曼(北京)门业有限公司	73
三、昆山阔福门业有限公司	73
第八节 企业经营策略与发展战略分析	73
一、沈阳华帅门业有限公司	73
二、霍曼(北京)门业有限公司	74
三、昆山阔福门业有限公司	74
第九节 企业优劣势及竞争力分析	74
一、沈阳华帅门业有限公司	74
二、霍曼(北京)门业有限公司	75
三、昆山阔福门业有限公司	75
第十节 中商情报网建议	76
第十章 工业门产品营销策略调研	77
第一节 销售组织及结构调查分析	77
一、主要销售模式分析	77
(一) 卖场销售模式	77
(二) 自营店销售模式	77
(三) 代理加盟销售模式	77
(四) 网络销售模式	78



二、主要销售组织架构分析78

三、主要销售战略规划分析78

第二节 销售区域调查分析80

一、主要产品品种销售区域分布80

二、新产品销售区域分布预测80

第三节 品牌策略分析80

（一）统一品牌策略80

（二）个别品牌策略80

（三）扩展品牌策略81

（四）品牌创新策略81

第十一章 2015-2020年工业门产品趋势预测展望82

第一节 行业发展环境展望82

一、2015-2020年宏观经济形势展望82

二、2015-2020年政策走势及其影响83

三、2015-2020年国际行业走势展望83

第二节 相关产品发展展望84

第三节 行业发展趋势展望84

一、2015-2020年技术发展趋势展望84

二、2015-2020年工业门产品发展趋势展望85

三、2015-2020年用户需求趋势86

（一）新增需求86

（二）旧门更换86

（三）更新换代86

四、2015-2020年渠道市场结构86

五、2015-2020年市场供需情况预测87

六、2015-2020年市场前景展望分析87

第十二章 2015-2020年工业门产品市场预测89

第一节 2015-2020年市场消费能力预测89

一、2015-2020年主要产品市场容量规模预测89

二、2015-2020年主要产品市场需求规模预测89

第二节 2015-2020年工业门产品市场供应能力预测89

一、2015-2020年行业产能预测89

## 二、2015-2020年主要产品产量预测90

### 第三节 2015-2020年工业门产品进出口预测90

#### 一、2015-2020年主要产品进出口预测90

#### 二、2015-2020年贸易政策预测91

### 第四节 2015-2020年主要产品价格走势预测91

#### 一、2015-2020年主要产品市场价格走势预测91

#### 二、2015-2020年主要产品原材料价格走势预测91

### 第五节 2015-2020年行业竞争格局预测分析92

## 第十三章 专家观点与研究结论93

### 第一节 报告主要研究结论93

### 第二节 专家建议93

### 图表目录：

图表1：项目调查方式10

图表2：2009-2014年我国GDP变化图14

图表3：2009-2014年我国固定资产投资变化图14

图表4：2009-2014年社会消费品零售总额变化图15

图表5：2009-2014年我国进出口总额变化图15

图表6：2009-2014年我国出口总额变化图16

图表7：2009-2014年我国进口总额变化图16

图表8：2012-2014年工业门生产规模22

图表9：2012-2014年工业门主要产品生产规模(单位：万套)22

图表10：2012-2014年工业门主要产品生产规模金额表（单位：亿元）22

图表11：2014年我国各地区工业门工业总产值结构比例图23

图表12：2014年我国各省市工业门工业总产值排名24

图表13：国内工业门行业不同规模生产企业各自占比24

图表14：工业门行业不同所有制企业生产规模对比24

图表15：2014年工业门行业主要产品占比25

图表16：2015-2020年工业门行业主要产品产量预测（万套）26

图表17：2012-2014年工业门产品国内市场需求规模27

图表18：2012-2014年工业门国内主要产品的需求量（万套）27

图表19：2012-2014年工业门国内主要产品需求金额表（亿元）27

图表20：工业滑升门产品地区需求结构28

图表21：工业快速门产品地区需求结构28

图表22：工业滑升门产品需求量前五省29

图表23：工业快速门产品地区需求量前五省市29

图表24：工业门产品需求各细分产品占比29

图表25：2012-2014年金属制门窗及其框架、门槛进出口总额（单位：亿美元）30

图表26：2012-2014年化学原料及化学制品制造业企业数量（单位：个）31

图表27：2012-2014年医药制造业企业数量（单位：个）31

图表28：2012-2014年通信设备、计算机及其他电子设备制造业企业数量（单位：个）32

图表29：2012-2014年纺织业企业数量（单位：个）32

图表30：2012-2014年食品制造业企业数量（单位：个）32

图表31：2012-2014年批发零售行业门店数量32

图表32：2012-2014年工业门其他应用行业数量情况33

图表33：2012-2014年工业门主要产品生产规模(单位：万套)36

图表34：2012-2014年工业门国内主要产品的需求量（单位：万套）36

图表35：2012-2014年铝制门窗及其框架、门槛进口量统计表37

图表36：2012-2014年铝制门窗及其框架、门槛出口量统计表37

图表37：2012-2014年铝制门窗及其框架、门槛进口金额统计表37

图表38：2012-2014年铝制门窗及其框架、门槛出口金额统计表37

图表39：2009-2014年铝制门窗及其框架、门槛进出口变化统计表37

图表40：2012-2014年铝制门窗及其框架、门槛进口国家和地区前五名38

图表41：2012-2014年铝制门窗及其框架、门槛出口国家和地区前五名39

图表42：2012-2014年工业门行业盈利能力指标情况40

图表43：2012-2014年工业门行业盈利能力状况走势40

图表44：2012-2014年工业门行业运营效率指标情况40

图表45：2012-2014年工业门行业偿债能力指标41

图表46：2012-2014年工业门行业偿债能力走势41

图表47：2012-2014年工业门行业成长能力指标42

图表48：2012-2014年工业门行业成长能力走势情况42

图表49：我国工业门产品主要原料生产规模分析（万吨）43

图表50：2014年我国粗钢产量前五名43

图表51：2014年我国初级形态塑料产量前五名44

图表52：2014年我国铝合金产量前五名44

图表53：2015-2020年中国粗钢产量预测45

图表54：2015-2020年中国初级塑料产量预测45

图表55：2015-2020年中国铝合金产量预测46

图表56：2009年12月-2014年大连钢铁市场钢铁价格综合指数46

图表57：2009-2014年华东市场普通级透苯市场价格变化47

图表58：2009-2014年华东市场普通级透苯市场价格变化47

图表59：2009-2014年长江现货市场铝合金锭价格变化48

图表60：2014年我国国内主要工业门品牌年销量结构比例图54

图表61：2014年我国各地区工业门工业总产值结构比例图55

图表62：2014年我国各地工业门生产相关领域技术研究中心62

图表63：2009-2014年工业门主要生产企业工业总产值排名（单位：千元）63

图表64：沈阳华帅门业有限公司主营产品销售情况调查表67

图表65：霍曼（北京）门业有限公司主营产品销售情况调查表（千元）67

图表66：昆山阔福门业有限公司主营产品销售情况调查表（单位：千元）68

图表67：沈阳华帅门业有限公司产品生产成本调查（单位：千元）68

图表68：霍曼（北京）门业有限公司产品生产成本调查（单位：千元）68

图表69：昆山阔福门业有限公司产品生产成本调查（单位：千元）69

图表70：2009-2014年沈阳华帅门业有限公司经营能力指标69

图表71：2009-2014年沈阳华帅门业有限公司盈利能力指标69

图表72：2009-2014年沈阳华帅门业有限公司偿债能力指标69

图表73：2009-2014年沈阳华帅门业有限公司发展能力指标70

图表74：2009-2014年霍曼（北京）门业有限公司经营能力指标70

图表75：2009-2014年霍曼（北京）门业有限公司盈利能力指标70

图表76：2009-2014年霍曼（北京）门业有限公司偿债能力指标71

图表77：2009-2014年霍曼（北京）门业有限公司发展能力指标71

图表78：2009-2014年昆山阔福门业有限公司经营能力指标71

图表79：2009-2014年昆山阔福门业有限公司盈利能力指标72

图表80：2009-2014年昆山阔福门业有限公司偿债能力指标72

图表81：2009-2014年昆山阔福门业有限公司发展能力指标72

图表82：中国工业门产品销售组织架构示意图78

图表83：2015-2020年工业门主要产品市场需求量预测（万套）89

图表84：2015-2020年工业门主要产品市场需求规模预测（亿元）89

图表85：2015-2020年工业门生产规模预测89

图表86：2015-2020年工业门行业主要产品产量预测（万套）90

图表87：2015-2020年金属制门窗及其框架、门槛进出口量预测90

图表88：2015-2020年金属制门窗及其框架、门槛进出口金额预测90

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaju1502/U251048ELF.html>