

2018-2024年中国门窗五金市场深度调研分析及投资前景研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国门窗五金市场深度调研分析及投资前景研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/332174.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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2017年中国门窗五金市场运行数据分析17

一、2017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、2017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2017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2017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2017年中国门窗五金产品区域集散地分析36

第三节2017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2018-2024年门窗五金发展趋势预测217

第一节2018-2024年门窗五金市场预测217

一、2014-2017年中国门窗五金发展回顾217

二、2018-2024年我国五金门窗发展潜力218

第二节2018-2024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2018-2024年投资机会与风险268

第一节2018-2024年投资机会分析268

一、2018-2024年投资效益分析268

二、2018-2024年投资机会分析268

三、2018-2024年高档门窗五金产品投资机遇269

第二节2018-2024年投资风险及防护270

一、2018-2024年市场竞争风险270

二、2018-2024年政策风险及防范270

三、2018-2024年技术风险及防范272

四、2018-2024年金融风险及防范274

五、2018-2024年贸易风险及防范277

六、2018-2024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、2018-2024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 (AKLT)

第一节2018-2024年门窗五金行业投资策略分析288

一、战略综合规划288

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

第二节关于中国门窗五金市场消费潜力相关研究观点及结论309

一、关于2017年中国门窗五金市场规模判断结论309

二、关于2018-2024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、关于2018-2024年中国门窗五金市场消费潜力整体变化趋势的判断311

第三节关于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、2018-2024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、2018-2024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

部分图表目录：

图表：2017年门窗五金产品购买主体构成1

图表：2014-2017年我国农村居民人均纯收入及实际比增长速度2

图表：2014-2017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：2014-2017年城乡居民家庭人均收入实际增速3

图表：2014-2017年我国房屋施工面积及增长5

图表：2014-2017年我国住宅施工面积及增长5

图表：2014-2017年我国房屋竣工面积及增长5
图表：2014-2017年我国住宅竣工面积及增长6
图表：2014-2017年我国商品房销售面积及增长6
图表：2014-2017年我国住宅商品房销售面积及增长6
图表：2014-2017年我国待开发土地面积及增长7
图表：2014-2017年我国房地产新开工面积及增长7
图表：2014-2017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：2014-2017年我国门窗五金销售产值18
图表：2014-2017年我国门窗五金产值19
图表：2017年我国低端、中高端门窗五金比例20
图表：21省(区、市)2017年城镇居民人均可支配收入排行榜26
图表：2014-2017年我国门窗五金销售产值34
图表：2014-2017年我国窗五金销售额34
图表：2017年我国门窗五金各区域消费比例35
图表：2017年我国门窗五金消费领域所占比例35
图表：2017年我国城市、农村门窗五金市场规模40
图表：2014-2017年我国中高端门窗五金市场规模42
图表：2018-2024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：2014-2017年广东省窗五金市场规模53
图表：2014-2017年山东省窗五金市场规模55
图表：2014-2017年浙江省窗五金市场规模57
图表：2017年各季度房地产开发投资情况62
图表：2017年第各月全国土地购置面积情况63
图表：2017年第各月房屋建设情况63
图表：2017年第各月商品房销售情况64
图表：2017年第新建商品住宅价格指数（环比及同比）走势65
图表：2017年第各月开发企业到位资金来源情况66
图表：2017年开发企业各季度到位资金来源情况66
图表：2017年全国房地产开发投资情况68
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/332174.html>