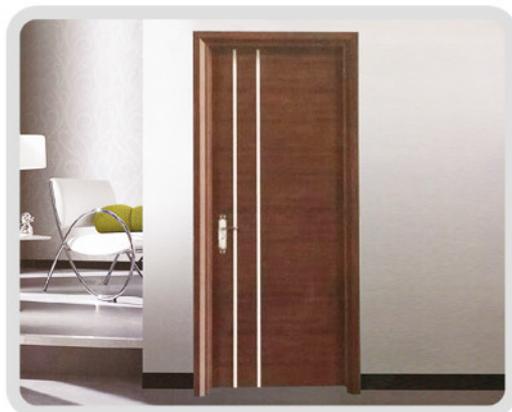


2016 年门窗 行业分析年报

2017.06





Made-in-China.com



- **主要产品**：实木门，防盗门，塑钢门窗，铝合金门窗等
- **适读群体**：门窗行业生产、贸易型企业

目录

一 . 门窗行业概况	5
二 . 2016 年 1-12 月中国门窗行业出口分析	7
2.1. 2016 年 1-12 月中国木制门及其框架和门槛出口分析	7
2.1.1. 2016 年 1-12 月中国木制门及其框架和门槛出口数量和金额	7
2.1.2. 2016 年 1-12 月中国木制门及其框架和门槛主要出口国家 / 地区分布	8
2.1.3. 2016 年 1-12 月中国木制门及其框架和门槛主要出口货源地	9
2.2. 2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛出口趋势分析	10
2.2.1. 2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛出口数量和金额	10
2.2.2. 2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛主要出口国家 / 地区分布	10
2.2.3. 2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛主要出口货源地	11
2.3. 2016 年 1-12 月中国铝制门窗及其框架、门槛出口趋势分析	12
2.3.1. 2016 年 1-12 月中国铝制门窗及其框架、门槛出口数量和金额	12
2.3.2. 2016 年 1-12 月中国铝制门窗及其框架、门槛主要出口国家 / 地区分布	13
2.3.3. 2016 年 1-12 月中国铝制门窗及其框架、门槛主要出口货源地	14
三 . 2016 年全球门窗行业进出口分析	15
3.1. 2016 年全球木制门及其框架和门槛进出口分析	15
3.1.1. 2016 年 1-6 月全球木制门及其框架和门槛主要进口市场	15
3.1.2. 2016 年 1-6 月全球木制门及其框架和门槛主要出口市场	15
3.2. 2016 年 1-9 月全球钢铁制门窗及其框架、门槛进出口分析	16
3.2.1. 2016 年 1-9 月全球钢铁制门窗及其框架、门槛主要进口市场	16
3.2.2. 2016 年 1-9 月全球钢铁制门窗及其框架、门槛主要出口市场	16
3.3. 2016 年 1-9 月全球铝制门窗及其框架、门槛进出口分析	17
3.3.1. 2016 年 1-9 月全球铝制门窗及其框架、门槛主要进口市场	17
3.3.2. 2016 年 1-9 月全球铝制门窗及其框架、门槛主要出口市场	17
四 . 中国制造网门窗行业数据分析	18
4.1. 中国制造网门行业数据分析	18
4.1.1. 2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网门行业买家热搜关键词	18
4.1.2. 2016 年 1-12 月中国制造网门行业买家关注度分析	19
4.1.3. 2016 年 1-12 月中国制造网门行业买家分布	20
4.2. 中国制造网窗行业数据分析	21
4.2.1. 2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网窗行业买家热搜关键词	21
4.2.2. 2016 年 1-12 月中国制造网窗行业买家关注度分析	22
4.2.3. 2016 年 1-12 月中国制造网窗行业买家分布	23
4.3. 中国制造网门窗五金行业数据分析	24
4.3.1. 2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网门窗五金行业买家热搜关键词	24
4.3.2. 2016 年 1-12 月中国制造网门窗五金行业买家关注度分析	25
4.3.3. 2016 年 1-12 月中国制造网门窗五金行业买家分布	26

【摘要】

2016 年 1-12 月我国铝制门窗及其框架、门槛出口数量为 19.84 万吨，同比下降 9.1%；出口金额达 8.46 亿美元，同比下降 19.3%。2016 年 1-12 月我国铝制门窗及其框架、门槛主要出口市场为澳大利亚、美国和香港，出口到这 3 个市场的金额分别占我国该产品出口总额的 12.2%、11.9% 和 11.4%，合计占 35.5%。中国铝制门窗及其框架、门槛出口主要来自广东省，2016 年 1-12 月广东省铝制门窗及其框架、门槛累计出口额占我国该产品出口总额 60.4%。

一. 门窗行业概况

● 2016 年门窗行业区域发展情况

我国门窗五金制造企业是从东南沿海地区开始发展起来的，主要集中在广东、浙江、山东等地。现阶段，广东、浙江、山东等地企业仍然保持着市场优势，具有较强的竞争力。受经济发展水平以及气候条件的影响，各区域对门窗需求存在较大差异。

国内发达地区与不发达地区门窗需求存在差异

目前国内经济发达地区以及黄河以南地区，气候偏热，大多数使用铝门窗。由于节能政策的要求，中高档楼盘都使用隔热断桥铝门窗，起到节能保温的作用。在东北、西北、华北严寒地区则主要使用塑料门窗。实木复合门窗、铝木复合门窗则主要集中在经济发达地区，如北京、上海等地的高档楼盘。使用的门窗型材不同，定位的档次不同，各个区域所需要的门窗五金配件的种类、档次也不同。

国内经济不发达地区，所采用的门窗五金配件则相对简单、价格低廉，每套门窗五金价格 18 元人民币左右；而北方经济发达和较为发达地区的中高档楼盘，主要采用内平开下悬五金系统和内平开五金系统，这些五金系统多以进口品牌和少数国内知名品牌产品为主，每套门窗五金价格达到 60-70 元人民币。南方经济发达地区，如深圳、广州等地，多以外平开窗五金系统为主，多选用国内知名品牌产品，每套价格达到 50-60 元人民币。实木和铝木复合门窗五金配件主要在北京、上海等发达地区，每套价格达到 130 元人民币以上。

我国中高端门窗五金市场大约占总体市场份额的 10%-15%

《2013-2017 年中国建筑五金行业产销需求与投资战略规划分析报告》显示，建筑门窗面积与建筑面积的比例因不同建筑形式而有所不同，按一般建筑物估算，门窗面积约为建筑面积的 30%。根据国家统计局数据显示，2012 年我国房屋建筑竣工面积为 34.59 亿平方米，可估算出市场配套门窗 10.38 亿平方米左右。按约 1.5 平方米门窗用一套五金产品来测算，2012 年我国竣工建筑所需门窗五金 6.92 亿套左右。

我国中高端门窗五金市场大约占总体市场份额的 10%-15%，其中 5% 由国外品牌占据，剩下的 5%-10% 的门窗五金配件中高档市场则由国内的知名门窗五金企业占据。

门窗的能耗约占建筑总能耗的 50%

建筑行业能耗占全社会总能耗的 30% 以上，门窗的能耗约占建筑总能耗的 50%。对比 2020 年单位 GDP 碳排放降低 40%-45% 的国家承诺，来自建筑领域的能耗数据显得触目惊心。在我国众多的城市建筑中，97% 以上是高耗能建筑。如果以此推算，预计到 2020 年，全国高耗能建筑面积将达 700 亿平方米。因此，如果现在不注重建筑节能设计，将直接加剧我国能源危机。

预测：未来中高端市场的市场份额会越来越大

门窗作为建筑的外围护结构，其节能性能的优劣直接影响建筑节能，而门窗五金作为门窗中的附件，在为门窗提供配套时，它的优劣又直接影响着门窗的节能效果，因此，优质的门窗五金在建筑节能中发挥着重要作用。目前，低端市场呈现向中高端市场转移的趋势，中高端市场占据的比例逐年在增加，随着时间的推移，未来中高端市场的市场份额会越来越大。

2008-2016 年，我国建筑房屋竣工面积的平均增长率为 11.52%，预计未来我国建筑房屋竣工面积仍将保持 11% 左右的平均增速。此外，中高端门窗五金配件的市场占比将不断提升；随着物价上涨，门窗五金配件的价格也有所上涨。2013-2017 年我国门窗五金行业市场前景预测，到 2017 年，我国门窗五金行业市场规模将达到 457.55 亿元左右。

● 2017年门窗行业发展趋势分析

在过去的2016年中，门窗行业虽然在楼市的持续低迷的环境下有所影响，但仍然能平稳发展，既不像股市的大起大落，也不像钢铁行业一样步入寒冬，新的一年里门窗行业发展之路依然充满着希望与坎坷。在这里我们通过市场的发展趋势来展望2017年门窗行业的新历程。

门窗“定制”服务

对于门窗行业来说，“定制”一词并不陌生，且“定制”似乎是门窗企业不错的选择，亦是行业升级和壮大的另一条出路。然而在过去的一年中，却鲜少甚至没有企业将定制应用到实处，多为营销制造噱头，并没有沉下心来做，以至于出现“定制非定制”的尴尬局面。所以在新的一年里，门窗企业将会继续朝着定制服务方向发展。

1) 风格元素匹配性

随着整体家居概念的深入人心，消费者在家装中更注重整体风格的搭配性和协调性，定制门窗消费者的当下需求，按消费者热爱的风格提供匹配的设计元素样板及产品，将现代、欧美、韩流、田园、环保、原始森林等多种风格元素融入到产品设计中，最大程度上满足不同群体的创意生活。

2) 结构造型整体性

不少门窗企业所谓的定制，仅仅是停留在帮助消费者解决空间利用的层面上，而未过多涉及产品的整体造型，产品缺乏新意，造型工艺雷同，式样千篇一律，这往往提不起消费者的兴趣。在门窗的消费过程中，产品的造型会给消费者带来审美体验从而影响消费者的认知、态度和行为，按消费者预期对顶部造型和整体性要求提供结构性技术方案及产品是定制门窗最重要的发展方向。

3) 材料范围选择性

众所周知，当前的门窗行业存在各式的材料，但并不是每一种门窗材料都符合消费者的装修风格、生活品位以及环保标准，也正因如此，定制门窗在材料的选择上，更考虑用户自主性，运用全球化采购的优势，提供消费者定制的原材料样板及产品。

4) 功能运用性

定制门窗为消费者提供了空气净化，换气，制暖，制冷，音响，照明等功能性解决方案，让消费者可随意排布安装位置，克服原有扣板尺寸搭配的局限，同时电器功能模块也可自由组合搭配，充分体现了选择和安装的个性化。

门窗智能化

近年来，人们对家居的要求早已不只是物理空间，更为关注的是一个安全、方便、舒适的居家环境。智能化成为家居发展的新趋势，门窗在整个住宅中是和外界连接的咽喉要道，门窗智能化在家居智能化中占有重要地位。所以早在几年前，门窗行业就已经在朝智能化发展，但是智能化门窗发展还面临很多的问题，首先市场对智能门窗认知度不高，第二门窗技术储备不够。特别是技术这一块，中国门窗企业显得尤为弱势。智能化应该是多项技术与门窗的融合，中国门窗企业往往在普通产品的开发上的投入都相当紧凑，对于技术要求更高投入更大的智能化系统或许会更加排斥。目前，国内门窗企业已经展开独立开发智能化产品的工作，虽然效果不尽理想，但门窗智能化发展依然是行业发展的突破口，必须坚持走创新门窗技术开发之路。

信息来源：中国建材网

二. 2016 年 1-12 月中国门窗行业出口分析

注：

HS 编码	商品名称
441820	木制门及其框架和门槛
730830	钢铁制门窗及其框架、门槛
761010	铝制门窗及其框架、门槛

2.1. 2016 年 1-12 月中国木制门及其框架和门槛 (HS: 441820) 出口分析

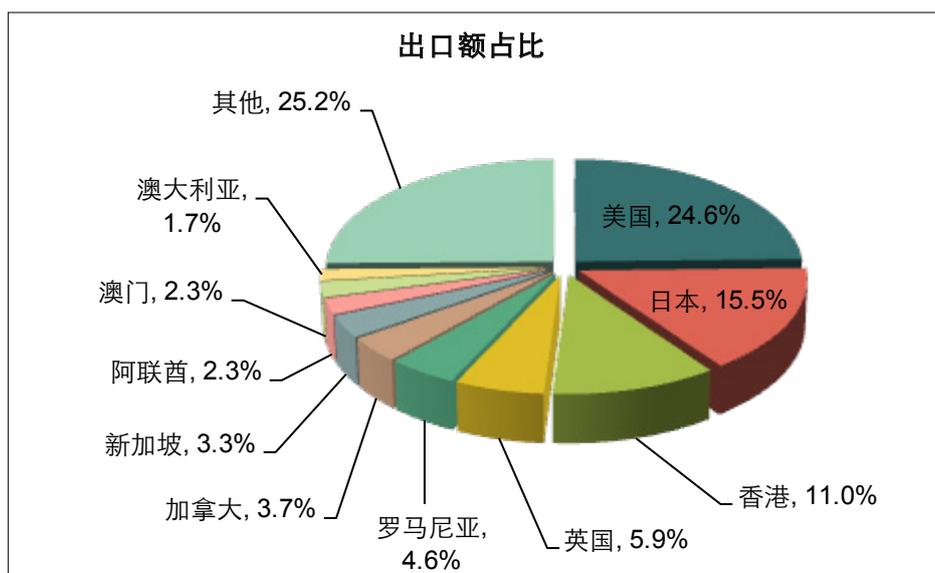
2.1.1. 2016 年 1-12 月中国木制门及其框架和门槛出口数量和金额

月份	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
			数量	金额
1 月	26,836,646	57,158,811	-13.3%	-6.9%
2 月	16,973,826	36,863,948	-42.7%	-39%
3 月	20,198,330	41,887,526	-3.6%	-9.1%
4 月	25,423,843	53,876,090	-16.1%	-14.3%
5 月	30,569,998	62,716,818	-1.4%	-5.2%
6 月	28,961,752	57,292,765	-1.5%	-7.7%
7 月	28,507,541	57,224,753	4.2%	-3%
8 月	31,545,992	64,987,728	5.9%	11.8%
9 月	28,260,720	56,793,070	-0.4%	-5%
10 月	26,038,719	51,440,725	-9.4%	-16.5%
11 月	28,085,928	55,130,033	0.8%	-5.3%
12 月	30,660,228	64,005,346	-3.6%	-5.6%
1-12 月累计	322,063,523	659,377,613	-7%	-8.9%

2016 年 1-12 月我国木制门及其框架和门槛出口数量约 32.21 万吨，同比下降 7%；出口金额达 6.59 亿美元，同比下降 8.9%。

2.1.2. 2016 年 1-12 月中国木制门及其框架和门槛主要出口国家 / 地区分布

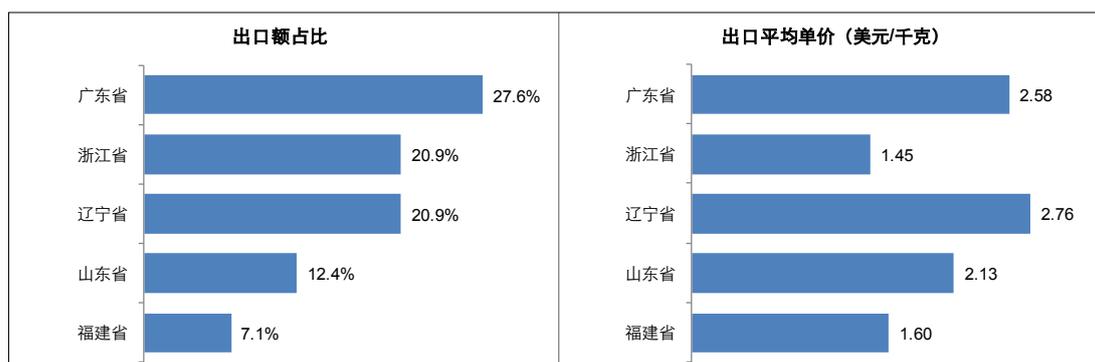
序号	国家 / 地区	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
				数量	金额
1	美国	82,380,509	162,292,962	5.1%	3.7%
2	日本	34,603,793	101,985,442	-6.5%	-3.9%
3	香港	34,317,962	72,296,577	-5.1%	4.9%
4	英国	18,611,821	39,004,672	-6.1%	-5.3%
5	罗马尼亚	27,610,221	30,229,413	12.6%	5%
6	加拿大	14,329,628	24,194,941	10.6%	10.6%
7	新加坡	7,144,961	21,720,090	2.2%	-16%
8	阿联酋	5,499,236	15,411,836	-2.4%	32.3%
9	澳门	4,001,342	14,924,293	-24.8%	-37.6%
10	澳大利亚	2,936,967	10,973,388	22.5%	14%



2016 年 1-12 月我国木制门及其框架和门槛主要出口市场为美国、日本和香港，出口到这 3 个市场的金额分别占我国该产品出口总额的 24.6%、15.5% 和 11%，合计占 51%。

2.1.3. 2016 年 1-12 月中国木制门及其框架和门槛 (HS: 441820) 主要出口货源地

地区	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
			数量	金额
广东省	70,356,489	181,702,148	-3.9%	-3.4%
浙江省	95,128,938	137,978,739	-16.8%	-26.7%
辽宁省	50,029,735	137,921,924	5.2%	6.7%
山东省	38,350,118	81,866,291	8.1%	3%
福建省	29,049,292	46,583,110	-12%	-9.2%
江苏省	19,094,250	28,846,594	15.4%	-1.2%
河北省	4,729,210	8,437,226	-17.3%	-6.5%
上海市	2,019,934	8,256,435	-33.6%	-18.4%
安徽省	2,986,926	5,992,856	79.5%	89.4%
广西	2,924,606	3,661,730	13.2%	5.5%



2016 年 1-12 月，广东、浙江、辽宁和山东是中国木制门及其框架和门槛的主要出口货源地，其中广东省木制门及其框架和门槛累计出口额占我国该产品出口总额 27.6%；其次是浙江省，出口额占 20.9%。

值得关注的是安徽省的木制门及其框架和门槛出口数量同比增长 79.5%，出口额同比增长 89.4%，增幅较大。

2016 年 1-12 月，中国木制门及其框架和门槛出口额排名前 5 的地区中，浙江省的木制门及其框架和门槛出口平均单价最低，1.45 美元 / 千克。

2.2. 2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛 (HS: 730830) 出口趋势分析

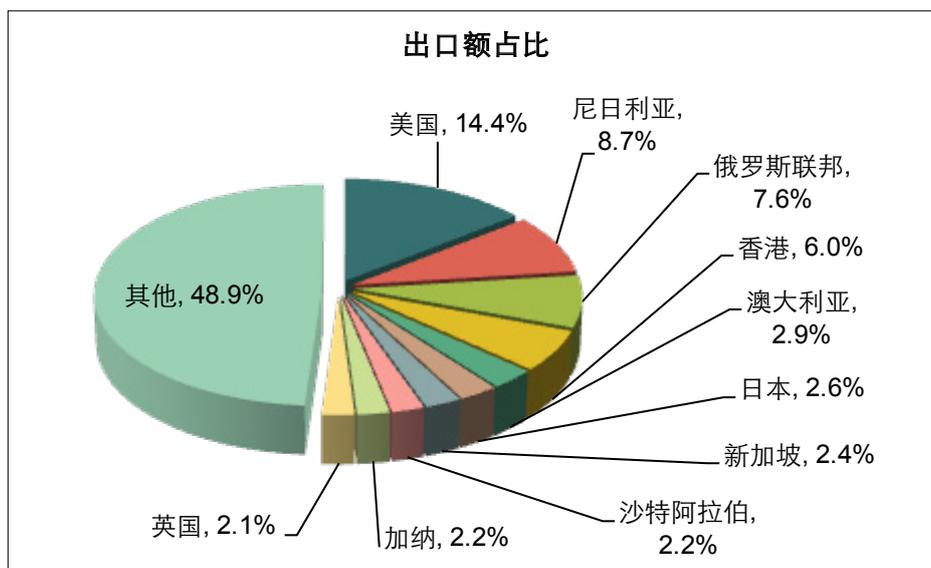
2.2.1. 2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛出口数量和金额

月份	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
			数量	金额
1 月	25,310,174	64,387,518	-16.3%	-29.5%
2 月	15,544,599	38,350,343	-39.1%	-52.9%
3 月	16,431,489	40,657,129	36.6%	13.5%
4 月	27,757,906	66,316,189	1%	-8.9%
5 月	29,506,841	68,427,217	2.5%	-10.6%
6 月	28,590,878	65,339,504	1.2%	-15.7%
7 月	30,392,534	73,688,790	-6%	-18.9%
8 月	32,554,188	76,799,552	-3.5%	-11.2%
9 月	25,698,167	66,843,136	-13.4%	-12.3%
10 月	23,941,236	59,388,618	-17.4%	-26.8%
11 月	25,156,776	63,026,242	-8.5%	-19%
12 月	29,626,590	80,585,388	-4%	-4.6%
1-12 月累计	310,511,378	763,809,626	-7.4%	-18.1%

2016 年 1-12 月我国钢铁制门窗及其框架、门槛出口数量为 31.05 万吨，同比下降 7.4%，出口金额达 7.64 亿美元，同比下降 18.1%。

2.2.2. 2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛主要出口国家 / 地区分布

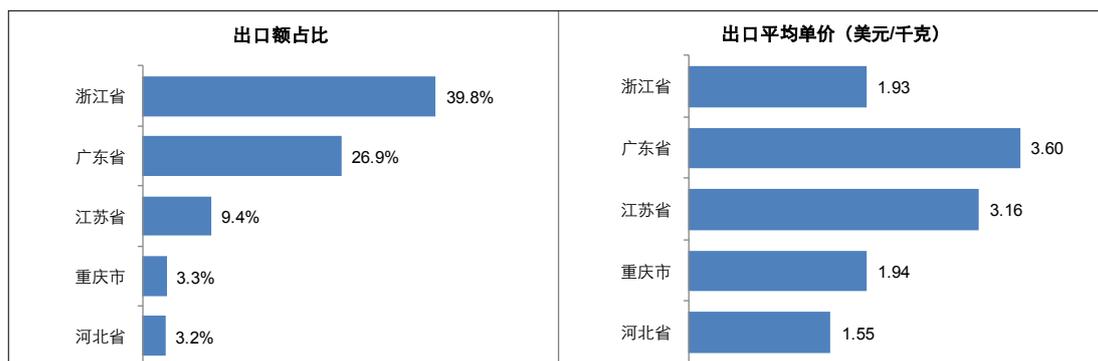
序号	国家 / 地区	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
				数量	金额
1	美国	39,476,170	109,641,989	-3.6%	-18.1%
2	尼日利亚	29,518,099	66,230,904	-30.6%	-29.9%
3	俄罗斯联邦	43,174,383	57,974,515	13.8%	-19.2%
4	香港	17,027,305	45,996,692	-2.7%	1.8%
5	澳大利亚	13,676,820	22,382,604	6.9%	-1.2%
6	日本	5,131,570	19,813,432	-6.8%	-15.3%
7	新加坡	4,439,763	18,505,203	-27%	-41.1%
8	沙特阿拉伯	4,336,761	16,554,563	33%	0%
9	加纳	8,192,729	16,466,937	16.9%	1.5%
10	英国	6,656,277	16,400,483	-11.9%	-25.5%



2016 年 1-12 月我国钢铁制门窗及其框架、门槛主要出口市场为美国、尼日利亚和俄罗斯联邦，出口到这三个国家的金额分别占我国该产品出口总额的 14.4%、8.7% 和 7.6%，合计占 30.6%。

2.2.3. 2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛 (HS: 730830) 主要出口货源地

地区	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
			数量	金额
浙江省	157,143,000	303,907,259	-3.7%	-11.9%
广东省	57,120,615	205,822,569	-9.1%	-23.4%
江苏省	22,750,437	71,851,613	4.7%	7.1%
重庆市	13,112,036	25,378,283	-38.1%	-53.2%
河北省	15,780,294	24,414,007	15.3%	0.3%
福建省	6,408,595	22,260,660	-14.4%	-5.8%
上海市	6,905,819	21,728,398	-14%	-22.9%
山东省	6,292,980	14,449,159	16.8%	6.2%
新疆	3,801,960	12,570,044	-28.4%	-29.5%
江西省	5,488,425	11,713,295	-2.9%	-22%



2016 年 1-12 月中国钢铁制门窗及其框架、门槛出口主要来自浙江和广东，其中浙江省钢铁制门窗及其框架、门槛累计出口额占我国该产品出口总额 39.8%；广东省占 26.9%。

2016 年 1-12 月，中国钢铁制门窗及其框架、门槛出口额排名前五的地区中，河北省的出口平均单价最低，1.55 美元 / 千克。

2.3. 2016 年 1-12 月中国铝制门窗及其框架、门槛 (HS: 761010) 出口趋势分析

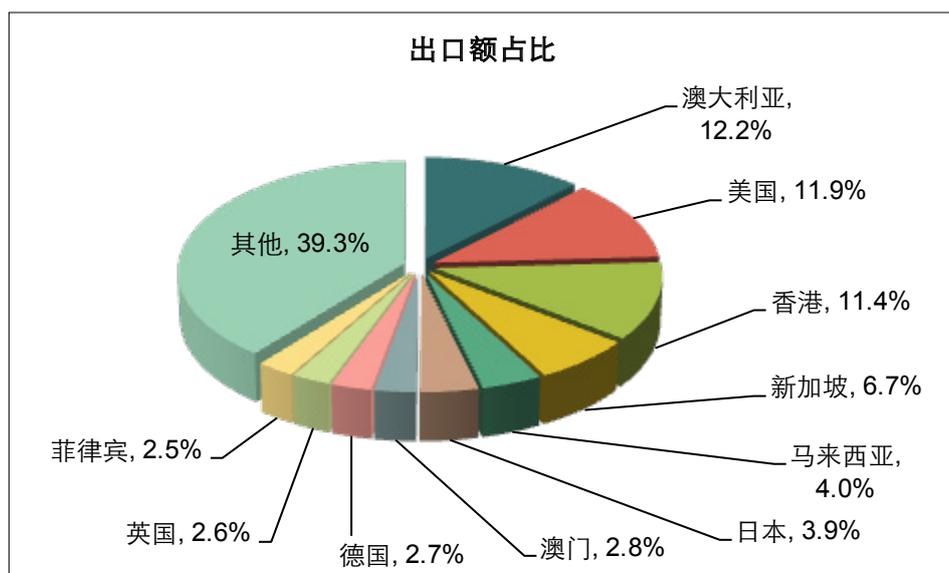
2.3.1. 2016 年 1-12 月中国铝制门窗及其框架、门槛出口数量和金额

月份	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
			数量	金额
1 月	17,092,807	75,024,079	-9.6%	-29.1%
2 月	11,500,016	49,447,407	-42.4%	-56.7%
3 月	13,194,171	56,335,950	0.8%	-9.4%
4 月	15,416,059	64,574,401	-17.1%	-25.3%
5 月	17,178,329	68,063,859	-3.9%	-18.1%
6 月	16,916,546	73,561,790	-10%	-13%
7 月	17,682,334	71,450,470	1.1%	-12.5%
8 月	17,791,571	78,275,111	-1.6%	-4.2%
9 月	16,425,526	72,898,366	-17%	-17%
10 月	15,460,343	65,087,674	-23.4%	-24.7%
11 月	18,682,404	74,713,706	13.1%	-7.5%
12 月	21,014,582	96,468,654	11.3%	3.3%
1-12 月累计	198,354,688	845,901,467	-9.1%	-19.3%

2016 年 1-12 月我国铝制门窗及其框架、门槛出口数量为 19.84 万吨，同比下降 9.1%；出口金额达 8.46 亿美元，同比下降 19.3%。

2.3.2. 2016 年 1-12 月中国铝制门窗及其框架、门槛主要出口国家 / 地区分布

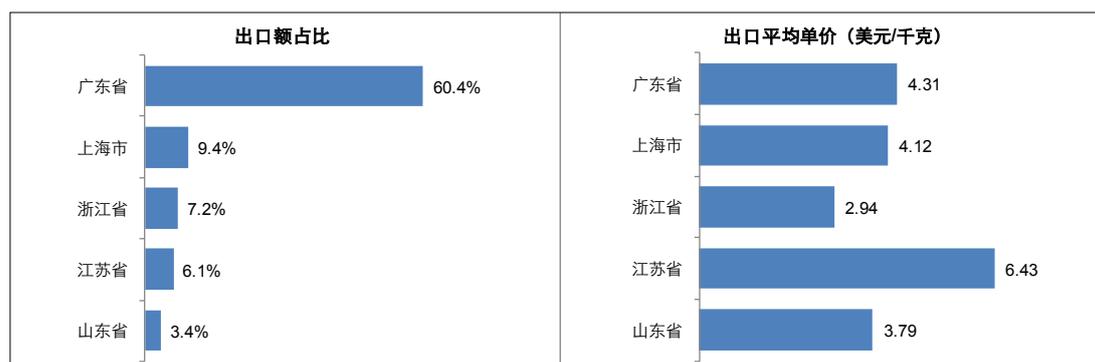
序号	国家 / 地区	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
				数量	金额
1	澳大利亚	24,536,377	103,462,088	41.2%	17.2%
2	美国	27,689,038	100,617,254	12.6%	8%
3	香港	26,628,961	96,347,851	-8.4%	-5.6%
4	新加坡	11,232,881	56,346,968	-7.4%	-27.3%
5	马来西亚	7,331,651	34,222,861	15.2%	-20.5%
6	日本	4,489,241	32,880,728	-61.9%	-52.6%
7	澳门	4,121,798	23,398,081	10.7%	-11.6%
8	德国	4,839,092	22,945,398	-5.8%	-12.1%
9	英国	9,328,778	21,773,542	10.6%	-7.6%
10	菲律宾	5,403,009	21,380,739	19.1%	18.1%



2016 年 1-12 月我国铝制门窗及其框架、门槛主要出口市场为澳大利亚、美国和香港，出口到这 3 个市场的金额分别占我国该产品出口总额的 12.2%、11.9% 和 11.4%，合计占 35.5%。

2.3.3. 2016 年 1-12 月中国铝制门窗及其框架、门槛 (HS: 761010) 主要出口货源地

地区	数量 (千克)	金额 (美元)	比去年同期	
			数量	金额
广东省	118,542,489	511,294,370	3.7%	-13.2%
上海市	19,410,398	79,893,420	4.3%	5.9%
浙江省	20,667,690	60,793,999	10.5%	10%
江苏省	8,040,183	51,675,809	-55.1%	-42.9%
山东省	7,698,979	29,140,734	-3.2%	-9.7%
河北省	5,799,745	26,851,418	10.3%	-1.4%
北京市	4,206,865	17,631,359	-19.7%	-36.7%
湖北省	2,839,750	12,948,690	285.8%	130.4%
福建省	2,511,899	12,078,300	3%	5.6%
辽宁省	1,552,302	11,048,491	-91.4%	-85.1%



中国铝制门窗及其框架、门槛出口主要来自广东省，2016 年 1-12 月广东省铝制门窗及其框架、门槛累计出口额占我国该产品出口总额 60.4%。

值得关注的是湖北省的铝制门窗及其框架、门槛出口数量同比增长 285.8%，出口额同比增长 130.4%，幅度较大。

2016 年 1-12 月，中国铝制门窗及其框架、门槛出口额排名前五的地区中，浙江省的出口平均单价最低，2.94 美元 / 千克。

数据来源：海关信息网

三 . 2016 年全球门窗行业进出口分析

3.1. 2016 年全球木制门及其框架和门槛 (HS: 441820) 进出口分析

3.1.1. 2016 年 1-6 月全球木制门及其框架和门槛主要进口市场

序号	进口国家 / 地区	进口金额 (千美元)	比去年同期
1	美国	267,555	2.0%
2	英国	167,858	1.4%
3	日本	79,343	5.5%
4	德国	77,740	4.1%
5	挪威	77,184	-0.7%
6	瑞士	56,401	-1.7%
7	瑞典	53,333	12.6%
8	加拿大	51,428	-13.4%
9	丹麦	43,154	-21.8%
10	法国	42,744	5.9%

注：挪威海关进口数据仅更新至 2016 年 6 月。

2016 年 1-6 月，以上十位木制门及其框架和门槛主要进口市场中，美国、英国和日本位列前三，进口金额分别为 2.68 亿美元（同比增长 2%）、1.68 亿美元（同比增长 1.4%）、7934.3 万美元（同比增长 5.5%）。

3.1.2. 2016 年 1-6 月全球木制门及其框架和门槛主要出口市场

序号	出口国家 / 地区	出口金额 (千美元)	比去年同期
1	中国	314,482	-12.5%
2	德国	116,122	2.2%
3	加拿大	107,175	15.5%
4	巴西	92,033	-2.6%
5	印度尼西亚	91,098	6.3%
6	波兰	89,681	-0.2%
7	意大利	67,547	-5.7%
8	爱沙尼亚	62,259	10.8%
9	马来西亚	59,999	5.1%
10	瑞典	51,311	-15.6%

注：印度尼西亚海关进口数据仅更新至 2016 年 6 月。

2016 年 1-6 月，以上十位木制门及其框架和门槛出口市场中，中国、德国和加拿大位列前三，出口金额分别为 3.14 亿美元（同比下降 12.5%）、1.16 亿美元（同比增长 2.2%）、1.07 亿美元（同比增长 15.5%）。

3.2. 2016 年 1-9 月全球钢铁制门窗及其框架、门槛 (HS: 730830) 进出口分析

3.2.1. 2016 年 1-9 月全球钢铁制门窗及其框架、门槛主要进口市场

序号	进口国家 / 地区	进口金额 (千美元)	比去年同期
1	美国	286,501	5.4%
2	法国	166,608	5.3%
3	德国	137,101	-2.5%
4	加拿大	99,681	-6.1%
5	瑞士	90,237	3.4%
6	俄罗斯联邦	89,797	36.3%
7	波兰	64,186	2.5%
8	奥地利	56,880	8.3%
9	比利时	52,951	2.2%
10	英国	50,402	7.5%

2016 年 1-9 月，以上十位钢铁制门窗及其框架、门槛主要进口市场中，美国、法国和德国位列前三，进口金额分别为 2.87 亿美元（同比增长 5.4%）、1.67 亿美元（同比增长 5.3%）、1.37 亿美元（同比下降 2.5%）。

3.2.2. 2016 年 1-9 月全球钢铁制门窗及其框架、门槛主要出口市场

序号	出口国家 / 地区	出口金额 (千美元)	比去年同期
1	中国	579,729	-16.3%
2	德国	371,871	-1.8%
3	美国	197,480	-8.9%
4	荷兰	180,466	19.6%
5	意大利	158,293	17.2%
6	加拿大	127,903	8.7%
7	土耳其	82,301	-14.4%
8	波兰	67,724	-7.9%
9	西班牙	55,223	16.4%
10	奥地利	53,662	-0.6%

2016 年 1-9 月，以上十位钢铁制门窗及其框架、门槛出口市场中，中国、德国和美国位列前三，出口金额分别为 5.80 亿美元（同比下降 16.3%）、3.72 亿美元（同比下降 1.8%）、1.97 亿美元（同比下降 8.9%）。

3.3. 2016 年 1-9 月全球铝制门窗及其框架、门槛 (HS: 761010) 进出口分析

3.3.1. 2016 年 1-9 月全球铝制门窗及其框架、门槛主要进口市场

序号	进口国家 / 地区	进口金额 (千美元)	比去年同期
1	美国	416,747	18.8%
2	日本	279,371	-21.5%
3	法国	125,233	13.7%
4	德国	100,961	13.0%
5	瑞士	98,012	1.6%
6	英国	88,441	13.9%
7	新加坡	84,094	5.6%
8	澳大利亚	73,452	6.7%
9	奥地利	69,436	0.6%
10	加拿大	65,846	-3.6%

2016 年 1-9 月，以上十位铝制门窗及其框架、门槛主要进口市场中，美国、日本和法国位列前三，进口金额分别为 4.17 亿美元（同比增长 18.8%）、2.79 亿美元（同比下降 21.5%）、1.25 亿美元（同比增长 13.7%）。

3.3.2. 2016 年 1-9 月全球铝制门窗及其框架、门槛主要出口市场

序号	出口国家 / 地区	出口金额 (千美元)	比去年同期
1	中国	634,322	-19.5%
2	德国	261,777	9.6%
3	泰国	178,444	-16.9%
4	加拿大	144,705	7.4%
5	葡萄牙	133,245	8.3%
6	波兰	132,421	18.8%
7	意大利	118,371	7.9%
8	哥伦比亚	108,181	60.8%
9	荷兰	99,953	48.3%
10	美国	96,930	-9.0%

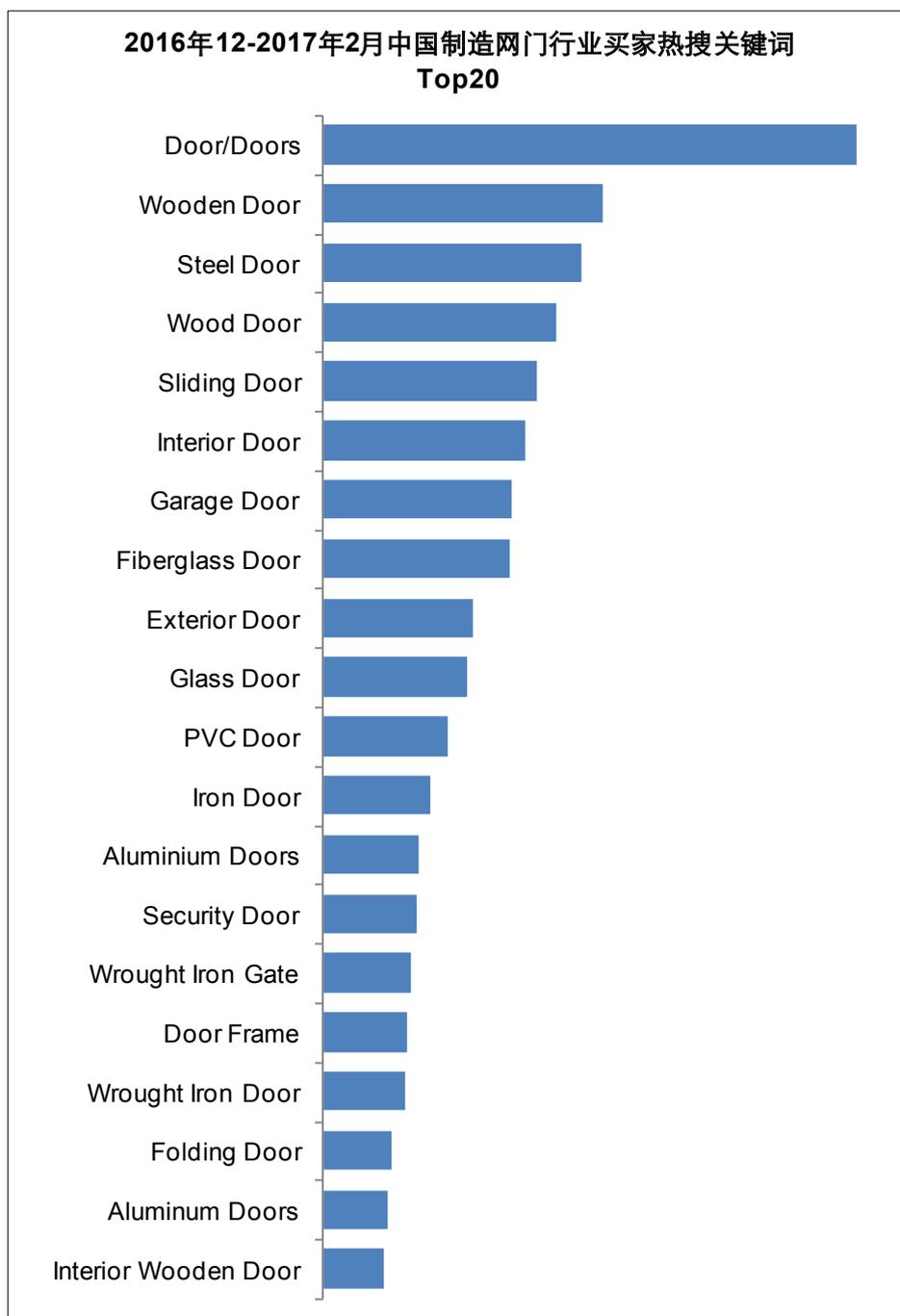
2016 年 1-9 月，以上十位铝制门窗及其框架、门槛出口市场中，中国、德国和泰国位列前三，出口金额分别为 6.34 亿美元（同比下降 19.5%）、2.62 亿美元（同比增长 9.6%）、1.78 亿美元（同比下降 16.9%）。

数据来源：UN COMTRADE

四 . 中国制造网门窗行业数据分析

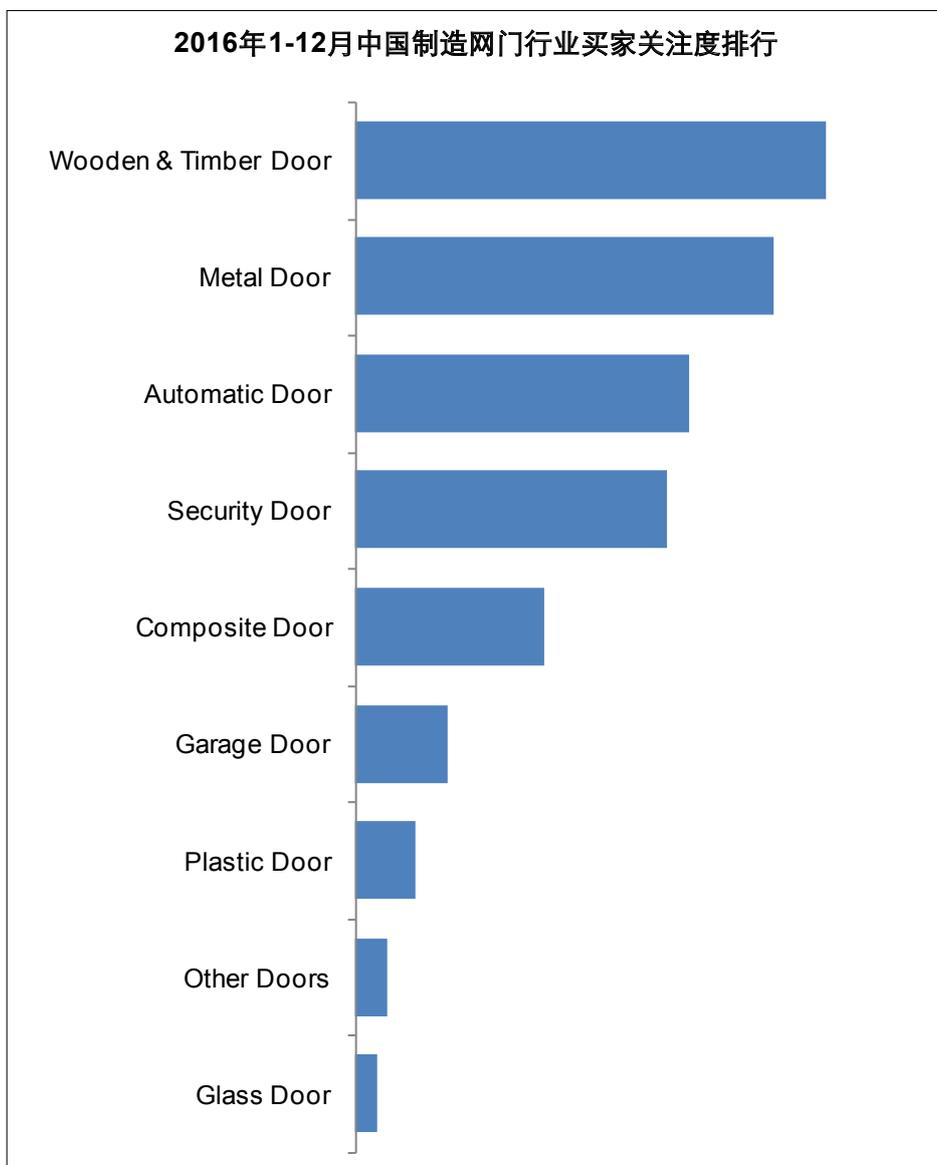
4.1. 中国制造网门行业数据分析

4.1.1. 2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网门行业买家热搜关键词



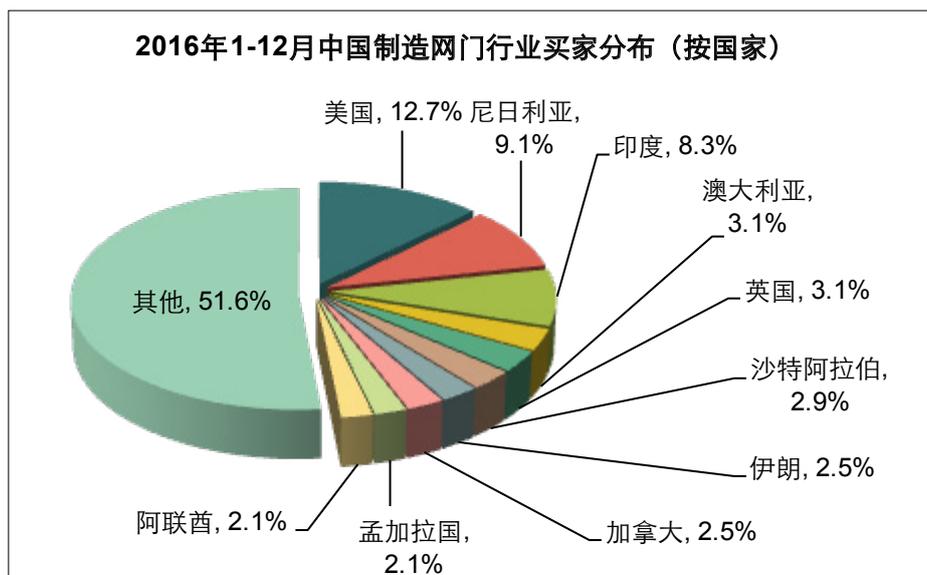
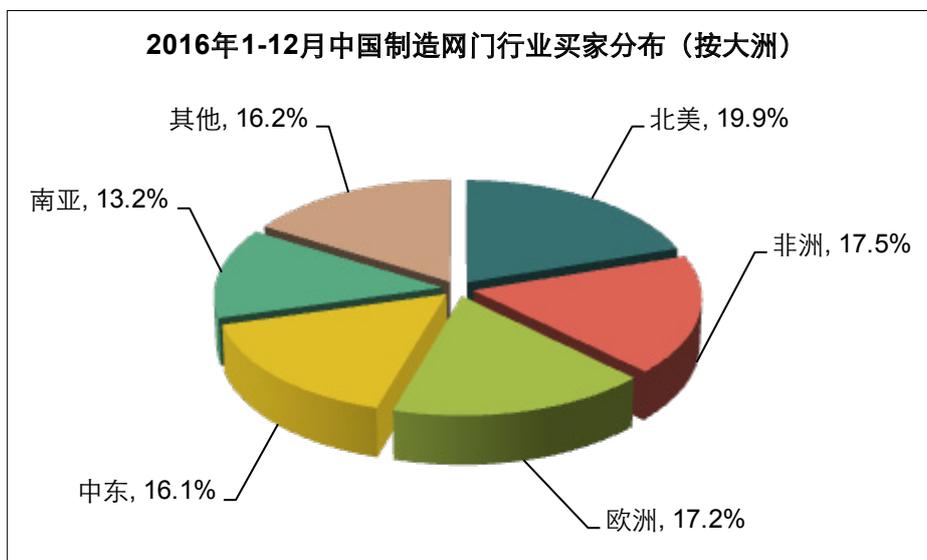
2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网门行业最热门的搜索关键词为 Door/Doors , 其次为 Wooden Door。

4.1.2. 2016 年 1-12 月中国制造网门行业买家关注度分析 (按点击量)



2016 年 1-12 月，根据中国制造网统计数据，门各子行业中，Wooden & Timber Door 买家关注度最高，其次是 Metal Door。

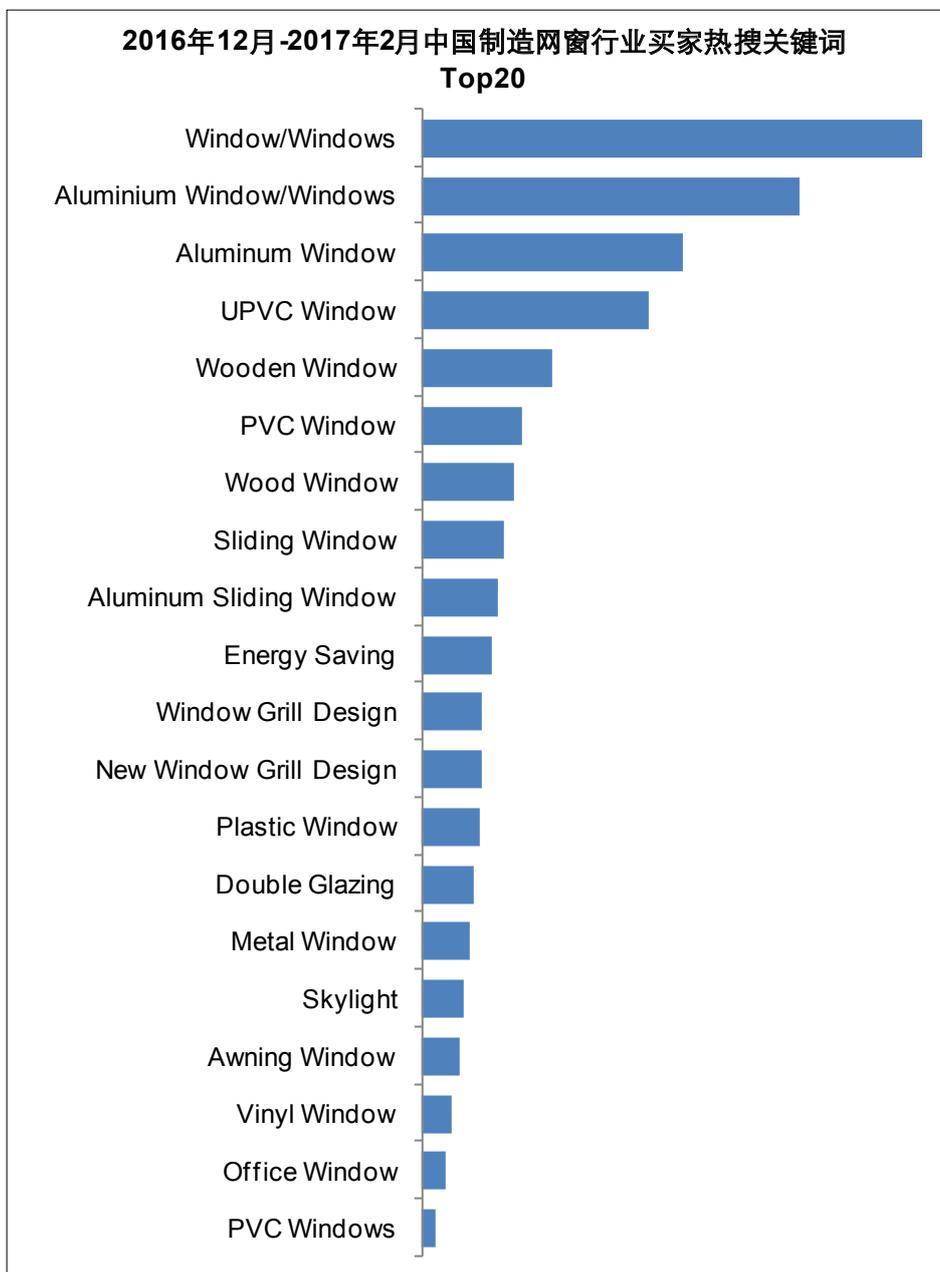
4.1.3. 2016年1-12月中国制造网门行业买家分布



按大洲分，2016年1-12月中国制造网门行业的买家主要来自北美、非洲、欧洲和中东等地区；按国家分，中国制造网门行业的买家主要来自美国、尼日利亚和印度等国家。

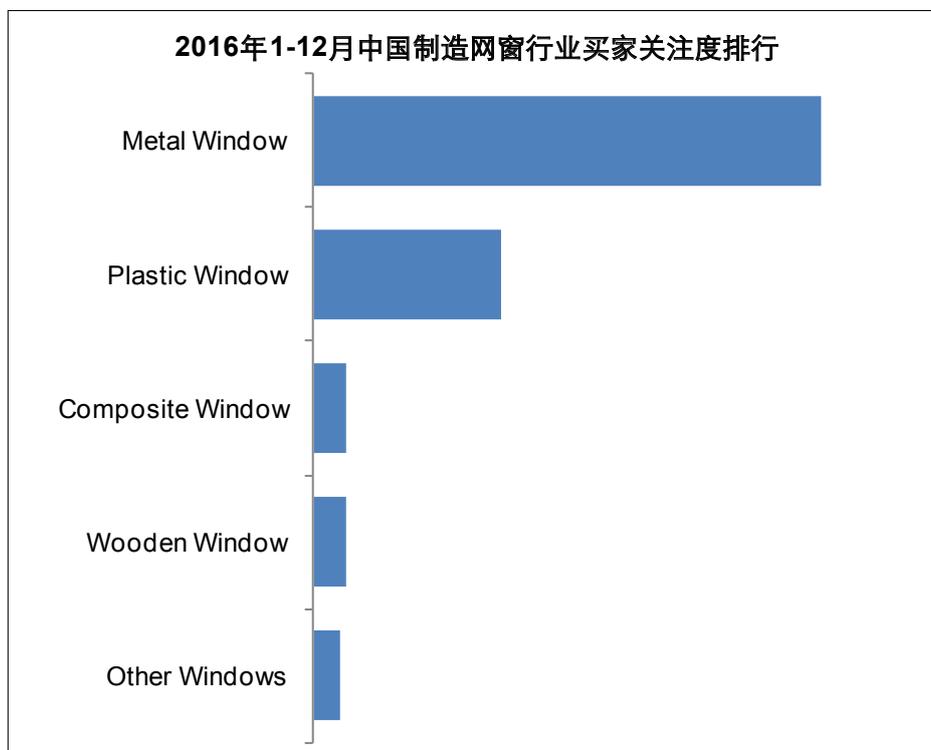
4.2. 中国制造网窗行业数据分析

4.2.1. 2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网窗行业买家热搜关键词



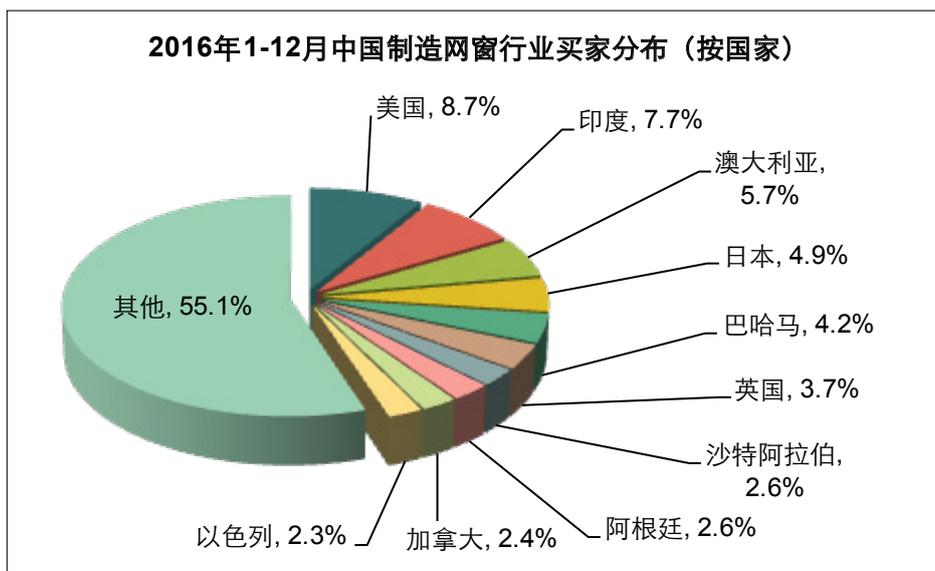
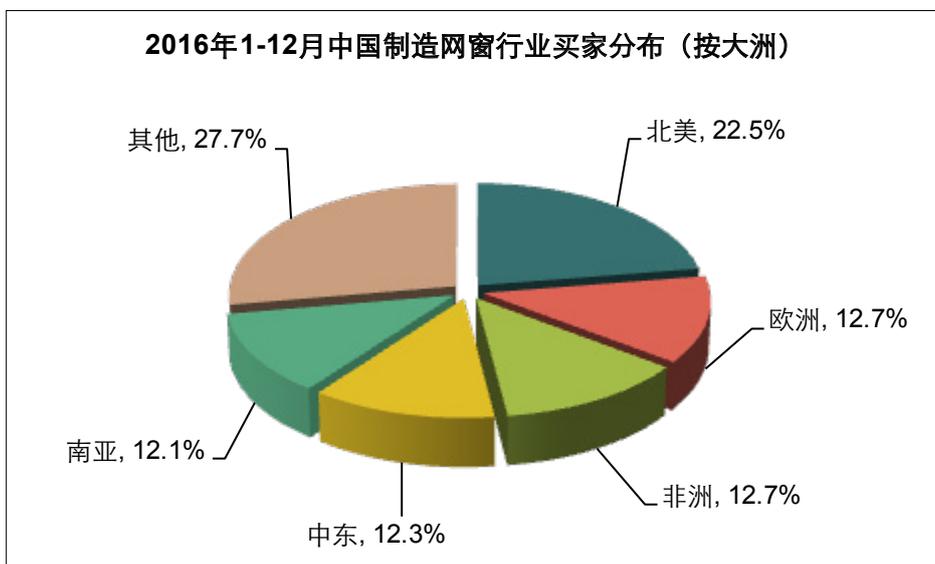
2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网窗行业最热门的搜索关键词为 Window/Windows，其次为 Aluminium Window/Windows。

4.2.2. 2016 年 1-12 月中国制造网窗行业买家关注度分析 (按点击量)



2016 年 1-12 月，根据中国制造网统计数据，窗各子行业中，Metal Window 买家关注度最高，其次是 Plastic Window。

4.2.3. 2016 年 1-12 月中国制造网窗行业买家分布

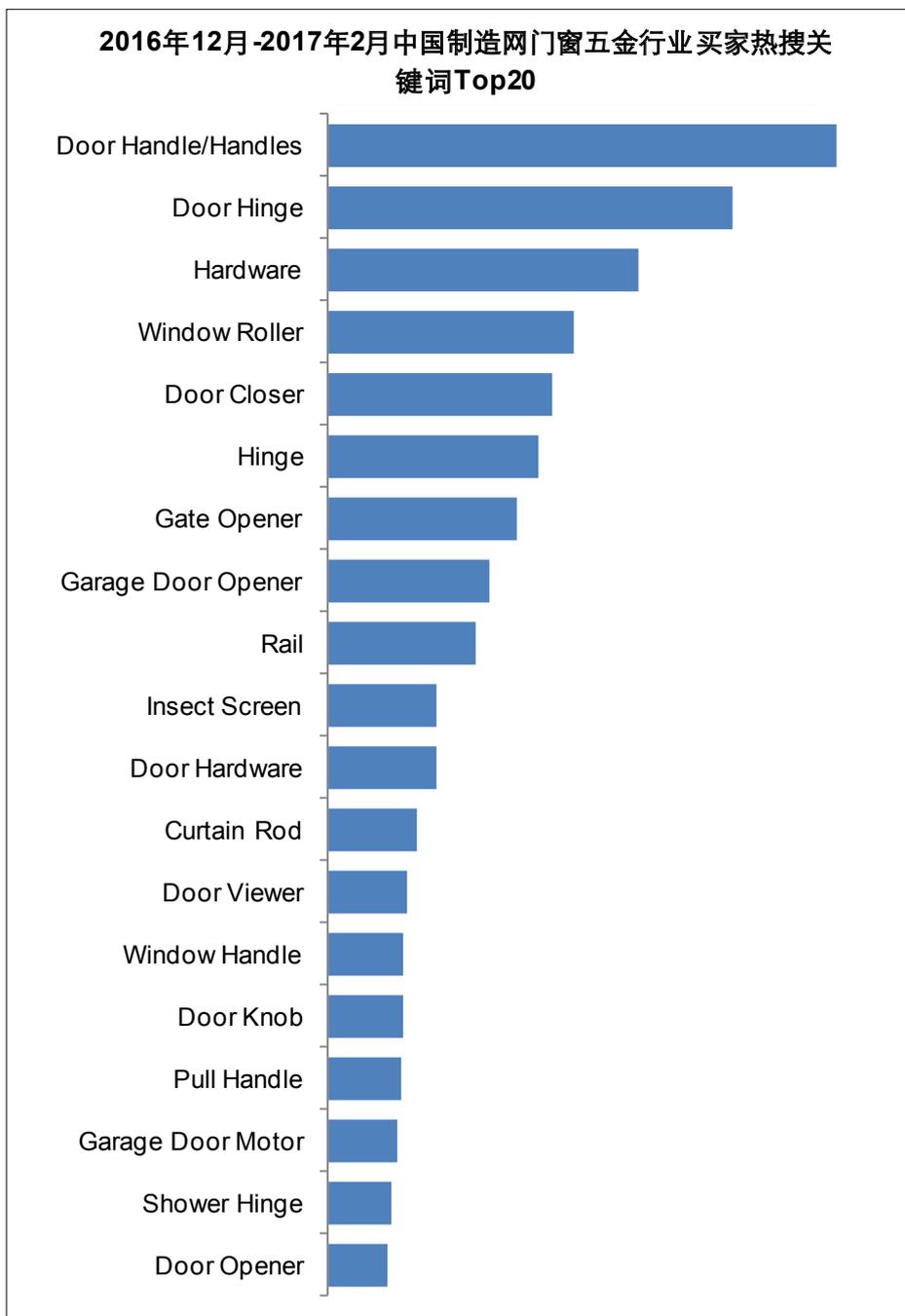


按大洲分，2016 年 1-12 月，中国制造网窗行业的买家主要来自北美、欧洲、非洲、中东和南亚地区，其中来自北美的买家占行业买家总量的 22.5%。

按国家分，2016 年 1-12 月，中国制造网窗行业的买家主要来自美国、印度、澳大利亚和日本等国家。

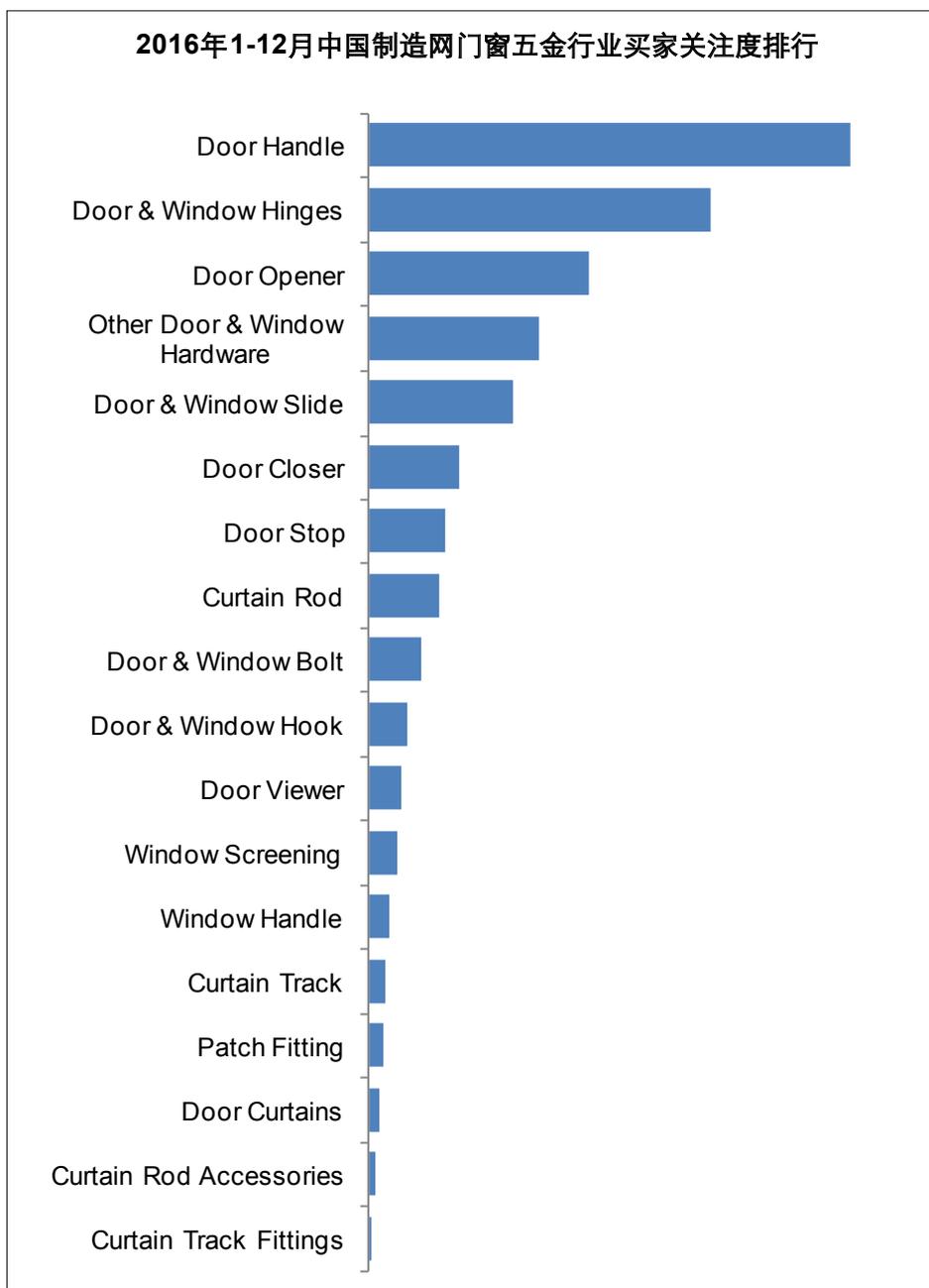
4.3. 中国制造网门窗五金行业数据分析

4.3.1. 2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网门窗五金行业买家热搜关键词



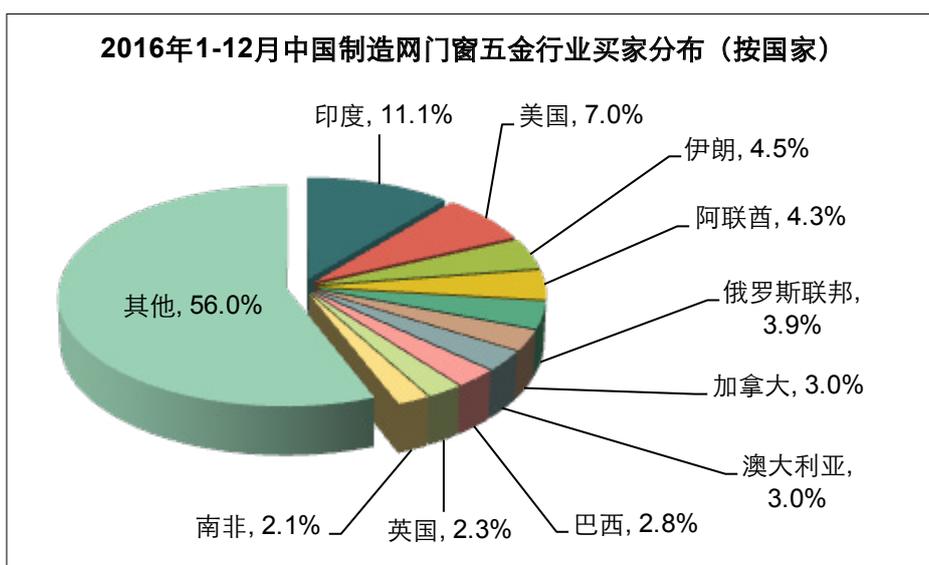
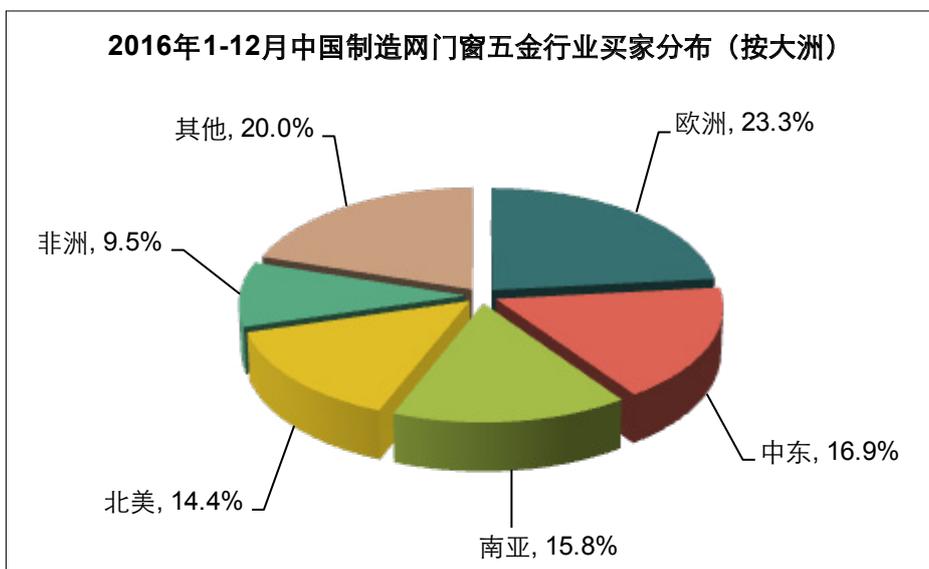
2016 年 12 月 -2017 年 2 月中国制造网门窗五金行业最热门的搜索关键词为 Door Handle/Handles , 其次为 Door Hinge。

4.3.2. 2016 年 1-12 月中国制造网门窗五金行业买家关注度分析 (按点击量)



2016 年 1-12 月，根据中国制造网统计数据，门窗五金各子行业中，Door Handle 买家关注度最高，其次是 Door & Window Hinges。

4.3.3. 2016年1-12月中国制造网门窗五金行业买家分布



按大洲分，2016年1-12月中国制造网门窗五金行业的买家主要来自欧洲、中东、南亚和北美等地区。

按国家分，2016年1-12月，中国制造网门窗五金行业的买家主要来自印度和美国。

数据来源：Made-in-China.com

中国制造网行业分析专家组 (IAR Team) 成立于 2009 年 5 月，从最初的舆情监测到现今的行业分析和市场分析，集中了一批对数据有极高敏锐度的科研专才以及对行业走势有良好把握的经济研究人员，共同致力于为企业提供专业、精准的行业和市场分析报告。

IAR Team 联系方式

电话 : 86-25-6677 5112

邮箱 : iar@made-in-china.com



Made-in-China.com



- 本报告著作权属于焦点科技股份有限公司，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国知识产权相关法律、法规的保护。未经本公司书面许可，任何组织和个人，不得以任何形式使用本报告中的信息。
- 本报告中部分文字和数据等材料采集于公开信息，相关权利为原权利人所有。未经原权利人和本公司许可，任何组织和个人不得以任何形式再次使用。
- 本报告中发布的数据，受调研方法及样本范围的限制，可能不完全反映市场真实情况。本公司对该报告中数据的准确性不承担法律责任。