

中国家居五金行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国家居五金行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/719573.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、行业相关概述

家居五金指在厨房、卧室、盥洗室、客厅、阳台等生活场景中使用的，提供收纳、装饰、连接、运动等用途的金属材质的制件，是现代家居用品的重要组成部分。家居五金具有耐用、防锈、防潮等特征，大体可分为基础五金、功能五金、收纳五金等，具体如下：

资料来源：观研天下整理

目前我国家居五金产业链较为完整。其产业链上游主体为原材料供应商，包括钢材、铝材、合金等金属原材料，其中得益于铝材的轻质、耐腐蚀、易加工等优秀特性，其近年在家具五金行业中的应用越来越广泛。中游为家具五金加工制造环节，涉及切割、成型、抛光、组装、表面处理等多项加工步骤。下游则是销售环节，家具五金件成品经由批发、经销等各类销售渠道，最终进入家具生产企业工厂。

资料来源：观研天下整理

二、行业发展现状

近年来我国家居五金行业的市场规模不断扩大。数据显示，2019-2023年我国家居五金行业的市场规模从1557.6亿元增长至2261.1亿元，期间复合年增长率高达9.8%。经过多年的发展，当前我国家居五金行业已展现出成熟的制造能力和完善的产业链，品牌效应日益显著，产品创新能力不断增强。此外产业集群效应和规模化生产的优势进一步提升了家居五金企业的生产效率和资源利用率，为我国家居五金行业的发展奠定了坚实的基础。

资料来源：观研天下整理

根据市场分析，近年推动我国家居五金行业不断发展的因素主要如下：

一方面经过 30 多年的发展，目前我国五金已经形成了配套完善、种类齐全的家居五金制造产业集群。随着社会需求的不断变化以及材料与技术水平的不断革新，家居五金行业企业在规模、管理、效益、产品种类、质量和工艺技术等方面都有大幅的提升。

另一方面，消费者的观念也在发生转变。如今，在选购家具的过程中，消费者越来越注重五金的品质，将五金配件视为与家具主体同等关键的组成部分。这种消费观念的转变，无疑为家具五金行业开辟了巨大的发展空间和潜在机遇。而家居五金作为建筑及房屋装修中的必要消费品，在消费升级、消费者对中高端家居五金产品的需求不断提升的背景下，我国家居五金行业的市场规模不断扩大。

此外在过去，我国的家具五金通常被视为家具的附属小物件，其功能和作用较为简单。然而随着技术的进步和创新，家具五金件的性能得到了显著提升。到如今它们不仅承载着家具的基本功能，更在拓展家具功能和提升外观方面发挥着至关重要的作用。因此，家具五金的地

位也随之水涨船高，从而也推动了我国家居五金行业的市场规模不断扩大。

三、市场需求情况

家居五金作为家具行业的重要供应商，其市场空间与其下游家居行业的发展息息相关。而对于我国家居五金行业，其市场发展主要取决于下游国内家具行业的需求和国外对家居五金产品的需求。

1、国内家具方面

自改革开放以来，我国国民经济快速发展，城镇化建设持续推进，人民生活水平不断提高，为家居行业的发展提供了良好的经济社会基础。经过数十年的发展，我国家居行业已经形成了一定的产业规模，生产技术和工艺也日趋成熟。目前我国已成为全球最大的家居产品制造及出口国，全球家居产品供应中心的地位进一步巩固，我国企业在国际家居市场的地位也不断提高。

2023年受下游房地产市场增速放缓、原材料成本上升或市场竞争加剧等因素导致，我国家具制造业企业收入增速有所下降。数据显示，2023年全年规模以上家具制造业企业营业收入为6555.7亿元，同比下降4.4%；实现利润总额为364.6亿元，同比下降6.6%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

虽然2023年我国家具行业发展形势不太乐观，但随着国家商务部将2024定为“消费促进年”，并推出促进家居消费等相关政策措施。在国家政策带领及市场逐渐恢复的背景下，家具行业将有望进一步发展，从而也将给家居五金行业带来发展机会。

一是政策利好将给我国家具制造业带来新的发展机遇，我国家居五金行业也将随之进一步发展与繁荣。例如根据2023年7月，商务部等13部门发布《关于促进家居消费若干措施的通知》，鼓励各地结合老旧小区改造，支持居民开展旧房装修和局部升级改造，促进政策有机融合，形成促消费的合力。同月，中共中央政治局召开的会议上再次提到，要积极扩大国内需求，发挥消费拉动经济增长的基础性作用，通过终端需求带动有效供给，要提振汽车、电子产品、家居等大宗消费。

2024年3月，国务院发布关于印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》的通知，对于推动大规模设备更新和消费品以旧换新作出了全面部署，重点将实施设备更新、消费品以旧换新、回收循环利用、标准提升“四大行动”。届时，国家发展改革委将会同有关方面，加大财政、金融、税收等政策支持力度，强化用地、用能等要素保障和科技创新支撑，深入实施四大行动。文件提出要实施消费品以旧换新行动。开展汽车、家电、家居等耐用消费品以旧换新，并通过政府支持、企业让利等多种方式，支持居民开展家装消费品换新，鼓励企业提供价格实惠的产品和服务，满足多样化消费需求。

二是二手房装修需求叠加二次装修需求给家居五金行业带来了新的驱动力。自2001年商品

房改革以来，我国商品房销售面积快速增长，存量商品房住宅面积也随之不断增加，二手房交易比重随之上升。有相关数据显示，2022年我国二手房交易额达6.5万亿，占住房交易总额的比例达41%。而同时，其他未交易的存量房，随着房屋的老化，居住者也同样面临旧房翻新的问题。因此二手房装修需求叠加二次装修需求给家居五金行业带来了新的驱动力。

三是下游家居产品智能化的趋势给家居五金行业带来了新的机会。家居产品智能化的实现主要依靠家居五金产品，通过给家居五金产品搭载传感器、语音、手势控制系统、触控系统等方式，实现家居产品的智能控制。

近年来在国家大力发展新基建、5G通信技术与人工智能的快速应用与普及，万物互联互通已成为经济社会的发展趋势下，我国智能家居行业迎来发展机遇。根据数据显示，2022年，我国智能家居行业规模达到6516亿元，2018-2022年CAGR为12.99%，预计2023年市场规模可达7157亿元。同时2022年英国、美国智能家居渗透率均超过40%，而我国智能家居市场由于起步较晚，渗透率相对较低，2022年约16%，伴随智能家居阶段升级，仍有较大增长空间。可见智能化的趋势将进一步增大家居五金行业的市场空间，给家居五金企业带来新的机会。

数据来源：观研天下整理

综上所述，随着家居行业和装修装饰行业的日益发展，以及下游家居产品市场的智能化趋势，家居五金行业的下游需求将继续增加。

2、家居五金产品的出口情况

我国是家居五金产品的制造大国。一直以来，我国我国家居五金企业产品出口国外或为外资作贴牌、代工，因此也是家居五金产品的出口大国。自2017

年以来，我国家居五金产品的出口额呈现不断增长的态势，至 2022 年我国家居五金出口规模已增至 150.95 亿美元。2023年出口规模有所回落，为 136.67 亿美元。但预计

我国系家居五金产品的制造大国，长期以来，我国家居五金企业产品出口国外或为外资作贴牌、代工，因此也是家居五金产品的出口大国。至 2022 年我国家居五金出口规模已增至 150.95 亿美元。随着全球经济形势的逐渐好转，相关产业逐步恢复，全球人们的消费将进一步增加，我国家居五金产品的出口额有望继续增加。

数据来源：观研天下整理

四、行业发展趋势

展望未来，我国家居五金行业将向着智能化、数字化、中高端化以及环保与可持续化方向发展。此外随着市场竞争的加剧，具有创新能力、品质卓越、服务完善的家具五金企业将在市场中脱颖而出，形成规模效应和品牌效应，逐步占据更大的市场份额。

家居五金行业发展趋势 发展趋势 相关情况 产品结构深度优化与全面升级 随着全球消费者对

家家居五金产品的品质要求日益提高，家居五金行业正迎来产品结构的深度优化与全面升级。这一趋势不仅体现在产品品质的显著提升上，更在于产品功能的智能化、个性化以及定制化的全面推进。同时，为了满足消费者对环保和可持续生活的追求，家具五金行业也在不断探索环保材料和绿色生产工艺，以实现行业的可持续发展。环保与可持续化 在当今社会，环保和健康已成为消费者关注的焦点。家居五金行业紧跟这一趋势，积极向环保和可持续化方向发展。在生产过程中，企业积极采用环保材料，减少废弃物的产生，并推动循环经济的实施。这种环保和可持续的理念不仅体现在产品的生产过程中，更贯穿于企业的整个运营流程，成为行业发展的重要方向。智能化 随着工业水平、科技的进步，人们生活品质的提高和对美好生活的追求，消费者对家居产品的要求从传统的结实、耐用，逐渐过渡到满足上述需求的同时，还需满足其舒适、装卸便捷和智能控制等方面的追求。由此引导下游五金行业除了满足五金传统的机械性能、防锈、防潮性、活动件的抗疲劳性能等品质外，还需辅助家居产品实现消费者对家居空间智能化、舒适化、便捷化的需求。目前，家居五金行业已逐渐将控制器、传感器等元素加入到产品中，实现产品的智能化。随着智慧家居等新兴概念的进一步普及，未来，智能家居的推广与应用将成为家居五金市场增长的主要动力之一。

数字化 家居五金产品品类众多，生产具备步骤多、批次多、数量大的特点，因此，稳定、高效的自动化生产是提升生产效率、获得规模优势、提高企业竞争力的必要途径。在此背景下，家居五金企业不断提升生产过程的自动化水平，以自动化设备替代人工，并对生产流程进行自动化控制，并通过搭建数字化平台，以建设更加智能化的工厂。未来，家居五金的制造技术将与新一代信息技术等高端技术不断融合，在家居五金产品的研发、设计、生产过程中建立完善的数字化体系，进而提高机械设备的运转效率，行业将朝着“数字化”、“智能化”不断迈进。中高端化 随着消费者对家居五金产品需求的不断增长，中国本土家具五金品牌在中高端市场展现出强大的竞争力。这些品牌凭借在产品品质、销售渠道和价格等方面的突出优势，以及不断缩小与外资品牌在设计、品质和品牌认知度上的差距，赢得了越来越多消费者的青睐。未来，本土品牌在中国家具五金中高端市场的渗透率将进一步提升，成为行业的重要力量。市场集中度进一步提升 当前家居五金市场目前处于品牌集中化发展的初期阶段。数量众多的中小企业构成我国低端家居五金市场的主要参与者，这些企业生产规模较小，品牌意识较弱，自主研发设计能力不足，以低价竞争获取生存空间，产品技术含量较低，同质现象严重。预计随着劳动力成本的上升以及市场竞争的加剧，依靠低质低价竞争获取市场空间的无品牌、无自主研发能力、低附加值的家居五金企业的获利空间将被进一步挤压。而行业内头部家居五金企业凭借规模优势，更好地集中力量研发核心产品，提升自动化生产比例，极大地提高了生产效率，实现成本优势，在行业竞争中脱颖而出。而不具备规模优势的家居五金企业将逐步被吸收、合并或淘汰，行业逐步向标准化、规模化方向发展，行业集中度将进一步提高。

资料来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国家居五金行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国家居五金行业发展概述

第一节家居五金行业发展情况概述

- 一、家居五金行业相关定义
- 二、家居五金特点分析
- 三、家居五金行业基本情况介绍
- 四、家居五金行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式

五、家居五金行业需求主体分析

第二节中国家居五金行业生命周期分析

- 一、家居五金行业生命周期理论概述
- 二、家居五金行业所属的生命周期分析

第三节家居五金行业经济指标分析

- 一、家居五金行业的赢利性分析

- 二、家居五金行业的经济周期分析
- 三、家居五金行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球家居五金行业市场发展现状分析

- 第一节全球家居五金行业发展历程回顾
- 第二节全球家居五金行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲家居五金行业地区市场分析
 - 一、亚洲家居五金行业市场现状分析
 - 二、亚洲家居五金行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲家居五金行业市场前景分析
- 第四节北美家居五金行业地区市场分析
 - 一、北美家居五金行业市场现状分析
 - 二、北美家居五金行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美家居五金行业市场前景分析
- 第五节欧洲家居五金行业地区市场分析
 - 一、欧洲家居五金行业市场现状分析
 - 二、欧洲家居五金行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲家居五金行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界家居五金行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球家居五金行业市场规模预测

第三章 中国家居五金行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对家居五金行业的影响分析
- 第三节中国家居五金行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对家居五金行业的影响分析
- 第五节中国家居五金行业产业社会环境分析

第四章 中国家居五金行业运行情况

- 第一节中国家居五金行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国家居五金行业市场规模分析

一、影响中国家居五金行业市场规模的因素

二、中国家居五金行业市场规模

三、中国家居五金行业市场规模解析

第三节中国家居五金行业供应情况分析

一、中国家居五金行业供应规模

二、中国家居五金行业供应特点

第四节中国家居五金行业需求情况分析

一、中国家居五金行业需求规模

二、中国家居五金行业需求特点

第五节中国家居五金行业供需平衡分析

第五章 中国家居五金行业产业链和细分市场分析

第一节中国家居五金行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、家居五金行业产业链图解

第二节中国家居五金行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对家居五金行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对家居五金行业的影响分析

第三节我国家居五金行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国家居五金行业市场竞争分析

第一节中国家居五金行业竞争现状分析

一、中国家居五金行业竞争格局分析

二、中国家居五金行业主要品牌分析

第二节中国家居五金行业集中度分析

一、中国家居五金行业市场集中度影响因素分析

二、中国家居五金行业市场集中度分析

第三节中国家居五金行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国家居五金行业模型分析

第一节中国家居五金行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国家居五金行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国家居五金行业SWOT分析结论

第三节中国家居五金行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国家居五金行业需求特点与动态分析

第一节中国家居五金行业市场动态情况

第二节中国家居五金行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节家居五金行业成本结构分析

第四节家居五金行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国家居五金行业价格现状分析

第六节中国家居五金行业平均价格走势预测

一、中国家居五金行业平均价格趋势分析

二、中国家居五金行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国家居五金行业所属行业运行数据监测

第一节中国家居五金行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国家居五金行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国家居五金行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国家居五金行业区域市场现状分析

第一节中国家居五金行业区域市场规模分析

一、影响家居五金行业区域市场分布的因素

二、中国家居五金行业区域市场分布

第二节中国华东地区家居五金行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家居五金行业市场分析

(1) 华东地区家居五金行业市场规模

(2) 华南地区家居五金行业市场现状

(3) 华东地区家居五金行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区家居五金行业市场分析

(1) 华中地区家居五金行业市场规模

(2) 华中地区家居五金行业市场现状

(3) 华中地区家居五金行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区家居五金行业市场分析

(1) 华南地区家居五金行业市场规模

(2) 华南地区家居五金行业市场现状

(3) 华南地区家居五金行业市场规模预测

第五节 华北地区家居五金行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区家居五金行业市场分析

(1) 华北地区家居五金行业市场规模

(2) 华北地区家居五金行业市场现状

(3) 华北地区家居五金行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区家居五金行业市场分析

(1) 东北地区家居五金行业市场规模

(2) 东北地区家居五金行业市场现状

(3) 东北地区家居五金行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区家居五金行业市场分析

(1) 西南地区家居五金行业市场规模

(2) 西南地区家居五金行业市场现状

(3) 西南地区家居五金行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区家居五金行业市场分析

(1) 西北地区家居五金行业市场规模

(2) 西北地区家居五金行业市场现状

(3) 西北地区家居五金行业市场规模预测

第十一章 家居五金行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国家居五金行业发展前景分析与预测

第一节中国家居五金行业未来发展前景分析

一、家居五金行业国内投资环境分析

二、中国家居五金行业市场机会分析

三、中国家居五金行业投资增速预测

第二节中国家居五金行业未来发展趋势预测

第三节中国家居五金行业规模发展预测

一、中国家居五金行业市场规模预测

二、中国家居五金行业市场规模增速预测

三、中国家居五金行业产值规模预测

四、中国家居五金行业产值增速预测

五、中国家居五金行业供需情况预测

第四节中国家居五金行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国家居五金行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国家居五金行业进入壁垒分析

一、家居五金行业资金壁垒分析

二、家居五金行业技术壁垒分析

三、家居五金行业人才壁垒分析

四、家居五金行业品牌壁垒分析

五、家居五金行业其他壁垒分析

第二节家居五金行业风险分析

一、家居五金行业宏观环境风险

二、家居五金行业技术风险

三、家居五金行业竞争风险

四、家居五金行业其他风险

第三节中国家居五金行业存在的问题

第四节中国家居五金行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国家居五金行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国家居五金行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国家居五金行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节家居五金行业营销策略分析

- 一、家居五金行业产品策略
 - 二、家居五金行业定价策略
 - 三、家居五金行业渠道策略
 - 四、家居五金行业促销策略
- 第四节观研天下分析师投资建议
图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/719573.html>