

# 2017-2022年中国门窗五金 行业深度调研与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国门窗五金行业深度调研与市场供需预测报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/H47750HAKR.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

安装在建筑物门窗上的各种金属和非金属配件的统称。在门窗启闭时起辅助作用。表面一般经镀覆或涂覆处理，具有坚固、耐用、灵活、经济、美观等特点。门窗五金件可按用途分为建筑门锁、执手、撑挡、合叶、铰链、闭门器、拉手、插销、窗钩、防盗链、感应启闭门装置等。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国门窗五金行业深度调研与市场供需预测报告》共十二章。首先介绍了门窗五金行业市场发展环境、门窗五金整体运行态势等，接着分析了门窗五金行业市场运行的现状，然后介绍了门窗五金市场竞争格局。随后，报告对门窗五金做了重点企业经营状况分析，最后分析了门窗五金行业发展趋势与投资预测。您若想对门窗五金产业有个系统的了解或者想投资门窗五金行业，本报告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：

第一部分行业运行现状

第一章中国门窗五金市场发展现状分析1

第一节中国门窗五金市场构成要素分析1

一、门窗五金产品购买主体构成分析1

二、门窗五金产品市场购买力分析1

三、门窗五金产品市场购买欲望分析3

第二节中国门窗五金市场主要品牌分析8

一、国外主要企业品牌分析8

1、品牌数量及所占份额8

2、主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析8

二、国内主要品牌分析11

1、品牌数量及所占份额11

2、主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析13

第三节2016年中国门窗五金市场运行数据分析17

一、2016年中国门窗五金市场产品销售情况分析17

- 1、销售总量分析17
- 2、主要销售区域分析18
- 3、市场需求特点分析18
- 二、2016年中国门窗五金市场产品供给情况分析19
  - 1、国内市场主要供给量分析19
  - 2、供给来源构成19
  - 3、供需格局分析20

## 第二章中国门窗五金市场消费能力及未来需求规模分析22

### 第一节2016年中国门窗五金市场消费能力现状分析22

- 一、中国门窗五金产品购买要素构成分析22
- 二、门窗五金产品替代产品威胁分析23
- 三、主要消费领域消费能力对比分析24

### 第二节影响中国门窗五金市场消费能力主要因素分析26

- 一、购买者的购买目的及主要用途26
- 二、购买者所处的消费环境28

### 第三节中国门窗五金消费市场独有特征分析31

### 第四节中国门窗五金市场增长潜力及驱动因素分析32

## 第三章2016年中国门窗五金市场需求特点及需求潜力分析34

### 第一节中国门窗五金市场主要消费统计数据定量分析34

- 一、总体销量数据分析34
- 二、分区域市场数据分析35
- 三、消费领域分布数据分析35

### 第二节2016年中国门窗五金产品区域集散地分析36

### 第三节2016年中国门窗五金产品城市、农村消费市场分析37

- 一、城市、农村市场表现特征37
- 二、城市、农村市场主要需求差异分析38
- 三、城市、农村门窗五金市场规模分析40

### 第四节中国门窗五金市场潜在需求领域开拓及需求潜力40

- 一、门窗五金市场潜在需求领域发展情况40
  - 1、主要潜在需求领域介绍40

2、当前该领域需求情况41

二、潜在需求市场需求潜力预测42

第四章中国门窗五金市场销售渠道现状分析44

第一节主要营销模式分析及比较44

第二节中国门窗五金市场销售品牌研究46

一、区域热卖品牌46

二、龙头企业动态48

第三节中国门窗五金市场标杆企业销售模式分析49

一、国外品牌企业49

二、国内龙头企业50

第五章区域市场52

第一节广东省门窗五金市场分析52

第二节山东省门窗五金市场分析53

第三节浙江省门窗五金市场分析55

第四节河南省门窗五金市场分析57

第六章关联产业61

第一节房地产行业分析61

第二节建材行业分析132

第三节有色金属（合金）行业分析134

第四节铝合金行业分析165

第五节塑钢行业分析174

第二部分行业竞争分析

第七章门窗五金行业竞争格局179

第一节门窗五金行业集中度分析179

一、企业集中度分析179

二、市场集中度分析179

三、区域集中度分析180

第二节门窗五金发展的“波特五力模型”分析181

- 一、行业内竞争181
- 二、潜在进入者分析181
- 三、替代品威胁分析184
- 四、供应商议价能力186
- 五、客户议价能力187

## 第八章门窗五金行业重点企业189

### 第一节海福乐五金(中国)有限公司189

- 一、企业概况分析189
- 二、企业经营分析189
- 三、企业战略分析191

### 第二节丝吉利娅奥彼窗门五金有限公司192

- 一、企业概况分析192
- 二、企业经营分析193
- 三、企业战略分析194

### 第三节山东国强五金科技股份有限公司195

- 一、企业概况分析195
- 二、企业经营分析197
- 三、企业战略分析198

### 第四节广东坚朗五金制品股份有限公司198

- 一、企业概况分析198
- 二、企业经营分析199
- 三、企业战略分析200

### 第五节广东合和建筑五金制品有限公司200

- 一、企业概况分析200
- 二、企业经营分析201
- 三、企业战略分析202

### 第六节香港立兴杨氏集团202

- 一、企业概况分析202
- 二、企业经营分析203
- 三、企业战略分析204

### 第七节意大利吉斯工业集团205

一、企业概况分析205

二、企业经营分析205

三、企业战略分析206

第八节广东雅洁五金有限公司206

一、企业概况分析206

二、企业经营分析208

三、企业战略分析209

第九节德国诺托集团(中国)有限公司210

一、企业概况分析210

二、企业经营分析210

三、企业战略分析211

第十节德国G-U集团212

一、企业概况分析212

二、企业经营分析213

三、企业战略分析216

第三部分行业前景分析

第九章2017-2022年门窗五金发展趋势预测217

第一节2017-2022年门窗五金市场预测217

一、2012-2015年中国门窗五金发展回顾217

二、2017-2022年我国五金门窗发展潜力218

第二节2017-2022年门窗五金发展趋势221

第三节门窗五金相关“十三五”发展规划分析222

一、“十三五”规划我国门窗五金行业转型方向222

二、建筑门窗配套件行业“十三五”发展规划224

三、中国五金制品行业“十三五”规划227

第四部分行业投资策略

第十章开拓中国门窗五金产品销售市场主要策略250

第一节中国门窗五金产品目标市场选择策略及模式250

一、目标市场选择标准250

二、目标市场选择策略的模式251

## 第二节影响中国门窗五金目标市场策略因素分析252

一、企业的资源特点252

二、产品及市场特点252

三、竞争者策略选择253

## 第三节中国门窗五金目标市场营销策略256

一、无差异市场营销256

二、差异性市场营销256

三、集中性市场营销257

## 第四节开拓中国门窗五金产品潜在需求市场策略258

一、潜在需求258

二、大力开发潜在需求的开发性营销策略260

三、进行开发性营销要注意的问题262

## 第五节门窗五金行业模式分析263

一、行业的生产模式分析263

二、行业的销售模式分析264

三、行业的采购模式265

## 第十一章2017-2022年投资机会与风险268

### 第一节2017-2022年投资机会分析268

一、2017-2022年投资效益分析268

二、2017-2022年投资机会分析268

三、2017-2022年高档门窗五金产品投资机遇269

### 第二节2017-2022年投资风险及防护270

一、2017-2022年市场竞争风险270

二、2017-2022年政策风险及防范270

三、2017-2022年技术风险及防范272

四、2017-2022年金融风险及防范274

五、2017-2022年贸易风险及防范277

六、2017-2022年财务分析及防范279

### 第三节门窗五金行业品牌战略283

一、企业品牌的重要性283

二、实施品牌战略的意义284

三、2017-2022年企业的品牌战略285

四、品牌战略管理的策略285

第十二章独家结论及策略建议288

第一节2017-2022年门窗五金行业投资策略分析288

一、战略综合规划288 (ZY LII)

二、技术开发战略289

三、业务组合战略293

四、区域战略规划296

五、产业战略规划305

六、竞争战略规划307

七、营销品牌战略308

第二节中国门窗五金市场消费潜力相关研究观点及结论309

一、2016年中国门窗五金市场规模判断结论309

二、2017-2022年中国门窗五金市场规模变化趋势及主要数据定量判断310

三、2017-2022年中国门窗五金市场消费潜力整体变化趋势的判断311

第三节中国门窗五金市场需求特点判断的主要观点311

一、门窗五金市场需求构成的判断311

二、2017-2022年中国门窗五金市场下游消费领域构成变化趋势的判断312

三、2017-2022年门窗五金市场替代品替代性趋势判断313

第四节独家策略建议314

一、对拟进入中国门窗五金市场企业的策略建议314

二、对已进入中国门窗五金市场企业的策略建议326 (ZY LII)

图表目录：

图表：2016年门窗五金产品购买主体构成1

图表：2013-2016年我国农村居民人均纯收入及实际比增长速度2

图表：2013-2016年我国城镇居民人均可支配收入及实际比增长速度3

图表：2012-2015年城乡居民家庭人均收入实际增速3

图表：2012-2016年我国房屋施工面积及增长5

图表：2012-2016年我国住宅施工面积及增长5

图表：2012-2016年我国房屋竣工面积及增长5

图表：2012-2016年我国住宅竣工面积及增长6

图表：2012-2016年我国商品房销售面积及增长6

图表：2012-2016年我国住宅商品房销售面积及增长6

图表：2012-2016年我国待开发土地面积及增长7

图表：2012-2016年我国房地产新开工面积及增长7

图表：2012-2016年我国期房销售面积及增长7

图表：门窗五金主要国产品牌13

图表：2013-2016年我国门窗五金销售产值18

图表：2013-2016年我国门窗五金产值19

图表：2016年我国低端、中高端门窗五金比例20

图表：21省(区、市)2016年城镇居民人均可支配收入排行榜26

图表：2013-2016年我国门窗五金销售产值34

图表：2013-2016年我国窗五金销售额34

图表：2016年我国门窗五金各区域消费比例35

图表：2016年我国门窗五金消费领域所占比例35

图表：2016年我国城市、农村门窗五金市场规模40

图表：2013-2016年我国中高端门窗五金市场规模42

图表：2017-2022年我国中高端门窗五金市场规模预测43

图表：门窗五金主要国产品牌47

图表：门窗五金主要国外品牌48

图表：2013-2016年广东省窗五金市场规模53

图表：2013-2016年山东省窗五金市场规模55

图表：2013-2016年浙江省窗五金市场规模57

图表：2016年各季度房地产开发投资情况62

图表：2016年第三季度各月全国土地购置面积情况63

图表：2016年第三季度各月房屋建设情况63

图表：2016年第三季度各月商品房销售情况64

图表：2016年第三季度新建商品住宅价格指数（环比及同比）走势65

图表：2016年第三季度各月开发企业到位资金来源情况66

图表：2016年开发企业各季度到位资金来源情况66

图表：2016年全国房地产开发投资情况68

图表：2016年全国土地购置面积与土地成交价款情况68

图表：2016年三个季度房屋建设情况69

图表：2016年全国房屋累计施工面积情况69

图表：2015年全年商品房销售情况70

图表：上市企业销售金额集中度71

图表：2016年中国房地产企业销售业绩梯队格局72

图表：2012-2016年三季度139家上市房企毛利率与净利率73

图表：2011-2016年全国房地产开发综合景气指数77

图表：2012-2016年10月我国房地产开发投资资金及增长情况78

图表：2012-2016年10月我国房地产开发投资完成额及增长情况78

图表：2012-2016年10月我国房地产新增固定资产及增长情况79

图表：2012-2016年10月我国房地产住宅开发投资完成额及增长情况79

图表：2012-2016年10月我国房地产办公楼开发投资完成额及增长情况80

图表：2012-2016年10月我国房地产商业营业用房开发投资完成额及增长情况80

图表：2012-2016年10月我国房地产其他开发投资完成额及增长情况81

图表：2012-2016年10月我国房地产东部地区开发投资完成额及增长情况81

图表：2012-2016年10月我国房地产中部地区开发投资完成额及增长情况82

图表：2012-2016年10月我国房地产西部地区开发投资完成额及增长情况82

图表：2012-2016年10月我国房地产地区开发投资完成额对比83

图表：2012-2016年我国房地产行业投资国内贷款及增长情况83

图表：2012-2016年我国房地产行业投资利用外资情况84

图表：2012-2016年10月我国房地产行业投资外商直接投资情况84

图表：2012-2016年10月我国房地产行业投资银行贷款及增长情况85

图表：2012-2016年10月我国房地产行业投资非银行金融机构贷款及增长情况85

图表：2016年全国房地产开发和销售情况85

图表：2016年8月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数87

图表：2016年8月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数88

图表：2016年8月七十个大中城市二手住房销售价格指数89

图表：2016年9月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数90

图表：2016年9月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数91

图表：2016年9月七十个大中城市二手住房销售价格指数92

图表：2016年10月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数93

图表：2016年10月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数94

图表：2016年10月七十个大中城市二手住房销售价格指数95

图表：2016年11月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数96

图表：2016年11月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数97

图表：2016年11月七十个大中城市二手住房销售价格指数98

图表：2015年12月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数99

图表：2015年12月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数100

图表：2015年12月七十个大中城市二手住房销售价格指数101

图表：2016年1月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数102

图表：2016年1月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数103

图表：2016年1月七十个大中城市二手住房销售价格指数104

图表：2016年2月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数105

图表：2016年2月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数106

图表：2016年2月七十个大中城市二手住房销售价格指数107

图表：2016年3月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数108

图表：2016年3月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数109

图表：2016年3月七十个大中城市二手住房销售价格指数110

图表：2016年4月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数111

图表：2016年4月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数112

图表：2016年4月七十个大中城市二手住房销售价格指数113

图表：2016年5月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数114

图表：2016年5月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数115

图表：2016年5月七十个大中城市二手住房销售价格指数116

图表：2016年6月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数117

图表：2016年6月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数118

图表：2016年6月七十个大中城市二手住房销售价格指数119

图表：2016年7月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数120

图表：2016年7月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数121

图表：2016年7月七十个大中城市二手住房销售价格指数122

图表：2016年8月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数123

图表：2016年8月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数124

图表：2016年8月七十个大中城市二手住房销售价格指数125

图表：2016年9月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数126

图表：2016年9月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数127

图表：2016年9月七十个大中城市二手住房销售价格指数128

图表：2016年10月全国七十个大中城市新建住宅销售价格指数129

图表：2016年10月全国七十个大中城市新建商品住宅销售价格指数130

图表：2016年10月七十个大中城市二手住房销售价格指数131

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/H47750HAKR.html>