

中国家居五金行业发展趋势分析与未来前景研究 报告（2025-2032）

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趋势分析与未来前景研究报告（2025-2032）》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/202504/750528.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

家居五金是指在厨房、卧室、盥洗室、客厅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。家居五金是现代家居用品的重要组成部分，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。

一、受益于城镇化率提升、老旧小区改造以及新一轮科技革命，行业正迎来多重增长引擎
家居五金作为建筑装修必需品，其市场空间与住房建设周期深度绑定。当前受益于城镇化率提升、老旧小区改造释放以及新一轮科技革命，行业正迎来多重增长引擎。具体如下：

1、城镇化进程稳步推进将持续催生增量市场

近年来我国城镇化进程稳步进行。有数据显示，2024年我国常住人口城镇化率为67%，比上年末提高0.84个百分点。而虽然当前我国城镇化率达到了较高水平，但相比于主要发达国家 80%左右的城镇化率，我国城镇化率仍有较大增长空间。因此预计未来随着城镇化进程的推进，也将持续推动大量刚性新增住房和装修需求，从而也将带动上游家居五金行业的消费增长。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

2、旧房改造稳步推进释放出更多存量需求

近几年为改善居民居住条件，国家推出了老旧小区改造政策。根据住建部统计，2019-2024年期间，我国老旧小区改造数量逐年提升，由2019年的1.9万套，增长至2024年的5.8万套。另外在国务院办公厅发布的《关于全面推进城镇老旧小区改造工作的指导意见》中指出“到‘十四五’期末，结合各地实际，力争基本完成2000年底前建成的需改造城镇老旧小区改造任务”，可见“十四五”期间老旧小区改造工程仍会稳步推进。老旧小区改造涉及房屋修缮、节能改造等多项内容，会拉动家居五金行业需求上涨；同时改造过程会带动部分居民进行户内二次装修，这也将为家居五金行业提供巨大的市场空间。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

3、新一轮科技革命带来发展机遇

新一轮科技革命和产业变革推动了新一代信息技术和制造业深度融合，国家与各地区相继出台《“十四五”智能制造发展规划》和《国家智能制造标准体系建设指南》等支持性政策，构建了智能工业制造系统。而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，市场规模不断增长。2022年我国智能家居的渗透率为14.5%，市场规模约为6515亿元。到2023年我国智能家居市场

规模已经突破7100亿元。不过相较英美超40%的智能家居渗透率，我国智能家居仍存在巨大增长空间，将催动家居五金产品加速向智能化方向发展，相关企业也将迎来更多新的机会。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

目前智能化的家居五金已成为打造智能家居生态的重要一环。以往的传统五金件只具有单一功能或者装饰作用，随着行业智能化升级的转变，人性化以及互联互通的家居五金产品正不断的发展。其中智能水槽、智能门锁和智能晾衣机等产品发展较为迅速。例如以往功能单一的传统水槽，已发展为具有远程操控、自动清洗排水、超声波净化、烘干杀菌等功能的智能水槽；门锁已由传统的钥匙开锁、密码解锁，逐步拓展到指纹解锁、人脸识别解锁；晾衣机从传统的机械式操作，已发展为通过动力系统、控制系统、升降系统实现自动升降，并兼具照明、消毒、干衣等功能。预计未来，随着智能家居生态的完善，家居五金产品会加速向智能化方向发展。

二、消费升级助力家居五金向中高端市场发展

家居五金及户外家具的消费规模与国家经济发展情况及居民收入水平紧密关联。近年来，随着我国居民收入、消费水平不断提升，居民消费升级为市场增长创造了良好的经济环境。数据显示，2024年居民人均可支配收入首次突破四万元大关，达到41314元，扣除价格因素，实际增长5.1%；居民人均消费支出28227元，比上年名义增长5.3%。

数据显示：国家统计局，观研天下整理

数据显示：国家统计局，观研天下整理

与此同时，消费升级伴随着中国经济水平的增长和人们消费观念的变化，成为驱动行业变革的核心因素之一。近年伴随着居民收入水平的增长以及对精致生活的追求，更稳定的产品质量、更优质的产品材质和更时尚的设计元素已经成为消费决策的重要考量因素。设计精美、品质优良的五金产品将极大的提升家居产品的质量与档次。因此，具有稳定质量以及时尚外观设计的中高端家居五金产品会日益受到消费者的青睐。

在上述环境下，随着消费升级、产业发展以及行业标准完善，处于中高端市场的家居五金企业，由于产品品质高，拥有原创设计，注重品牌的打造和营销，在消费升级、购买力提升的大环境下，件逐渐替代原有低端产品，在行业中将具有更强的竞争力和话语权。

三、整装大家居时代下，系统化家居五金解决方案成发展方向

大家居是指为整个房屋提供一体化解决方案的服务，涵盖了橱柜、衣柜、木门、卫浴、寝具、家具、墙饰以及配套产品。

近年随着人们生活节奏越来越快，家居行业的分工更加细化，大部分年轻人没有过多时间对家庭装饰的每个单品进行单独采购，而整装大家居模式可以很好的解决消费者这一痛点，整

装大家居业务模式也得到迅速推广。与传统标准成品家具行业不同，消费者只需要选择自己喜欢的风格、品牌、颜色、尺寸等，其他环节可以由全屋定制家居企业或家装公司完成。在此背景下，越来越多的五金产品生产和服务商开始注重“系统化解决方案”，围绕同一类家居产品或同一类生活场景提供系统化五金配套方案，配套产品既包括铰链、滑轨等基础五金，也包括拉篮、水槽、水龙头等收纳和厨卫五金。系统化的家居五金解决方案有利于增强客户满意度并提升产品市场竞争力。

四、行业整体呈现“大行业、小企业”特征，中高端市场具有较大发展机会

目前我国家居五金市场较为零散，整体呈现“大行业、小企业”特征，业内大部分企业以代工为主、规模较小，同质化现象较为严重，致以低价竞争获取生存空间。预计未来随着行业标准的完善、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将逐步被淘汰，行业逐步向标准化、品牌化方向发展，龙头企业的领军地位将会不断强化，市场集中度也伴随着行业洗牌的进程逐步提高。

其中，中高端市场具有较大的发展机会。虽然近年来随着产业结构优化和市场消费升级，以悍高集团、东泰五金、图特股份等为代表的行业头部企业依靠其产品质量、品牌、渠道、技术、管理及规模等优势，将发展重心转移至中高端市场，向市场提供高品质、多样化的产品。但当前我国家居五金的中高端市场主要由外资品牌主导，国内自有品牌建设相对落后于国外知名企业。可见我国中高端市场具有较大的发展机会。（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趋势分析与未来前景研究报告（2025-2032）》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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 中国 家居五金		行业监管分析
第一节 中国 家居五金		行业监管制度分析
一、行业主要监管体制		
二、行业准入制度		
第二节 中国 家居五金		行业政策法规
一、行业主要政策法规		
二、主要行业标准分析		
第三节 国内监管与政策对	家居五金	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章 2020-2024年中国	家居五金	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	家居五金	行业的影响分析
一、中国宏观经济环境		
二、中国宏观经济环境对	家居五金	行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	家居五金	行业的影响分析
第三节 中国对磷矿石易环境与对	家居五金	行业的影响分析
第四节 中国 家居五金		行业投资环境分析
第五节 中国 家居五金		行业技术环境分析
第六节 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		
第七节	中国 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		
第四章	2020-2024年全球 家居五金	行业发展现状分析		
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	家居五金	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	2025-2032年全球 家居五金	行业分	家居五金	走势预测
第七节	2025-2032年全球 家居五金	行业市场规模预测		
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章	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
第六节 中国	家居五金	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	家居五金	行业产业链及细分市场分析
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 中国	家居五金	行业细分市场分析
一、	细分市场一	
二、	细分市场二	
第七章 2020-2024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	
第八章 2020-2024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、SWOT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	
第九章 2020-2024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 2025-2032年中国	家居五金	行业价格影响因素与走势预测
第十章 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		
第十一章 2020-2024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) 华东地区	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

第九节 2025-2032年中国 家居五金

行业市场规模区域分布

预测

第十二章 家居五金

行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

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 企业二

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

第三节 企业三

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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

- 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

第六节 企业六

- 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

第七节 企业七

- 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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国 家居五金 行业市场机会分析

二、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
第十四章 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、	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	行业品牌营销策略分析
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	行业推广策略
第四节	观研天下分析师投资建议	

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/750528.html>