

2023-2029年中国塑料门窗 市场深度评估与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国塑料门窗市场深度评估与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202309/401041.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

塑料门窗（Plastic doors and windows），即采用U-PVC塑料型材制作而成的门窗。塑料门窗具有抗风、防水、保温等良好特性。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国塑料门窗市场深度评估与市场调查预测报告》共七章。首先介绍了塑料门窗行业市场发展环境、塑料门窗整体运行态势等，接着分析了塑料门窗行业市场运行的现状，然后介绍了塑料门窗市场竞争格局。随后，报告对塑料门窗做了重点企业经营状况分析，最后分析了塑料门窗行业发展趋势与投资预测。您若想对塑料门窗产业有个系统的了解或者想投资塑料门窗行业，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：

第一章中国建筑装饰材料行业发展外部环境

第一节中国房地产业的发展

第二节中国居民居住条件

一、2023-2029年城镇和农村居民可支配收入分析

二、2023-2029年中国家庭结构变化分析

三、2023-2029年中国城镇人均居住支出变化

四、2023-2029年人均居住面积

五、居民居住条件的改善

第二章中国建筑装饰材料行业发展现状

第一节建材行业概况

一、我国建材行业投资热点

（一）装饰木材

（二）外墙材料

（三）门窗材料

（四）管道材料

（五）填缝材料

二、建材行业优先发展领域

- (一) 关于新型墙体材料
- (二) 关于新型建筑体系
- (三) 关于新型防水建筑材料
- (四) 关于建筑节能系列产品
- (五) 关于既有建筑改造及加固技术

三、我国建材市场发展趋势

- (一) 装饰性趋势
- (二) 配套性趋势
- (三) 特优性趋势
- (四) 可选性趋势
- (五) 高档化趋势
- (六) 返璞归真又超越自然的趋势

四、我国建材装饰业发展潜力分析

- (一) 地产业稳步发展，外销商品房、高级别墅、小康住宅装饰需求量巨大
- (二) 公共建筑装饰量将迅速增长。
- (三) 涉外宾馆、饭店装饰趋向高档化、民族化，装饰需求有增无减。

第二节装饰建材上市公司分析

一、建筑卫生陶瓷上市公司分析

二、涂料上市公司分析

第三章中国建筑装饰材料市场

第一节中国建筑装饰材料市场规模

- 一、从消费结构角度看，住房相关商品是我国消费结构升级的发展方向
- 二、参考经验，我国居民住房需求正处于高速增长时期
- 三、从产业关联角度看，装饰建材需求量将有快速增长

第二节中国建筑材料市场消费现状

- 一、环保型成消费主流
- 二、卫生间设施趋向高档次
- 三、室内饰材形成系列
- 四、塑料建材成新宠

第四章2022年中国市场销售渠道分析

第一节2022年建材销售渠道构成及变化

一、中国建筑装饰材料业渠道变革动因分析

（一）消费动因：需求扩大和消费水平的提高为终端销售提出了更高的要求

1. 建材消费处于高速成长期

2. 建材消费层次多元化

（二）环境动因：交通运输的发展为直接采购提供了便利

（三）竞争动因：业态多样、供应增多，竞争需要成本优势

1. 建材超市的崛起与扩张，成本优势推动传统市场采购渠道变革

2. 厂家不断加大直接供货的范围和力度

二、建材渠道变革带来的影响

（一）产业基础成为建材批发与集散市场的重要支撑

（二）大中城市，建材市场进入“营销竞争”时代

1. 差异化定位兴起

2. 服务竞争不断升级

3. 管理日益规范

4. 大众传播越来越多的被采用

（三）二三级城市，传统建材市场进入更新换代高峰期

1. 城镇化建设需要。

2. 城市整治需要

3. 消费需求变化的需要

4. 二级市场（地级）有望成为地区建材消费的中心区

三、建材渠道特点分析

（一）建材有形摊位制市场，挑战与机遇并存

（二）建材超市，消费者将有更多实惠

四、WTO协议中的流通业条款

五、目前建筑装饰材料渠道的问题及变化

（一）渠道扁平

（二）二、三级城市的市场兴建，盲目求大隐患丛生

（三）摊位制是否走向边缘和没落

第二节建筑装饰材料批发市场

一、促使批发企业转型的影响因素分析

第五章中国塑料门窗供给分析

第一节中国塑料门窗生产分析

一、型材生产

- (一) PVC生产历史回顾
- (二) PVC型材行业的现状
- (三) PVC型材发展展望

二、门窗组装

- (一) 门窗设计
- (二) 型材下料
- (三) 铣排水孔、锁孔、滑轮孔
- (四) 增强型钢的装配
- (五) 焊接
- (六) 清角开槽装胶条
- (七) 五金件的装配
- (八) 玻璃安装
- (九) 质量检验

三、技术装备

- (一) PVC塑料门窗组装设备的技术现状
- (二) 中国塑料门窗组装设备的发展

四、我国塑料门窗产品品种

第二节企业经营情况统计

一、营销人员最无积极性

二、最无市场主动性

三、资金风险最大

四、对客户（经销商和组装厂）最不理解，亦不需要理解

五、最无效益

第三节PVC原材料供应情况

第四节产业政策和法规

第六章中国塑料门窗市场状况

第一节市场规模及供求状况

第二节市场结构

一、生产能力和产量增长迅速

二、市场需求不断上升，但地区需求结构失衡

三、企业发展速度迅猛，形成了一批大型化学建材企业集团

第三节市场消费状况

第四节区域市场

第五节市场竞争

第六节市场价格走势分析

一、价格上存在的问题

（一）受到个体市场的严重冲击

（二）房地产公司投资的短期行为

（三）整个行业产品过剩

（四）塑料门窗的厂家自身的问题

二、目前低价格竞争方式分析

第七节主要企业简介

一、大连实德集团

二、芜湖海螺型材科技股份有限公司

三、江苏江南实业集团常州创佳塑料型材有限公司

四、浙江百合花塑业有限公司

五、济南方信集团公司

六、浙江华之杰塑料建材有限公司

七、上海皇家房屋建设系统有限公司

八、通化东宝波菲丽斯有限公司

九、上海开捷门窗有限公司

十、中国华捷集团

第八节销售模式

一、中国建材分销体系分析及流通体制改革

（一）目前建材分销体系主要的模式

（二）国家关于流通体制改革的方向

二、2022年塑料门窗市场流通领域的问题及变化

（一）摊位制市场暴露出弊端

（二）市场面临激烈竞争的新形势

(三) 面对入世中国塑料门窗市场应转变观念规范经营

三、2023-2029年流通渠道变化预测

(一) 流通渠道的发展趋势

(二) 2023-2029年中国装饰建材流通行业的竞争格局

第七章中国塑料门窗所属行业进出口情况

第一节2022年中国塑料门窗进口分析

第二节2023-2029年中国塑料门窗进口预测

第三节2022年中国塑料门窗出口分析

第四节2023-2029年中国塑料门窗出口预测

图表目录：

图表2022年全国各地房地产开发投资情况

图表2022年各地房地产开发规模与开、竣工面积增长情况

图表2023-2029年中国居民可支配收入变化（单位：元）

图表2022年中国城乡居民家庭恩格尔系数

图表2022年中国家庭结构分布

图表固定窗所需型材的配套品种

图表平开窗所需型材的配套品种

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/401041.html>