

铝合金门窗行业

招商加盟大数据报告

D A T A R E P O R T

支持单位

联合
发布



战略
支持



前言

PREFACE

过去的2020年，对于家居行业而言是极其煎熬与难忘的一年。来势汹汹的新冠疫情，让无数家居行业企业、经销商和消费者度过了冷清的上半年。疫情后遗症下，家居行业绽放出了独有的韧性和应变能力。从2019年家居行业发展速度放缓，到2020年破而后立，中国家居行业正面临着前所未有的新局面。

严峻形势下中国家居行业迎来新的变化，唯有在危机中寻找机会，方能快速恢复元气，实现战略发展。

为进一步助力企业及加盟商充分了解家居行业各细分品类发展状况及趋势，解读招商加盟现状，家居建材行业门户中华建材网携旗下中华门窗网，严格过滤全网大数据，进行全网数据采集、大规模调研及专业分析，通过大数据整合进行多维度比较，着力于铝合金门窗品类，以数据报告形式，为企业招商及投资客加盟提供新助力。

目录

CONTENTS

1

2020年家居建材行业发展综述及投资环境分析

疫情过后，万物生长，前景可期

2

行业加盟指数报告

2020年铝合金门窗行业加盟指数
多方位呈现

3

行业招商指数报告

2020年铝合金门窗行业招商指数
全角度解答

4

总结

2021年铝合金门窗企业招商拓展建议

D A T A 1 R E P O R T

2020年家居建材行业 发展综述及投资环境分析

招商加盟大数据报告



疫情之下 2020年家居建材行业宏观看

据国家统计局初步核算，前三季度我国国内生产总值722786亿元，按可比价格计算，同比增长0.7%。分季度看，一季度同比下降6.8%，二季度增长3.2%，三季度增长4.9%，显示出强劲的动力和强大的韧性。而与人们生活息息相关的家居建材行业发展情况究竟如何，我们以数据告诉你。

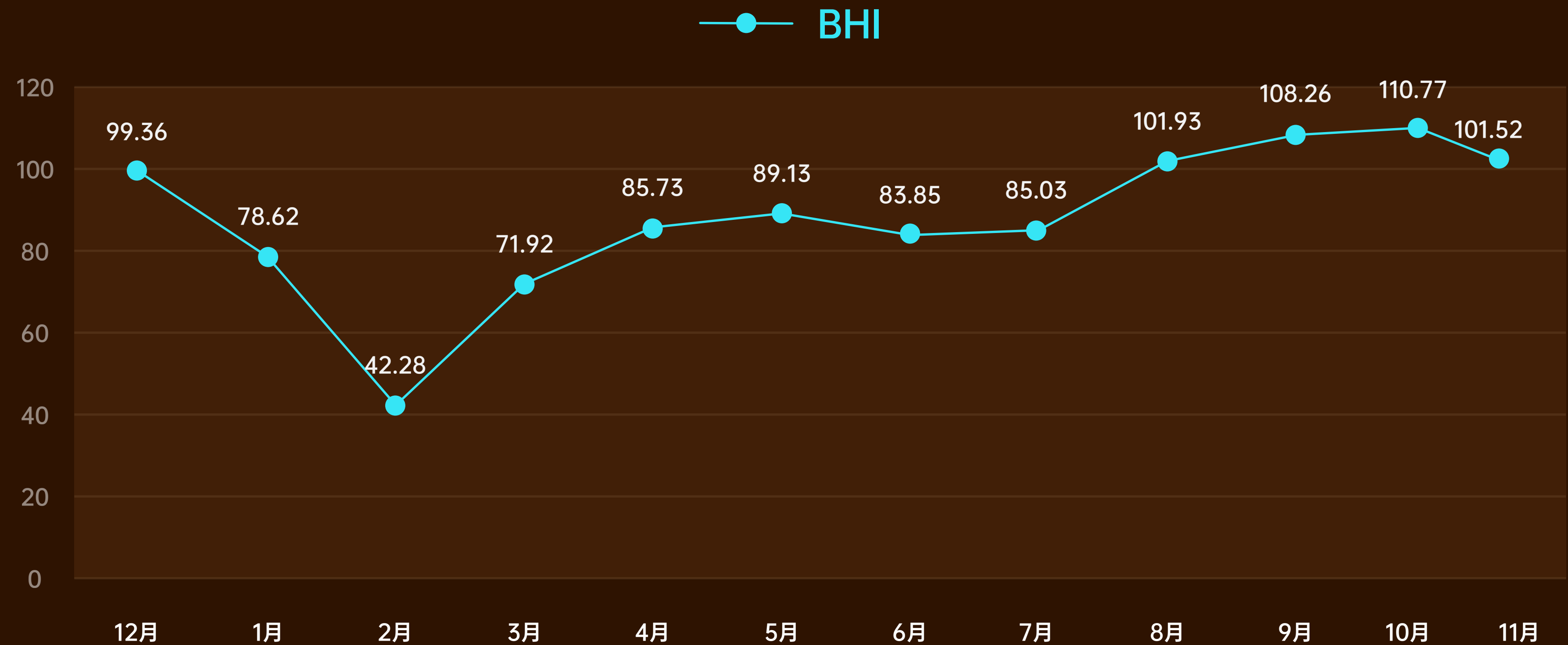
注：同比是指本年度（季度，月份）与上一年年度（季度，月度）的对比。
环比是指本季度或者月度与上一个季度或者月度的对比，下同。



否极泰来，BHI指数总体趋势向好

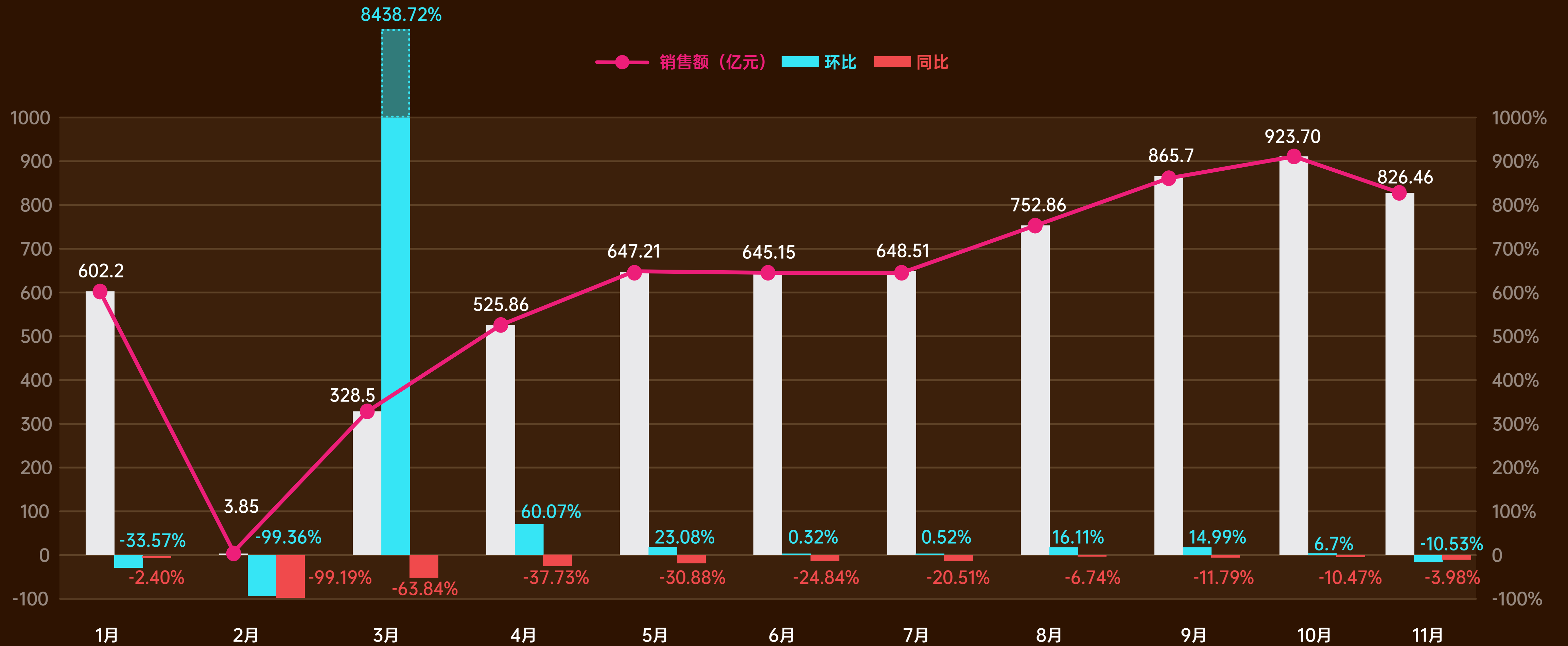
从开年遇冷，到2月剧降，再到3月反弹，4月回升，5月上涨，6月微跌...由商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布的全国建材家居景气指数（BHI），一波未平一波又起，但总体趋向利好。

2019年12月-2020年11月全国建材家居景气指数（BHI）情况



- ◆ 2020年10月份全国建材家居景气指数（BHI）为110.77，环比上涨2.51点，同比下降2.70点，11月全国建材家居景气指数（BHI）为101.52，环比下降9.25点，同比上涨4.64点。整体呈现平稳势头发展。

2020年1月-11月全国规模以上建材家居卖场销售额情况



◆ 全国规模以上建材家居卖场11月销售额为826.46亿元，环比下降10.53%，同比下降3.98%。2020年1-11月份累计销售额为6769.97亿元，同比下降25.96%。步入11月，全国建材家居卖场销售额同比下降，气温降低，销售步入淡季。

◆ 2020铝合金门窗行业加盟商生存现状

截止2020年底，国际疫情持续蔓延，国内疫情零星反弹，疫情防控形势依然严峻，对消费者信心和消费求持续释放仍有一定的影响，全国建材家居市场恢复至疫前同期水平尚待时日，但持续近一年的相对低潮发展已经让大部分家居企业做好长期备战的准备，脚踏实地生存，再谋求更大的发展成为主旋律。

整体而言，家居建材行业正在逐渐回暖，产业发展逐渐趋于正常。随着疫情常态化，内外双循环的启动，后疫情时代的门窗行业必定会迎来另一个需求高峰。从行业部分反馈数据来看，门窗板块的市场销售数据，对比同期甚至有小幅度增长，这给更多的企业和投资者带来更大的信心。

随着消费升级，绿色、环保、健康的需求因素增加，中高端门窗产品备受消费者青睐，市场的需求在不断扩大，系统门窗的市场逐渐呈现出繁荣的景象，这类门窗本身就具备着高附加值，无论是在使用价值，还是在性能价值方面，都能给予消费者更为优质、更具品质的体验，铝合金门窗加盟商在售卖产品同时，也需要售卖安装服务。特别是80、90后用户群体成为消费主力军，个性化定制需求日益增加，精准定位和差异化设计成为家装市场发展方向；而“新零售”的崛起，使得门窗家装零售渠道更加多样化。门窗家装零售行业变局丛生、转型升级时代来临。



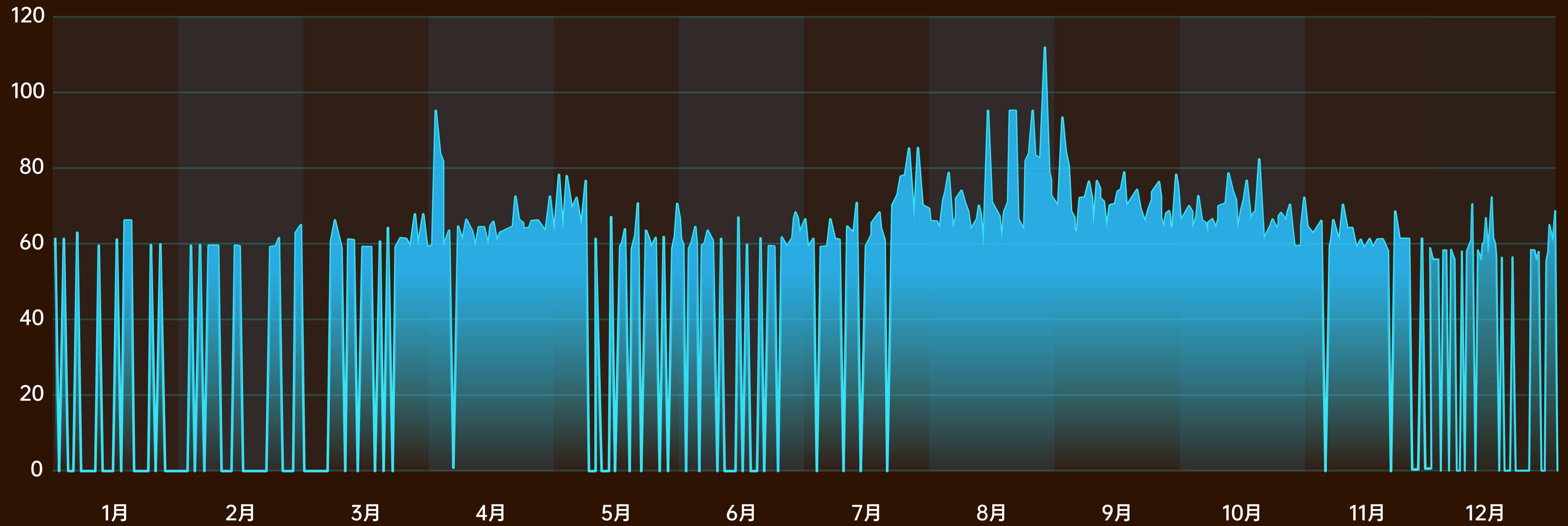
2

2020年家居建材加盟 百度搜索指数变化趋势



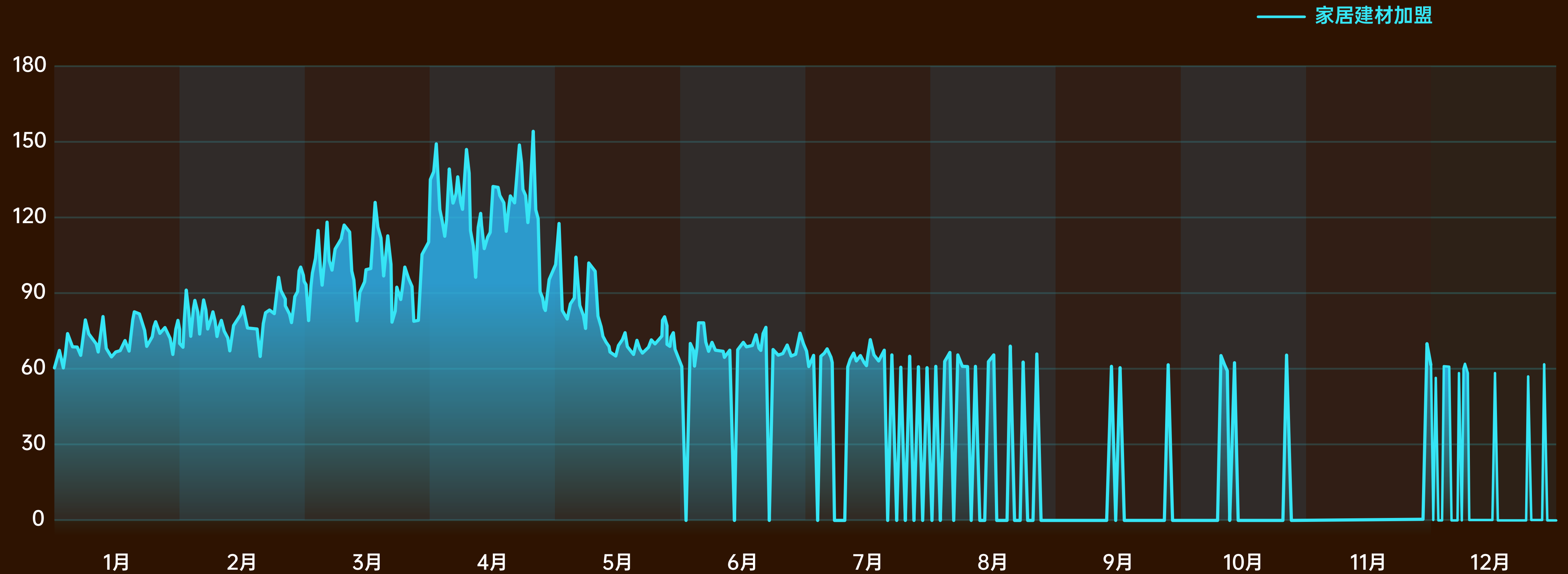
2020年家居建材加盟百度搜索指数变化趋势

家居建材加盟



PC端

2020年家居建材加盟百度搜索指数变化趋势



移动端

◆ 2020年，家居建材加盟百度指数情况与2019年基本持平，受疫情影响，企业及投资客相对谨慎。

注：本百度指数仅为某个关键词在百度的搜索规模情况，因地域、时间段不同稍有差异，本数据仅供参考。

3

2020年铝合金门窗行业 热词解读

对于铝合金门窗行业来说，准确在危机中洞见行业发展命脉，是实现逆势转型、乘风破浪的重要基础。2020年铝合金门窗行业热词都有哪些，我们一睹为快。



智能

系统门窗 新国标

智能 新国标 健康宜居

直播 线上展会

健康宜居 智能 直播 直播 系统门窗

线上展会 健康宜居

系统门窗 新国标 线上展会

直播

热词解读：

2020年的春天，对于“直播”来说是真正的草长莺飞。受疫情影响，企业经营、招商，加盟商加盟受到严重冲击。家居企业开始尝试线上新玩法，C端直播带货、B端直播招商，直播成为传统家居行业数字化转型的一个宣泄口。中国联通发布的《直播终端参考报告》显示，2020年底，中国直播行业用户规模有望超6亿人。

相关动向：

2020年，几乎所有家居企业都或多或少参与并组织了直播活动。从今年2月开始，直播成为家居卖场主要获客方式。以居然之家、红星美凯龙为代表的家居卖场，用直播+同城站方式打通了流量壁垒，为线下卖场引流。数据显示，从2月到6月22日，居然之家累计直播超1万场、观看人次超千万、累计互动3742万次、累计直播3.8万小时。在五一期间，红星美凯龙全国各商场累计直播461场，观看人次973万，订单转化达50939笔。

10月21日至11月11日，家居企业冲刺双11。相比于往年，今年家居行业线上线下一体化模式逐渐成熟，家居新零售持续加码升级。其中，直播成为常态化营销方式，新玩法不断升级。

11月6日晚，居然之家董事长汪林朋开启直播首秀，与一众品牌老板坐镇直播间，而此次直播也十分奏效。数据显示，直播间观看量突破234万，直播间互动点赞数突破3328万，直播引导成交单量3.87万单。

红星美凯龙也玩转直播新花样。11月3日，红星美凯龙董事长车建新与央视主播撒贝宁、龙洋推出专场直播。区别于以往的家居直播，这场直播将古典诗词与现代家居融合，以创新的直播形式吸睛不少。

在C端方面，直播带货已经成为目前大家追捧的消费方式，也成为企业常态化营销手段，无论企业大小，C端直播必不可少。



2020年3月7日19:30，新豪轩门窗“约惠女神节，新家焕新颜”全国直播团购专场正式开始。新豪轩总部千万补贴，门窗产品大让利，爆款精品超实惠，下单礼、限时秒、直价供、抢红包……众多惊喜豪礼，吸引了数万人热情观看，超8000笔订单的傲人战绩，成绩斐然！

2020年3月13日19:00~21:00，帝奥斯门窗“宅家安心购，全国线上抢工厂”直播团购会准时开启。凭借着16年的品牌口碑沉淀，2小时创造了帝奥斯奇迹，吸引了100000名消费者参与，燃爆了整个直播间。

2020年3月15日14:00，美沃门窗总经理黄明进行直播，三大平台同步进行，给大家讲解美沃产品特色，并在直播间进行福利放送。

2020年4月3日天猫家装节，亿合门窗在亿合展厅举行了“跟曾会长拼了”拼团抢购会，掀起了顾客的消费狂潮。短短两个小时，线上吸引了2.54万名观众积极参与，观众点赞量高达31.06万，累计线上下单超1000单。

2020年4月16日19:30，4月22日19:30，皇派门窗两场直播大秀闪亮登场，416为爱隔音，品牌日直播，422为爱放价，抢工厂大促直播，年度震撼大戏上演。



2020年6月18日晚19:30，新帝豪门窗启动“618家装节直播狂欢”活动，总部特批爆款优惠价格，通过淘宝直播间把重磅福利钜惠带给广大消费者。此次直播短短一小时，销售成绩斐然，彰显了新帝豪门窗强大的品牌势能。

2020年11月10日晚上9点，轩尼斯门窗开始了声势浩大的双十一狂欢夜直播，轩尼斯门窗总裁助理曾繁汇先生和营销总监郭云义先生做客直播间，对粉丝们派发福利，仅仅在00:53:00销售额就突破1000万！天猫旗舰店总销售额突破6500万，一举跻身门窗品类TOP2！

2020年11月11日晚7:30，安柏瑞门窗天猫旗舰店“决战双11 全球狂欢趴”直播活动正式开启，累计观看人数和成交量双双创新高！

2020年11月7日-11月22日，阿尔卑斯系统门窗推出“超级新品，颜出必行”门窗换新季狂欢节全国大型活动，结合线上线下宣传，多维度品牌传播，助力阿尔卑斯系统门窗品牌形象跨越式提升。



B端招商加盟成新宠

2020年初，受疫情影响家居企业停工停产、展会延期，招商按下“暂停键”，线下招商会无法召开，借助直播形式进行招商成为企业完成年度招商任务的必然选择。

2020年，中华建材网携旗下13大门户网站，立足企业招商困境及加盟商加盟困难现状，致力于实现“足不出户，干好招商”的现实目的，为企业打开招商新通路。在原有【探厂·报告派】的产品基础上，新增【直播·加盟汇】产品，采用线上视频直播新形式，帮助企业实现招商信息全网覆盖，助力经销商足不出户考察新项目。

2020年，中华建材网携旗下13大门户网站，共计进行89场线上直播类招商，涉及8个行业、154个企业，累计吸引534万人次观看，成功助力品牌签约4551个优秀加盟商，成绩斐然。



前景解读：潜力无限 宜多尝试

直播是企业实现线上营销、线上招商的一种难得的形式。通过直播，消费者、加盟商能够足不出户，与商家直接互动、即时沟通，可以更直观、更全面地了解商品和企业实力；商家也可以通过实时反馈的机制，能够更好地刺激消费者、加盟商做决策。从基于广告、代言逐渐积累曝光和信任，到直接基于直播平台、媒体的公信力进行卖货或招商，进一步优化了生态链路。

作为一个高效工具，直播招商用数字化手段连接厂家和天南海北的加盟商群体，让招商宣传推广得更快、更远，为家居品牌招商提供最大的助力，这一点已得到充分的验证和共识。

毫无疑问，“直播”显然不是一时热度，已经成为家居行业营销及招商的重要组成部分，未来只会有更多的直播形式和参与方式，让我们拭目以待。

值得注意的是，通过直播招商，企业所有的优势和劣势都会被无限放大，并且会被持续地留存下来。可以说，直播招商，会加速厂家优胜劣汰的速度，也将会重新对加盟商群体进行洗牌，归根结底需要企业做到表里如一，企业综合实力仍是第一位。

线上展会

热词解读：

线上展会即“云展会”，是线下会展的辅助和延伸。疫情期间，线下大规模聚集不现实，加上政府开始倡导云展会，让线上展会正式成为家居企业参展的重要平台。线上展会可提供365天/24小时参展需求，且没有边际和地域限制，还可以大大节省参展成本，成为疫情期间家居企业参展的重要补充。

相关动向：

2020年6月15日-24日，第127届中国进出口商品交易会（简称“广交会”）在网上举办。这是中国历史悠久的贸易盛会首次以网络形式举办，让中外客商足不出户下订单，做生意。

2020年6月20日-22日，首届东部家具云端展销会暨第二届家具原辅材料采购节在江苏海安盛大举办。采取“线上+线下”的全新办展模式，实现实体展会与在线直播的有机结合，有效扩大了展会的辐射影响力和消费带动力。

2020年7月8日-11日，第22届中国建博会（广州）强化网上直播功能，以直播推广为参展商提供宣传增值服务，实现线上个性化营销与线下展会互为补充，打造“白天看展、晚上看直播”的会展新业态。

2020年8月31日-9月2日，2020 DOMOTEX asia/CHINAFLOOR（中国国际地面材料及铺装技术展览会，即“上海地材展”）成功举办，构建线上线下全渠道展示模式，用线下展览+线上直播的全方位形式启动疫后的地材展，让更多无法到现场的海内外观众和买家也能在线体验商贸采购。

2020年10月29日至11月1日，FBC2020中国国际门窗幕墙博览会迎来开门红，特别推出了权威专家探展直播活动，为无法到达博览会现场的观众，以更加专业的视角，跨越时空看一场不一样的FBC博览会！

前景解读：打破边界 仍待优化

数字化转型已然成为会展业的必然趋势，家居行业也是如此，线上线下融合参展已经成为家居行业的常态。

但归根结底家居行业展会的优势在于在参展中与加盟商、消费者面对面交流。这种交流既是产品陈列观摩的场景化，也是双方直接沟通与交换信息互相了解的场合。因此，线上展会绝非只是简单地把展品罗列上去、在线咨询解答，而是要还原线下展会独特的“面对面”场景，这一点需要企业深度思考。

此外，线上在展会是一种全新的商业模式，需要不断的探索、创新才能走向成熟，无论参加与否，都需要家居企业有一个新的思维方式，紧跟行业发展潮流。

系统 门窗

热词解读：

系统门窗，是指一个门窗性能系统的组合，从门窗的保温、隔热、水密性、气密性、隔音性，到门窗的防盗、操作手感、外形美观等等，都被考虑在内。不同于传统门窗的单调和缺乏功能性，系统门窗具备了外开、内开、推拉、折叠、内开内倒、上悬等多种开启方式，适用于不同的场景。

相关动向：

2020年4月24日，美加德尚门窗以「思享静密」之名赴约了一场「云上春归」盛宴，来自全国各地的优质经销商亲临直播现场，云上尝鲜。8大潜心新品力作，专攻高性能、高适用度，既有高端旗舰，也有流量标配，狙击多样消费取向。

在今年中国建博会（广州）上，“系统门窗”成为门窗展品中的热词，各大品牌的系统门窗产品更是大展身手，你方唱罢我登场，好不热闹。无论是从型材、玻璃、密封隔热等方面，各大厂家均推出了针对性的系统解决方案。

2020年7月8日，博仕门窗征战2018广州建博会，一排身着博士服，头戴博士帽的模特，寓意博仕门窗在广州建博会和未来的发展道路上取得骄人成绩，博仕门窗率先将阳光房与中国传统建筑文化“牌楼”结合，并且采用四合院“合院式建筑”的展区结构，在建博会开始前已经备受众人期待，强大的号召力不容小觑。

2020年7月8日，百利玛携多款重磅新品闪耀亮相广州建博会，延续“高端全屋门窗定制”品牌定位，融入艺术、文化与自然气息的设计，以及经典与时尚并存的全屋空间美学，集高颜值、高性能、高品质于一身，产品一经亮相，就吸引了众多业内参展人士的驻足观看和热烈交流。

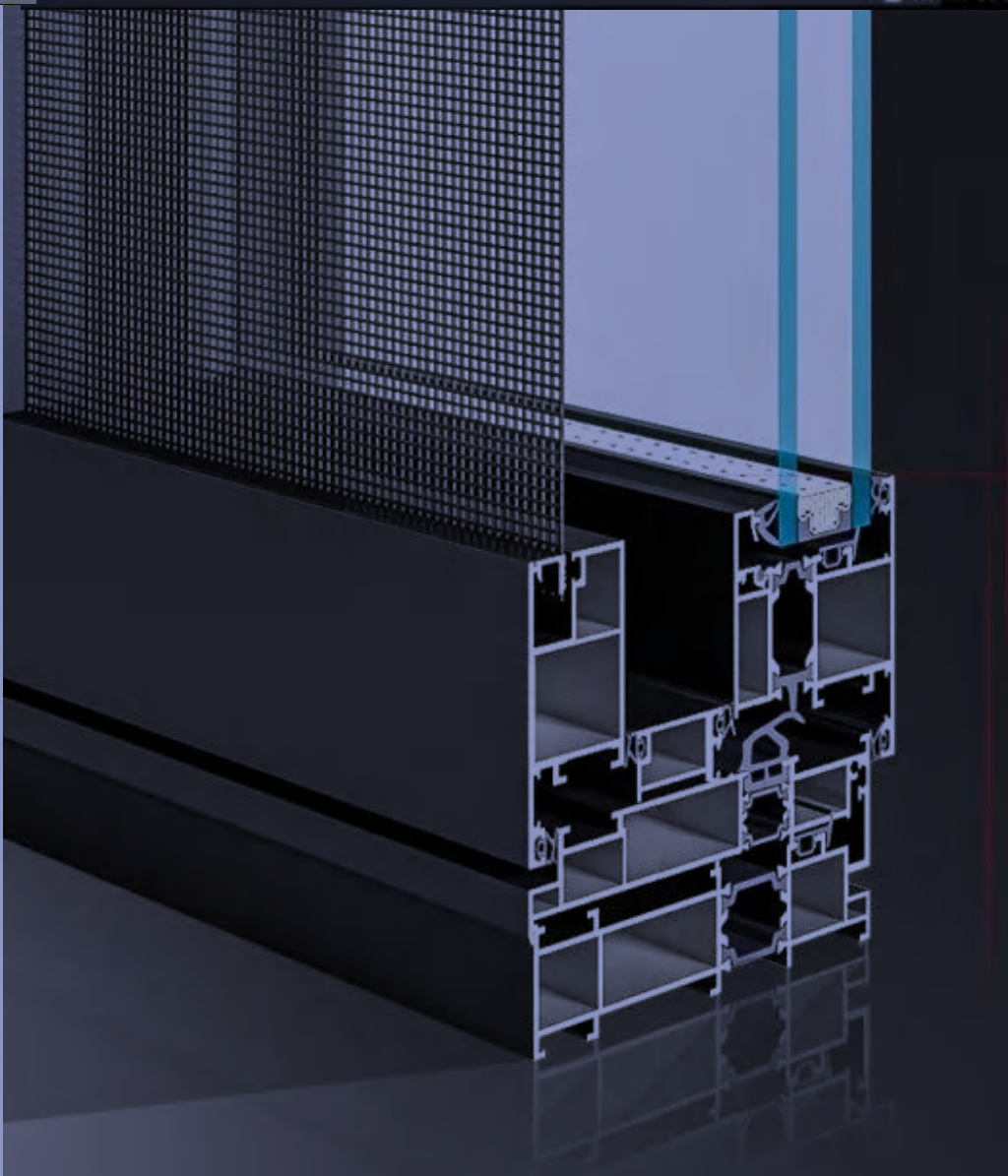


2020年7月8日，大洋门窗的“85G双内开窗”亮相中国建博会（广州），大洋5G系统门窗汲取了欧洲系统门窗优势，结合国内建筑特色及地区气候设计，力求为消费者生活带来质变，不止向用户展现了更深的门窗哲学，也让万千关于家的希冀照进了现实。

2020年8月4日，裕安门窗2020新品王子系列断桥平开窗上市，开启家与城市对话，定制级·安全防盗系统，升级版304不锈钢传动盒，材质更坚固耐用，性能更安全稳定，传导制动操作流畅，安全传动系统锁，升级锁点锁座，防撬性能更卓越。

2020年9月20日，意群门窗系列产品亮相南昌华夏家博会，为了带给消费者真正健康的家居产品，意群门窗根据全球不同气候、不同环境及不同生活习性而研制更人性化智能门窗定制系统产品，连续两年成为江西华夏家博会最耀眼的门窗品牌。

2020年11月25-26日，德技优品门窗2020年全国招商会“新品耀世·创享共赢”盛大举行，秉承“安全门窗、安全家”理念，依托公司规模以及一直以来超强的产品研发能力，技术实力，德技优品门窗领先一步升级全系列新国标产品，为经销商制造有利的的时间差，更早更快占据更多市场份额，为更多家庭提供安全门窗。



2020年11月7日-11月22日，阿尔卑斯系统门窗推出“超级新品，颜出必行”门窗换新季狂欢节全国大型活动，结合线上线下宣传，多维度品牌传播，助力阿尔卑斯系统门窗品牌形象跨越式提升。

2020年11月3日-20日，圣米兰门窗爆品上市，“米兰阳光”高性能窗纱一体断桥平开窗上市“大放价”，全国联动，狂欢到底。

2020年12月4日，皇派门窗发起“门内窗外，境在皇派”——门窗新场景美学构建对话。皇派门窗『威尔士风光断桥隔热双内开窗』的玻璃扇可实现内开内倒，窗扇与纱窗的一体式设计，达到“欲显而隐，欲露而藏”的古典含蓄美与现代极简风的完美结合，荣获“红棉奖2020产品设计奖”。

2012年12月5日-8日，罗兰西尼首秀广州设计周，获得红棉中国设计奖——产品设计奖。作为门窗行业设计潮流趋势的引领者，罗兰西尼「框·景」概念展馆是与亚洲知名设计大咖邵唯晏合作打造而成的，包含了罗兰西尼长期以来的目标和愿望，即将系统思维融入了产品设计研发、生产制造全过程，用非凡匠心带给用户极致体验，引领墅式生活新风向。



前景解读：必趋之势，转型主流

从整体趋势看来，铝合金门窗占绝对优势的市场已转型，新型节能环保的断桥铝门窗、铝木复合型门窗成为未来新宠。消费者对建筑门窗节能的认识、对高性能系统门窗的认识已经上升到了一个比较高的认识层面，将逐步形成为性能买单的市场趋势。

价值体现一：有助于门窗企业取得订单，并能提高产品的议价能力。

价值体现二：随着建筑门窗节能性能标识的推广，更容易获得客户认可与满足客户需求。

市场消费意识的进化，节能减排政策的推动，适应本土气候条件的需求，系统门窗将迎来一个巨大的市场空间。

而整个门窗领域正处在由产品竞争转型渠道竞争的过程中，对加盟商的需求尤其激烈。

对生产企业来说，无论哪种材质的门窗，都应从实际合理的角度出发，在达到行业标准的前提下降低能耗，让新技术作为真正的核心竞争力。



热词解读：

2020年的疫情，人们对于健康宜居理念的需求暴涨，门窗作为家与外界的连接，日常频繁接触的五金的健康安全，成为门窗领域关注的焦点。

你我同行 共赢未来

轩尼斯门窗，为居室节能环保提供妥善的解决方案

相关动向：

2020年4月，轩尼斯门窗舒立方新风系统正式荣耀上市。在新冠肺炎疫情当下，新风系统可以有效过滤雾霾，减少病原体，改善家居空气质量，将在未来的家居装修市场引领风骚。

还有欧哲门窗、希洛门窗、沃伦门窗等众多品牌相继推出一系列无接触产品和方案，包括抗菌、抗病毒类执手，以及无需接触的感应开启五金；不少成品门窗都配置了具备杀菌、过滤功能的窗式通风器，让居家生活更为舒适。

家舒适 × 心舒畅 × 人舒达



沃伦系统门窗
WARREN SYSTEM WINDOWS
AND DOORS



前景解读：思维创新 必不可少

纵使有新冠肺炎疫情的冲击，门窗行业企业依旧凭借实力，在新产品、新技术、新工业、新设备等领域的研发方向上有了全新的思考。在行业的大环境下，门窗行业企业要发展，需要进行思维创新，另辟蹊径破局突围，形成自主优势，最终才能占据先位市场。

智能

热词解读：

契合了“中国制造2025”的目标，近年来，门窗数智化的应用受到广大业主的青睐。借助先进的电子智能化系统，可以借助手机APP以及电子遥控灯等方式远程操控门窗，还可以通过声控来近距离控制门窗的开启以及关闭，不但可以实现风雨感应，还可以实现火灾以及火情控制。从2019年起，已有不少铝合金门窗企业开始发力“智能门窗”产品，智能入户门、智能安防系统、智能双系统集成窗等等，都被展览于各大品牌展厅。

相关动向：

高品质需求之下，系统门窗企业纷纷升级自己的装备，“智能制造”成为2020的一个重头戏。

2020年7月5日上午，在第九届经销商全球峰会发布会上，伊盾集团和深圳市传统企业网络营销促进会现场签署共建了“门窗行业数字化实验室”合作协议，开启了数字门窗行业新纪元。

2020年8月28日，阿尔维智能门窗与OAOSM（德国）霍曼五金达成战略合作关系，将有力助推阿尔维在智能门窗领域的产品研发技术优势，更好地推动阿尔维市场竞争力和品牌影响力的提升，为阿尔维的强势崛起和跨越发展提供强大的助力支持。

2020年9月26日，欧圣德智能门窗2020年新品发布会盛大启幕，恒温静音、极简全景、德艺尚品三大系列新品荣耀面世。

2020年10月29日，HOPO好博以「将开窗重新定义」为主题，展出了门窗五金系统、门窗系统与方案、智慧家居门窗控制终端三大系列。智慧家居门窗控制终端，能够实现风雨感知、智慧家居、语音交互、无线质控、微信控制等功能，适配内开内倒窗系统、悬挂外开窗系统、外平开窗系统，通用多种新材。



前景解读：蓄势待发 未来可期

对门窗行业来说，智能化绝不是加一个简单的传感器和传动装置那么简单，更为重要的是作为智能楼宇、智能家居的一个部分，实现和其他建筑子系统的集成。智能化趋势给门窗行业带来了新一轮的机遇和挑战。而智能门窗的发展，必然依托门窗企业不断提高自身产品的附加值，通过技术创新推动智能门窗业的长足发展，为门窗企业提供新的发展机遇。

新国标

热词解读：

2020版最新的“铝合金门窗”国家标准GB/T8478-2020，已于2020年3月31日发布，并将于2021年2月1日起正式实施，代替现行的GB/T8478-2008标准。2020版铝合金门窗国家标准，在标准适用范围、门窗分类术语、门窗基础性能要求、门窗用铝合金材料要求、门窗构造细节要求、门窗加工精度、门窗反复启闭耐久性试验、产品标识等方面都进行了较大程度的完善，为建筑门窗行业的发展提供了更为明确的风向标。

相关动向：

2020年5月10日，由全国建筑幕墙门窗标准化技术委员会主办、中国建筑金属结构协会检测认证分会和中联慕尼(北京)国际会展有限公司承办的2020年建筑幕墙门窗标准云培训《铝合金门窗》国家标准专场圆满结束。超1万人次学员观看了本次标准云培训直播。

2020年8月14日，由全国建筑幕墙门窗标准化技术委员会主办，广东省门业协会承办的2020中国门窗新技术高峰论坛暨中国定制门窗团体标准研讨会在佛山嘉思高酒店召开。老赖不赖门窗作为国家标准铝合金门窗《GB/T8478-2020》起草单位代表应邀出席，与现场众多企业共同探讨门窗行业发展道路，深剖定制门窗与系统门窗差异点，透视行业未来走向。

2020年12月14日，国家市场监督管理总局国家标准化管理委员会发布了中华人民共和国国家标准公告2020年第28号文，《系统门窗通用技术条件》等门窗幕墙5项国家标准集中发布。

ICS 91.060.50
P 32



中华人民共和国国家标准

GB/T 8478—2020
代替 GB/T 8478—2008

铝 合 金 门 窗

Aluminium windows and doors

2020-03-31 发布

2021-02-01 实施

国家市场监督管理总局 发布
国家标准化管理委员会

前景解读：新国标 新趋势

门窗作为建筑的主要围护结构，其涉及到使用体验、外观美感、安全防护、绿色节能等各方面，对产品进行全方位信息披露对门窗企业和消费者都起着积极作用。2020版新国标首次对产品标识进行了规范，其中包括产品合格证、产品质量保证书、产品安装使用说明书等，还特别规定采用二维码对每樘门窗产品进行标识，用户可通过扫描永久二维码获取对应产品的标志、产品随行文件等信息，满足对门窗的质量、安全问题等的追溯性要求。

“新国标”标准的规范化与不断提高，将给铝合金门窗行业带来深刻变革，铝合金门窗行业也将加速洗牌。“以质量求生存，以科技求创新”，只有紧跟国家标准，加大研发创新力度，以技术推动工艺和品质进步的企业，方能在市场洗牌中激流勇进，立于浪潮之巅。

D A T A R E P O R T
2

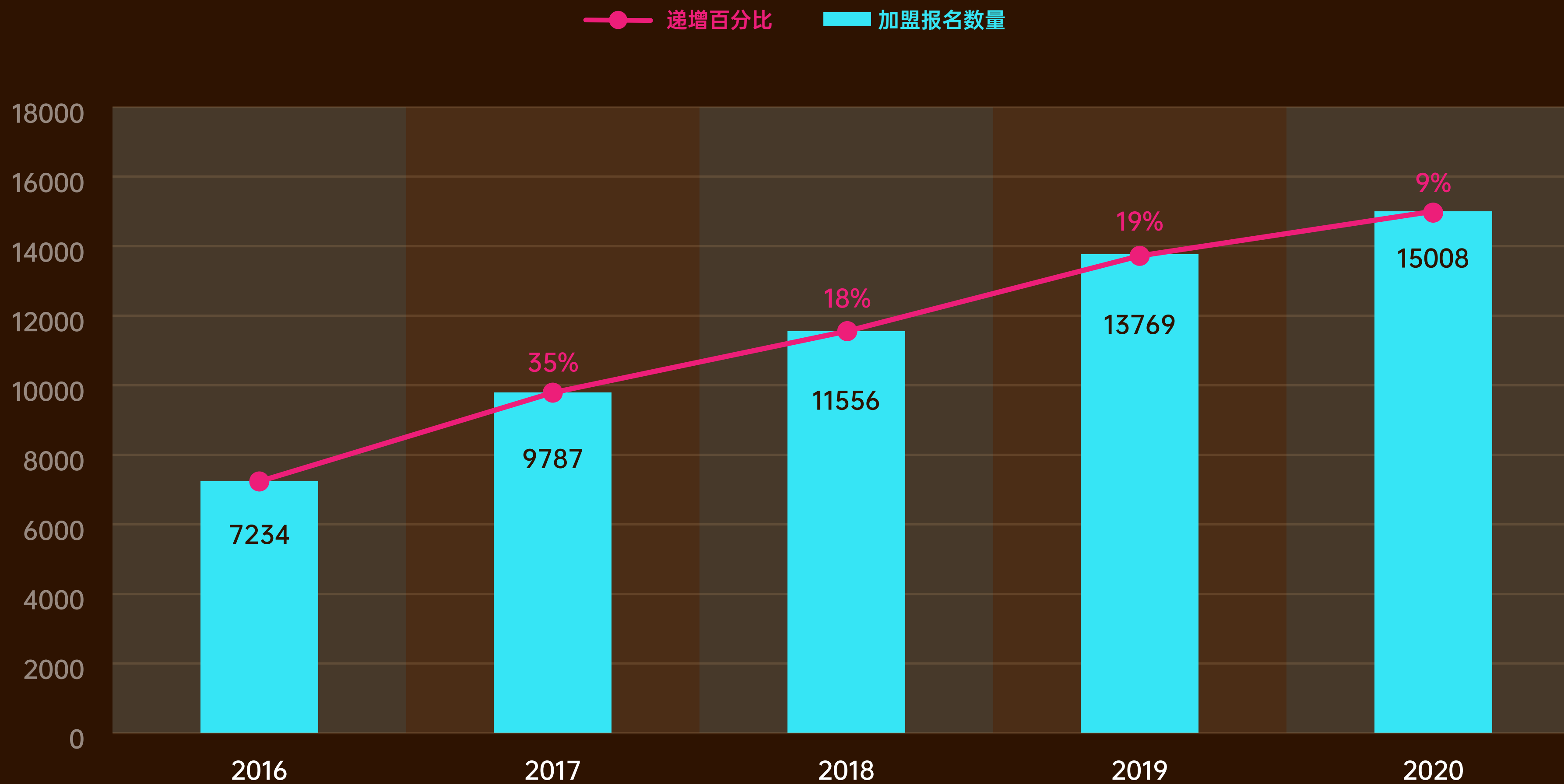
行业加盟指数报告

招商加盟大数据报告

1

2020年铝合金门窗行业 加盟整体情况分析

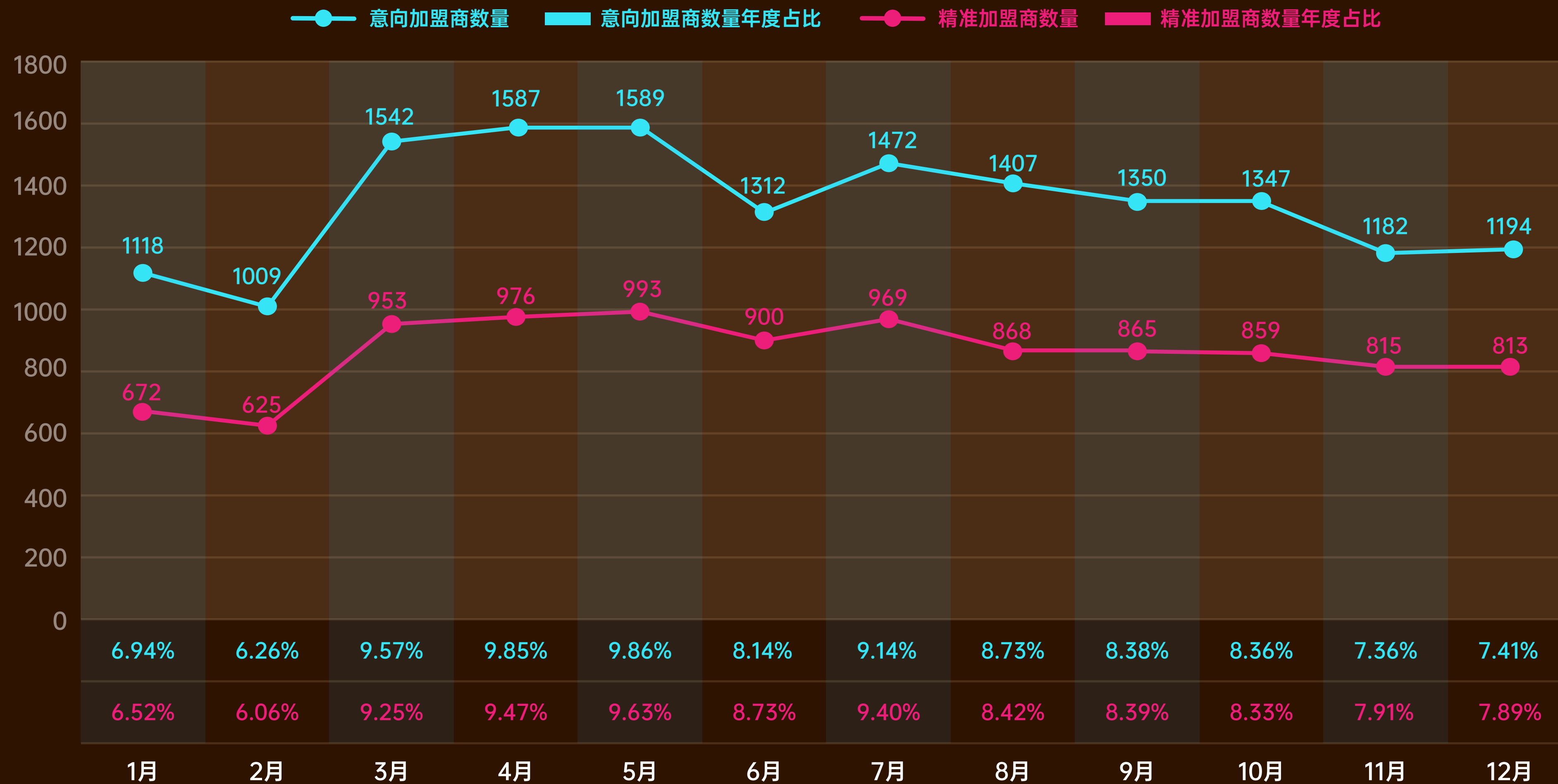
铝合金门窗行业近5年加盟报名递增情况



◆ **关键词：稳中有增 增幅放缓**

受疫情影响，2020年铝合金门窗行业加盟报名情况增速放缓，为15008，增幅9%，虽然相较于2019年19%的增长幅度有所降低，但也是稳中有增，加盟商对门窗行业投资前景仍然看好。

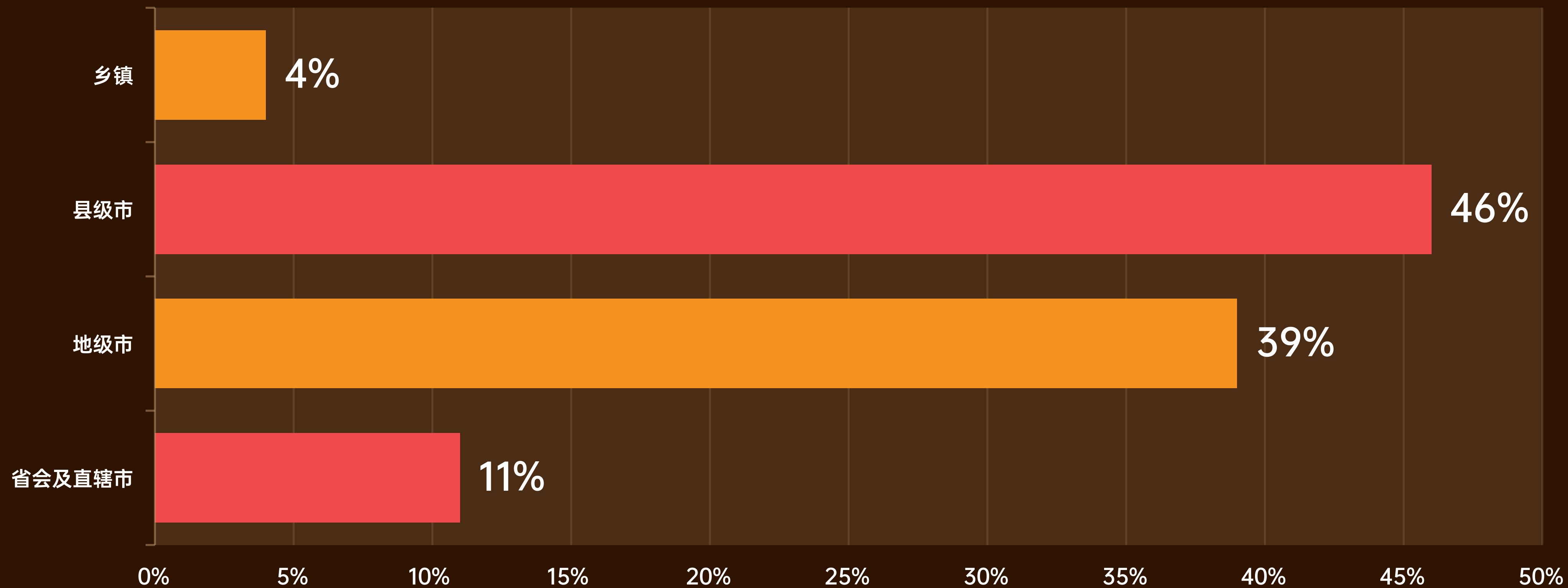
2020年铝合金门窗行业加盟数据月度情况



◆ **关键词：2月意向加盟商数量创近年新低**

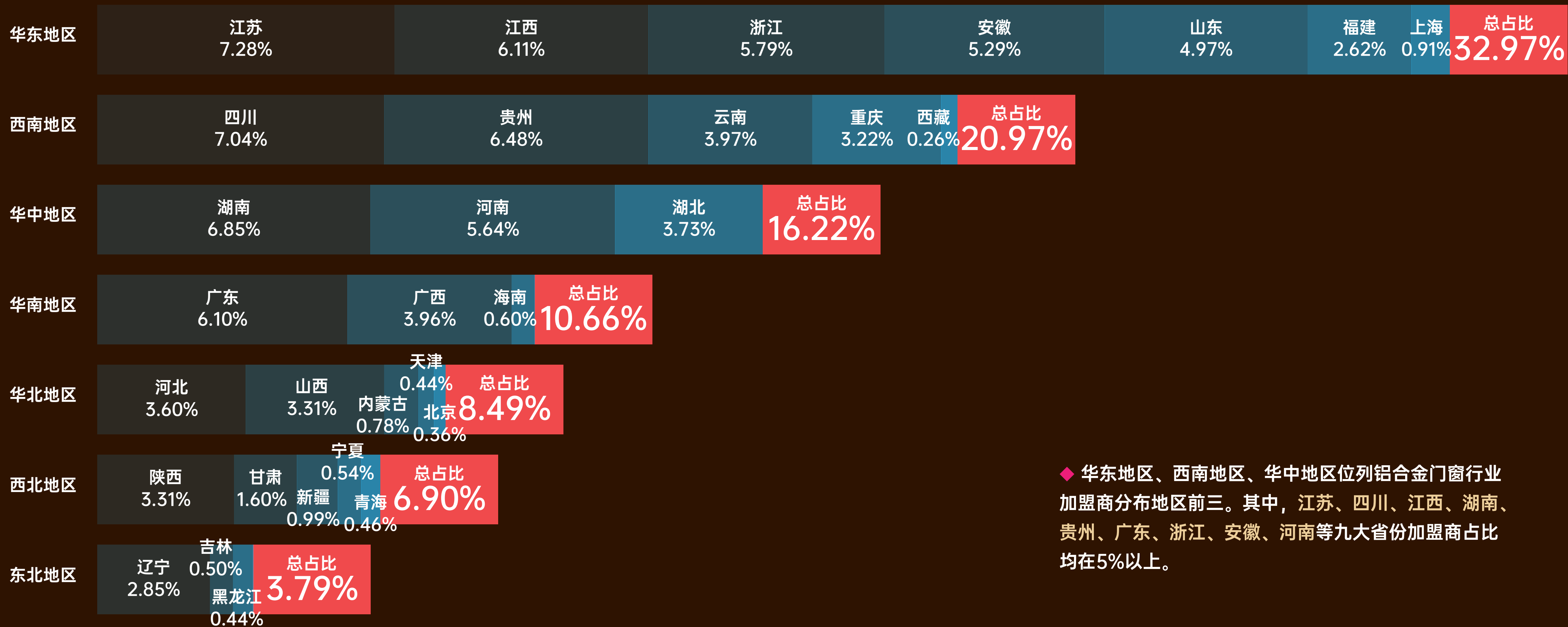
受疫情不确定影响，2020年2月意向加盟商数量创近年新低，4月-5月在各地展会延期、线上直播火热的情况下，线上意向加盟商数量迎来爆发。7月中国建博会（广州）如期举办，为行业发展注入强心剂，加盟商数量迎来高峰。

2020年铝合金门窗行业加盟商意向加盟级别情况



◆ 地级市、县级市投资人群加盟热情连续两年高涨，2020年这两个级别加盟商占比超8成。随着三四线城市家居消费需求的不断增长，铝合金门窗行业还将继续吸引更多加盟商加盟。

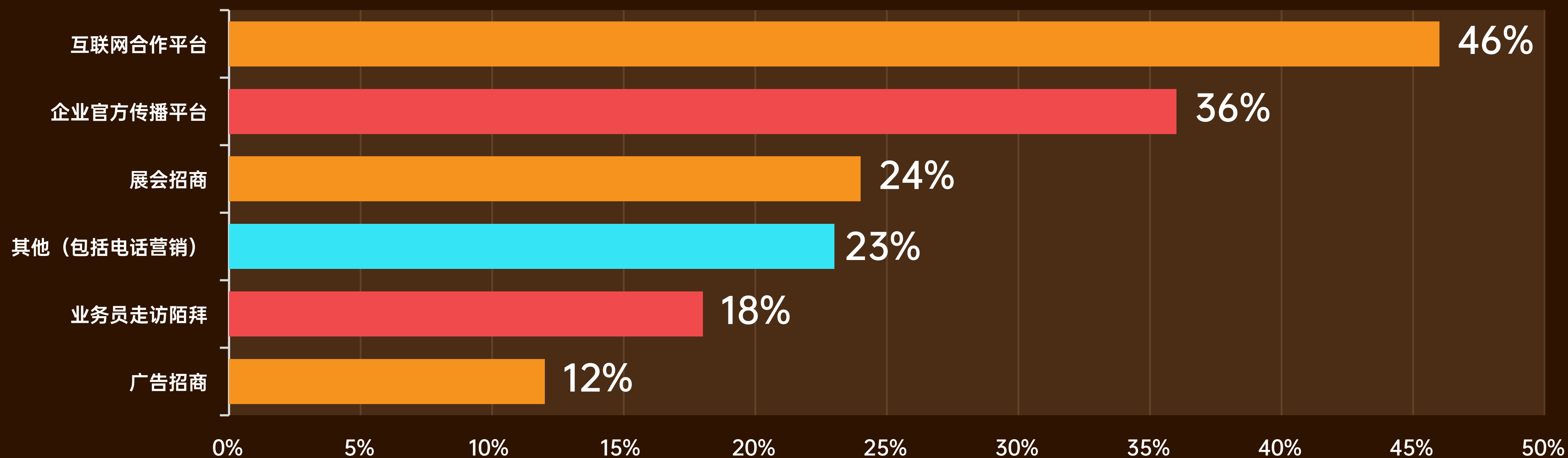
2020年铝门窗行业加盟商区域分布情况



◆ 华东地区、西南地区、华中地区位列铝合金门窗行业加盟商分布地区前三。其中，江苏、四川、江西、湖南、贵州、广东、浙江、安徽、河南等九大省份加盟商占比均在5%以上。

2020年铝合金门窗行业加盟商信息来源情况分析

非闭环数据



- ◆ 互联网合作平台是铝合金门窗行业加盟信息的主要来源，其次为企业官方传播平台。
- ◆ 受疫情影响，2020年多个展会延期或取消，导致展会招商加盟信息来源占比有所降低。

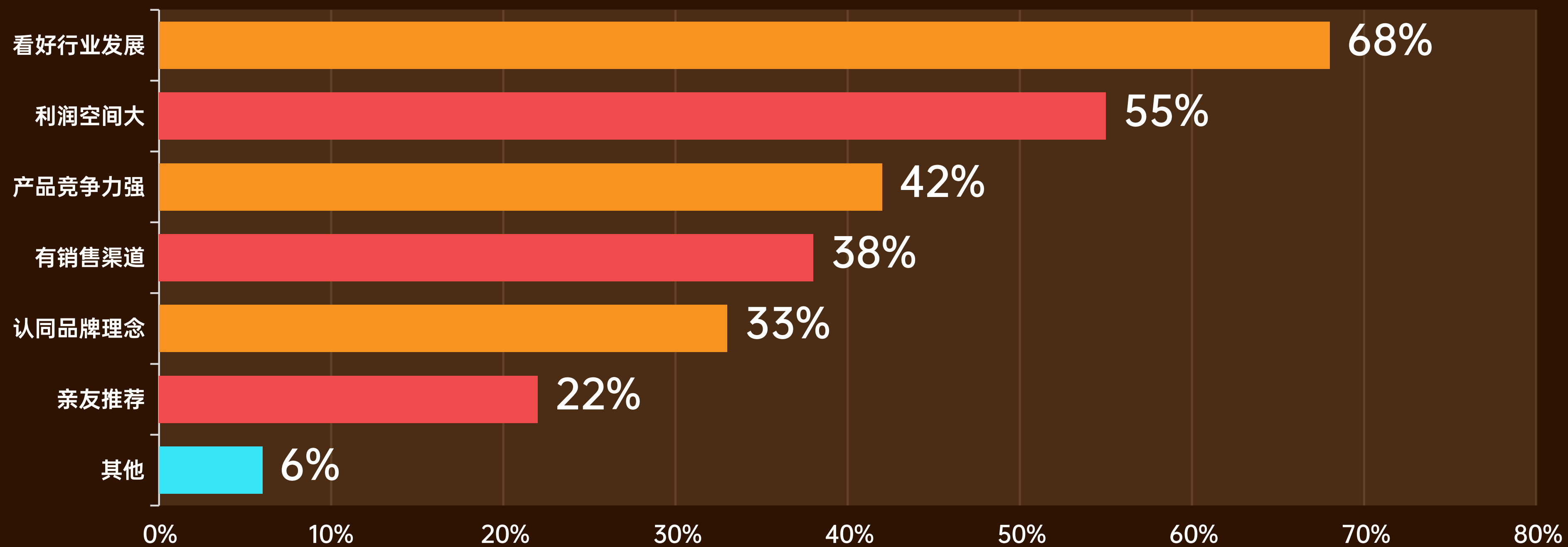
注：因加盟商可以在多个来源通道报名，本数据仅统计各维度占比情况。

2

**2020年铝合金门窗行业
加盟商投资原因及条件分析**

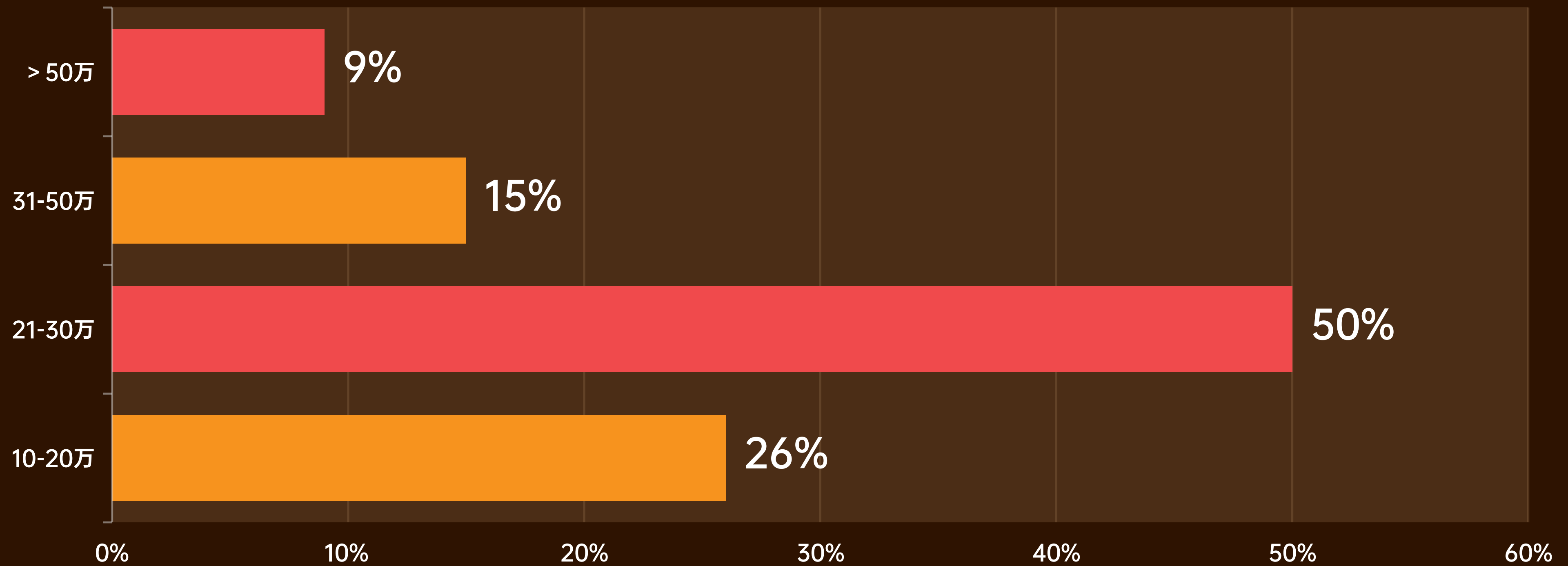
2020年铝合金门窗行业加盟人群投资动机分析

非闭环数据



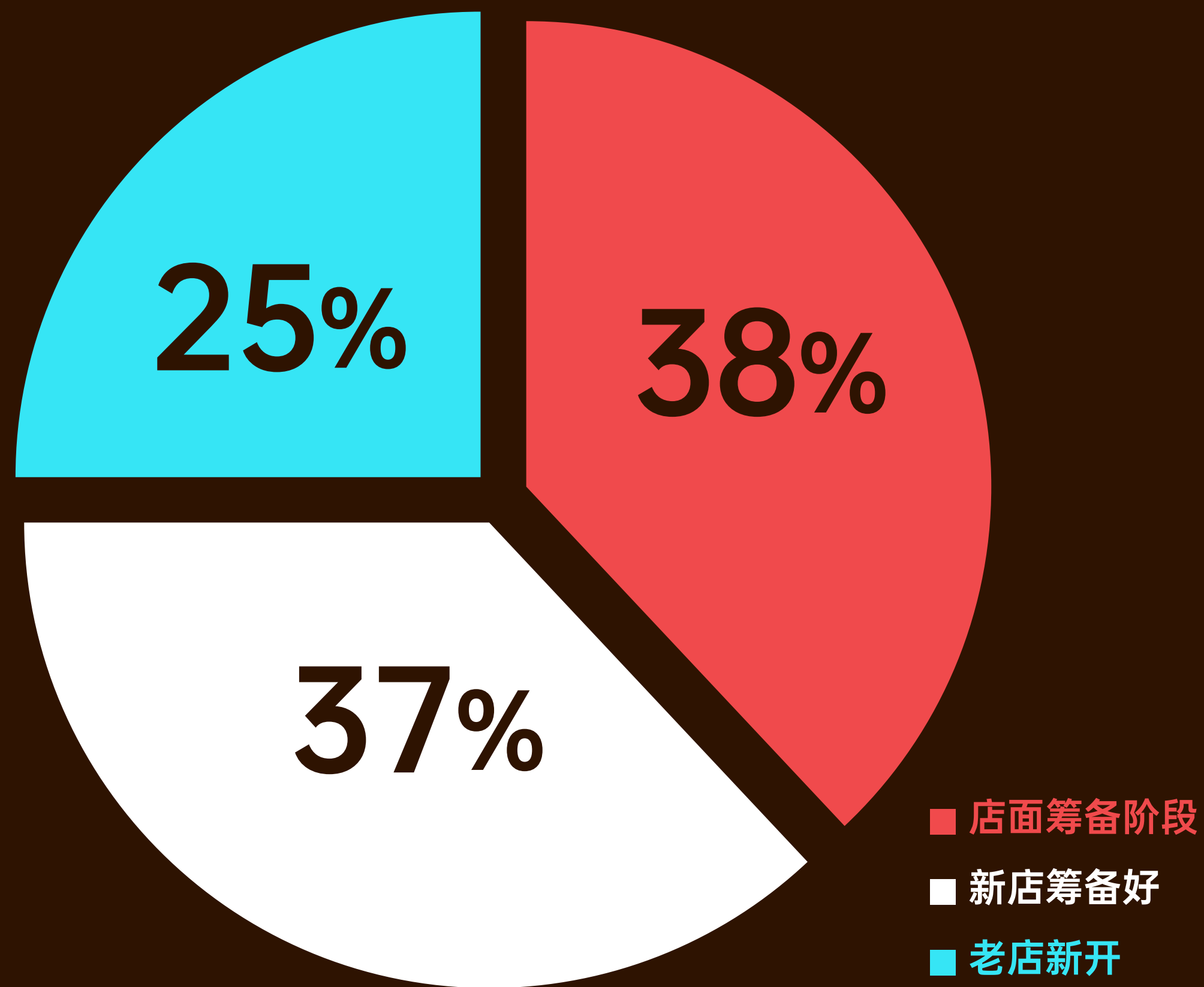
◆ **关键词：行业前景和利润空间 必不可少** 看好行业发展、利润空间和产品竞争力是加盟商选择铝合金门窗行业的主要投资动机。

2020年铝合金门窗行业加盟商投资能力分析



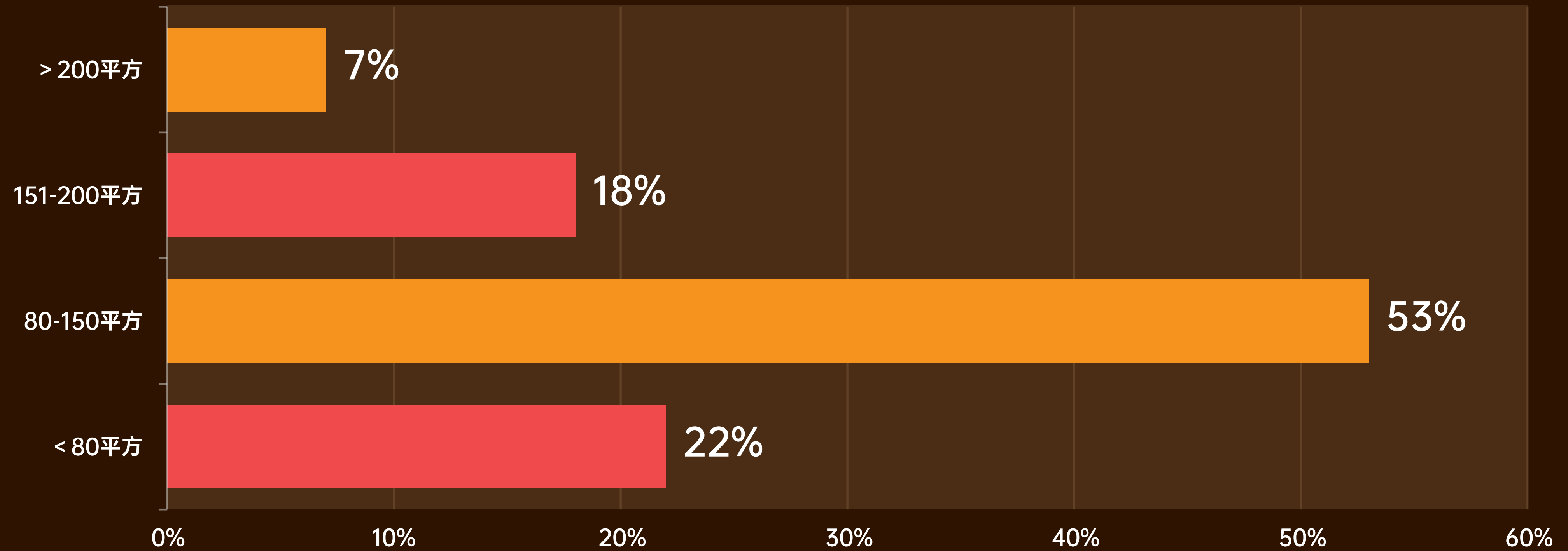
◆ 铝合金门窗行业投资金额占比最高金额段在21-30万，占比50%。
与2019年相比，投资金额在21-30万区间段加盟商占比增多，低成本投入是主旋律。

2020年铝合金门窗行业加盟商投资能力分析



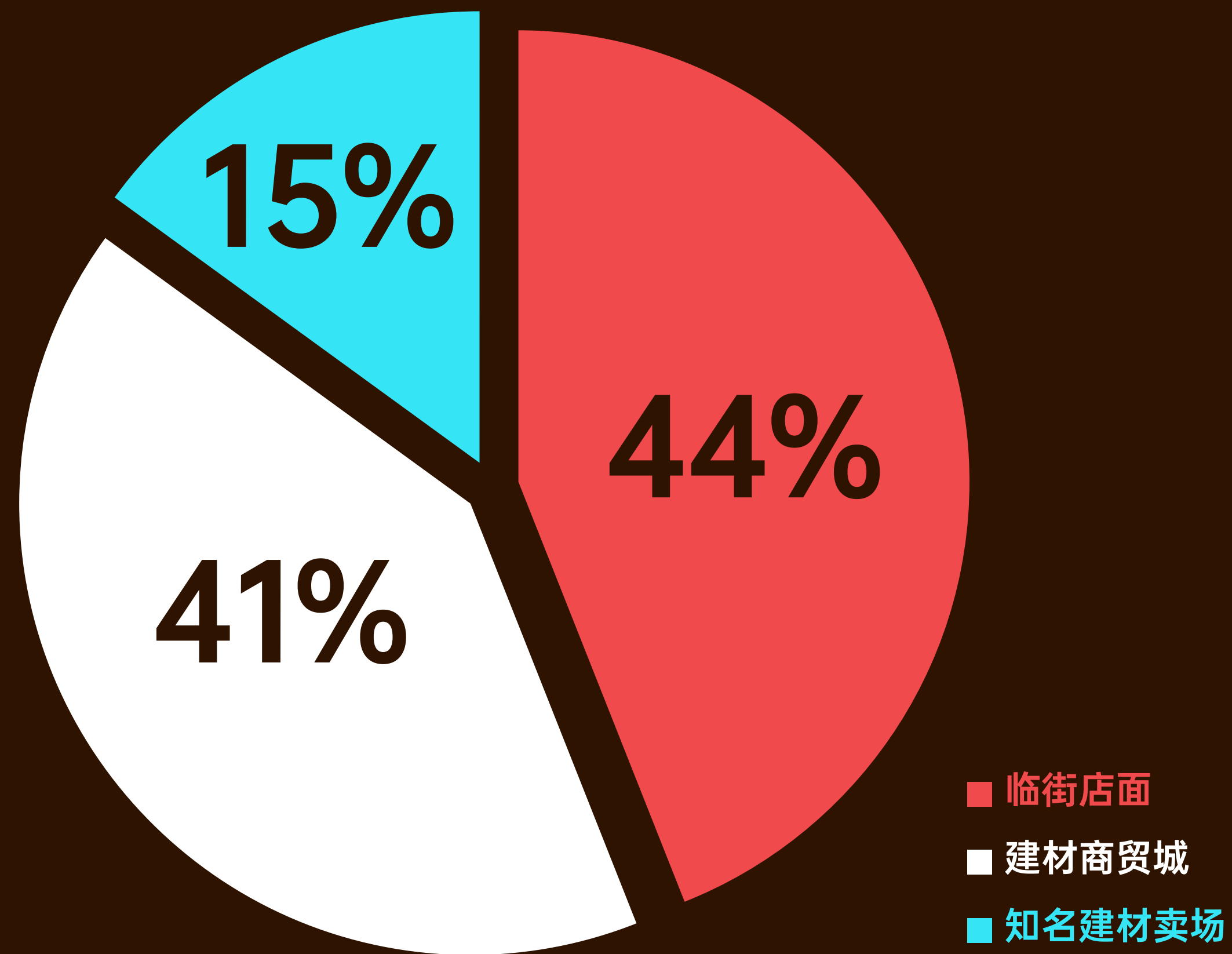
◆ 38%的铝合金门窗行业加盟商店面处于筹备阶段，超3成加盟商店面已经筹备好。

2020年铝合金门窗行业加盟商店面面积情况

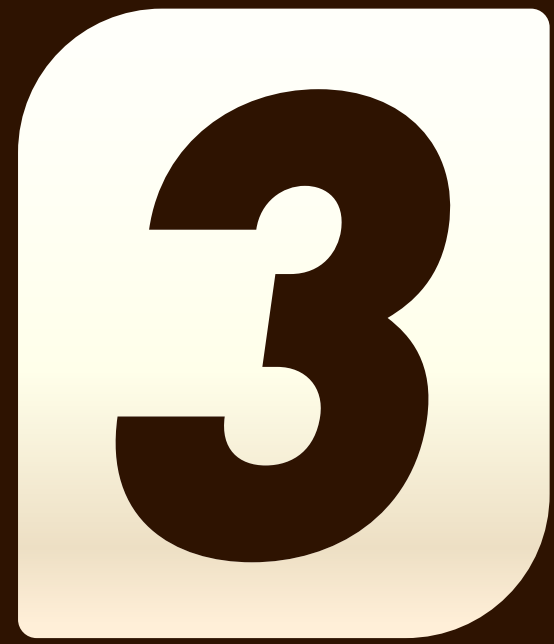


◆ 在店面面积方面，超5成加盟人群店面面积在80-150平方之间。

2020年铝合金门窗行业加盟商门店位置分析

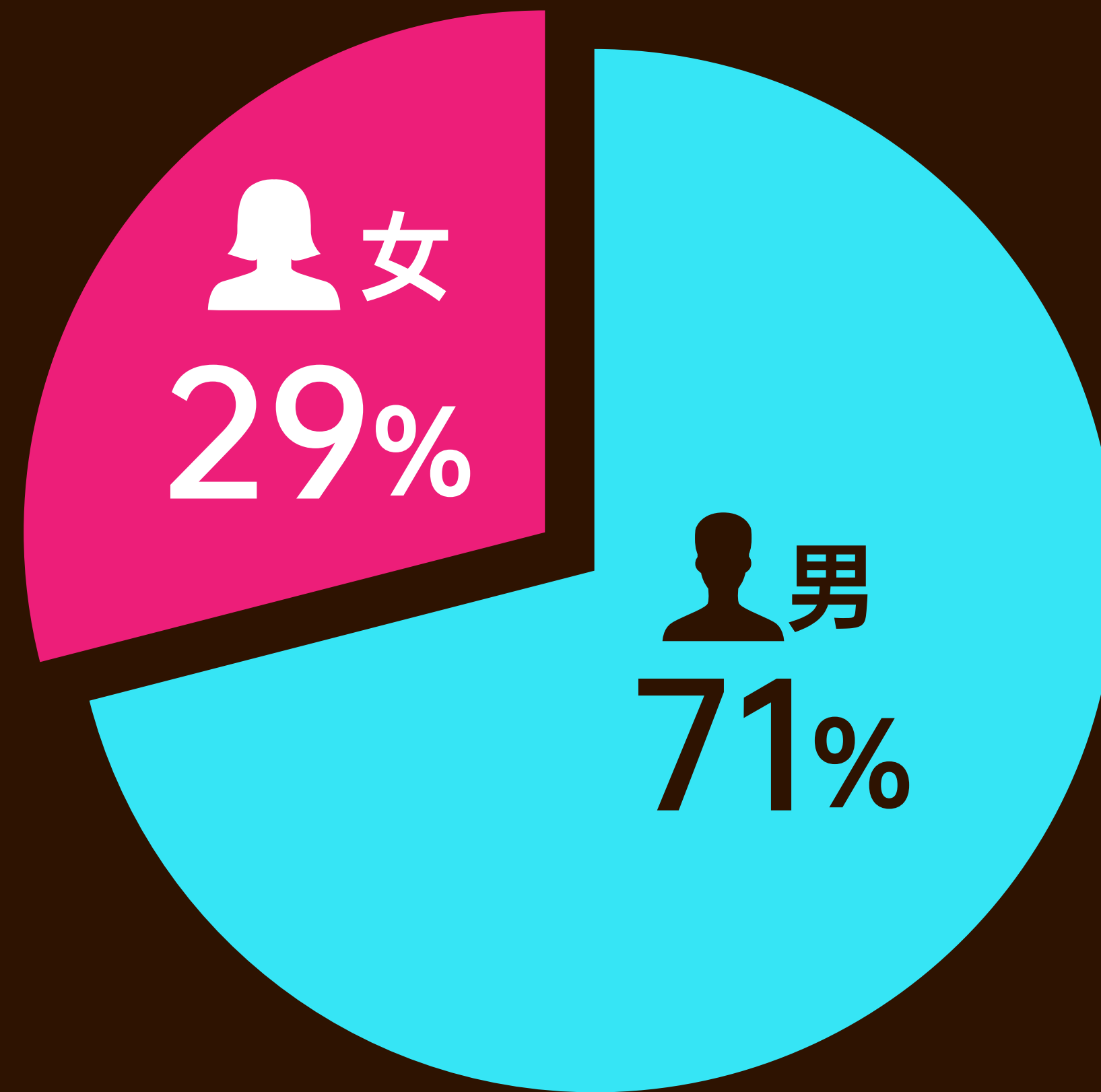


◆ 2020年，超4成加盟人群选择临街店面，建材商贸城和知名建材卖场占比较去年有所下降。

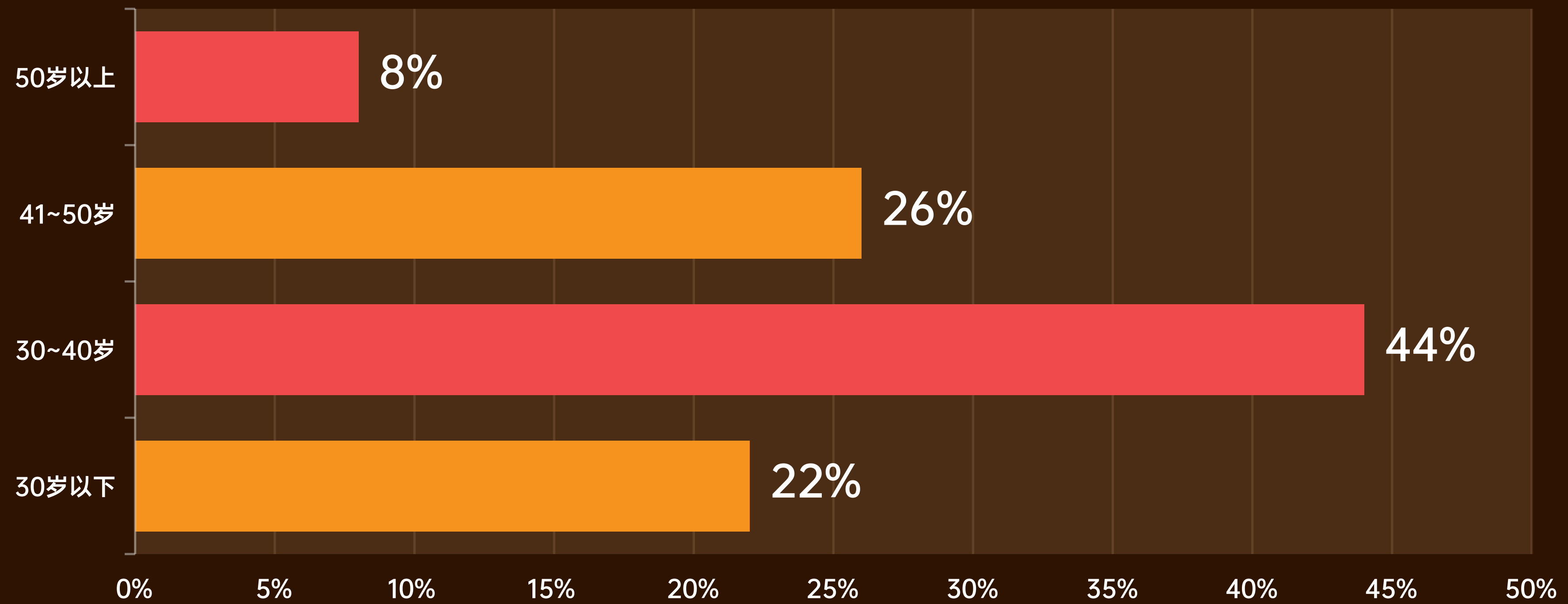


2020年铝合金门窗行业 加盟商人群画像

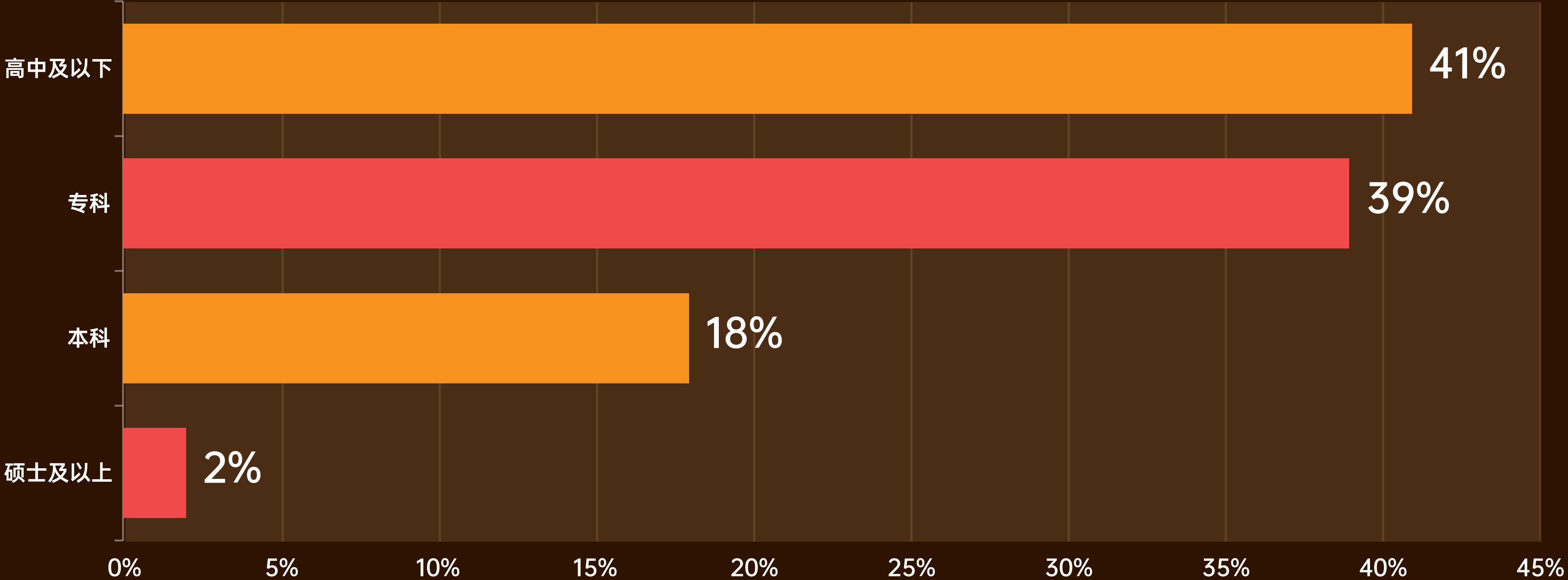
2020年铝门窗行业加盟商性别比例



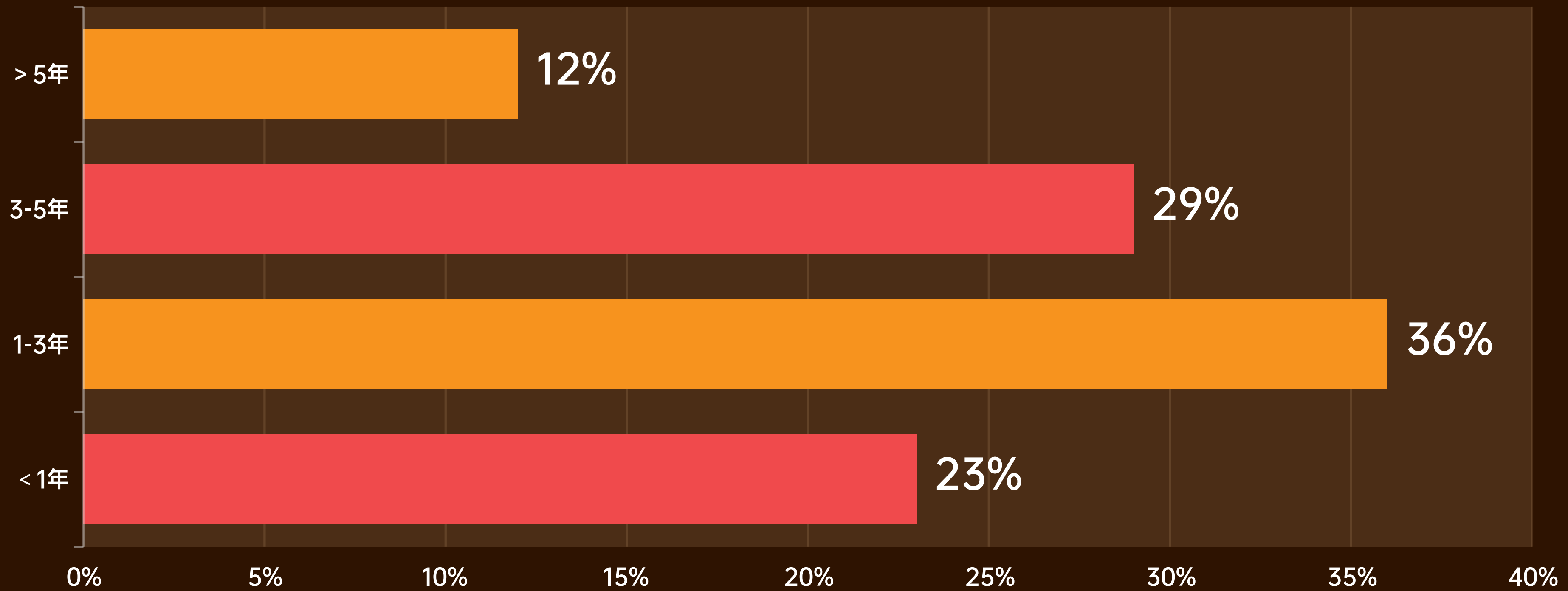
2020年铝合金门窗行业加盟商年龄分布情况



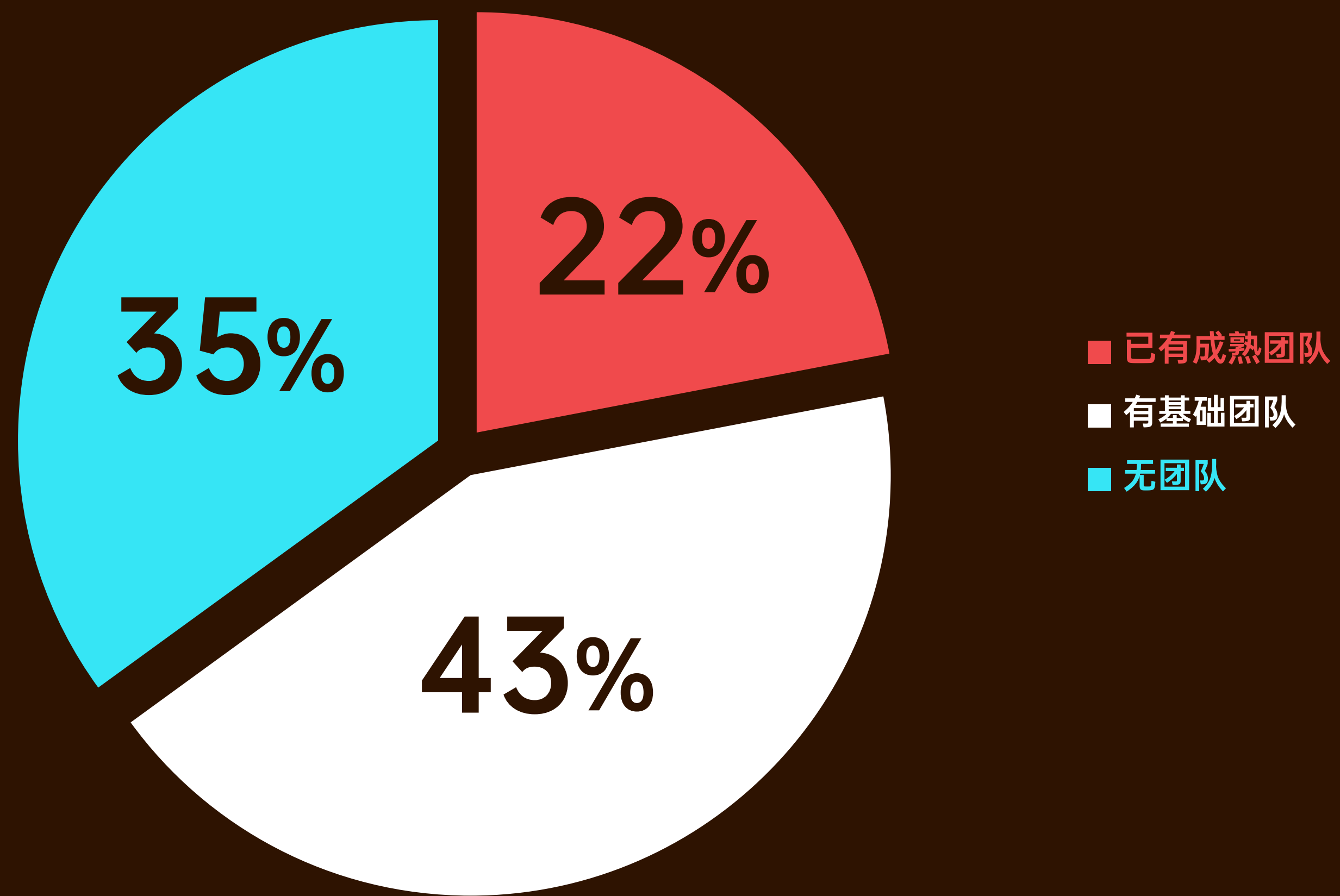
2020年铝合金门窗行业加盟商学历分析



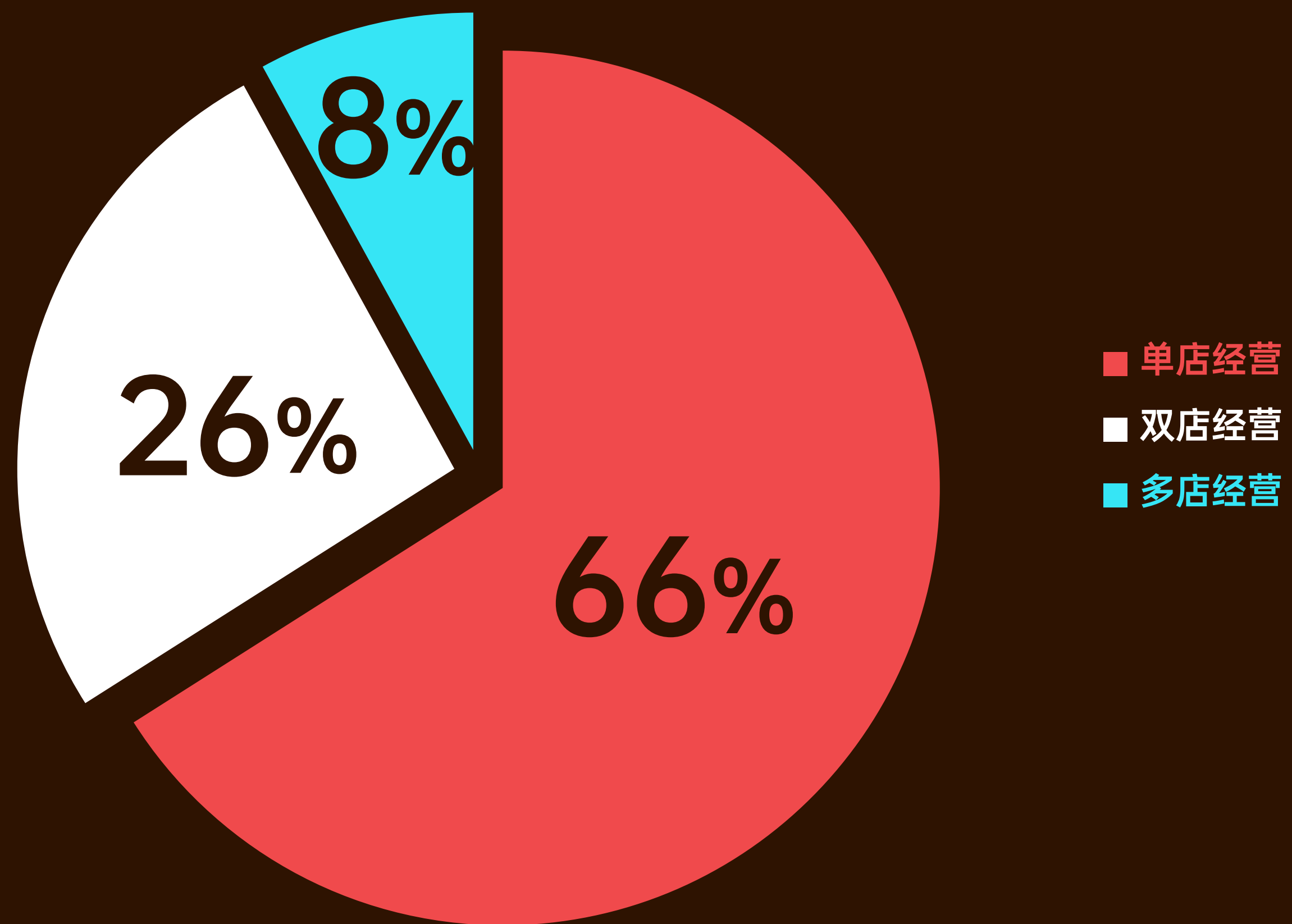
2020年铝合金门窗行业加盟商家居建材行业经验年限



2020年铝合金门窗行业加盟商团队情况



2020年铝合金门窗行业加盟商历史经营店面情况





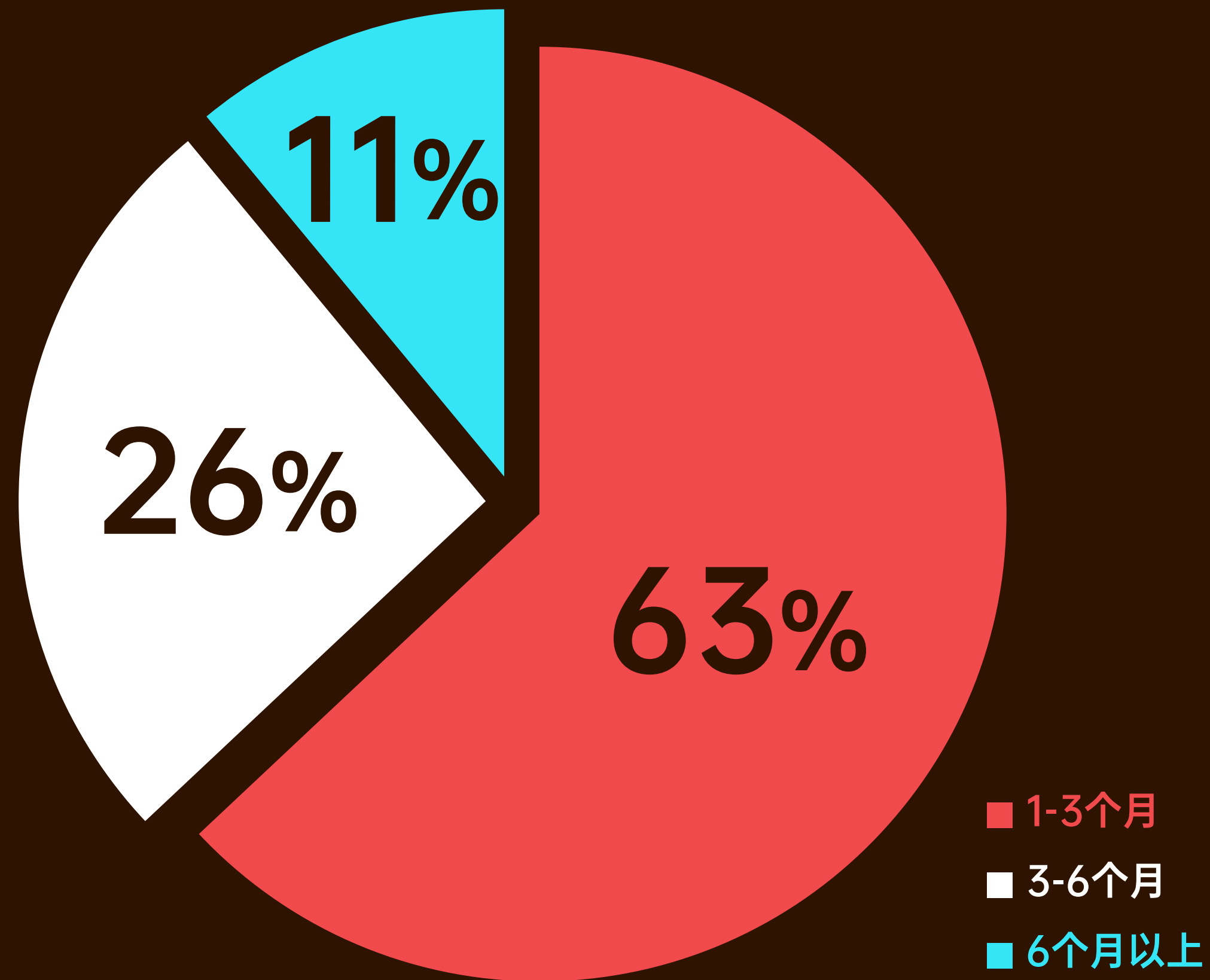
◆ **关键词：男性，80~90后，
懂市场且有一定沉淀，团队作战**

2020年，男性仍然是加盟铝合金门窗行业的主体；
加盟商年龄在30~40岁之间占比最高；
近6成加盟商的学历在专科及以上，硕士及以上高学历加盟商正不断涌现；
近4成加盟商拥有1~3年本行业或建材行业经验，
铝合金门窗行业正吸引着更多新商的加入，门窗型材加工的经销商量级较大；
超半数的加盟商拥有基础团队，超6成加盟商聚焦单店精细化运营。

4

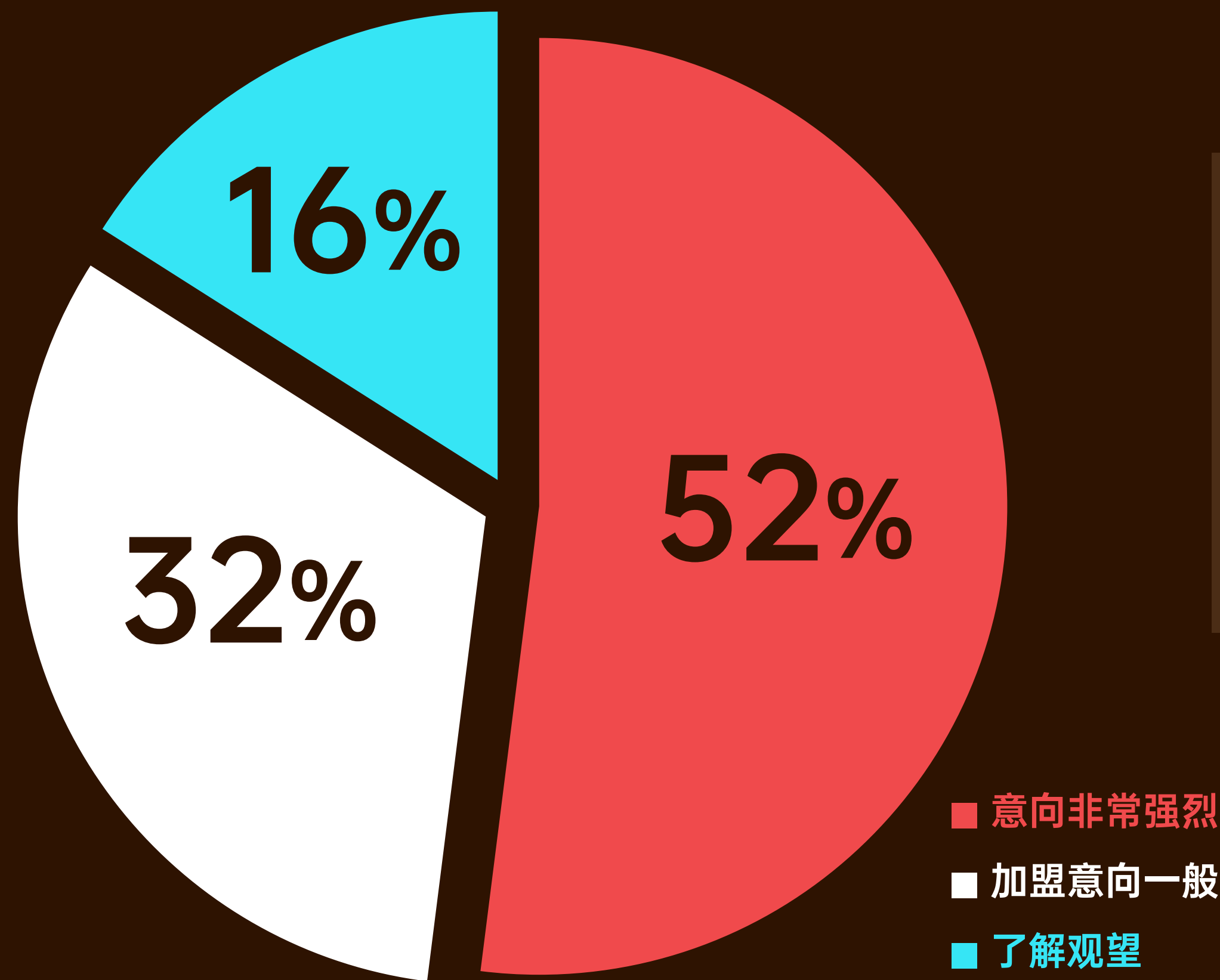
**2020年铝合金门窗行业
加盟商投资进程及经营情况**

2020年铝合金门窗行业开业周期情况



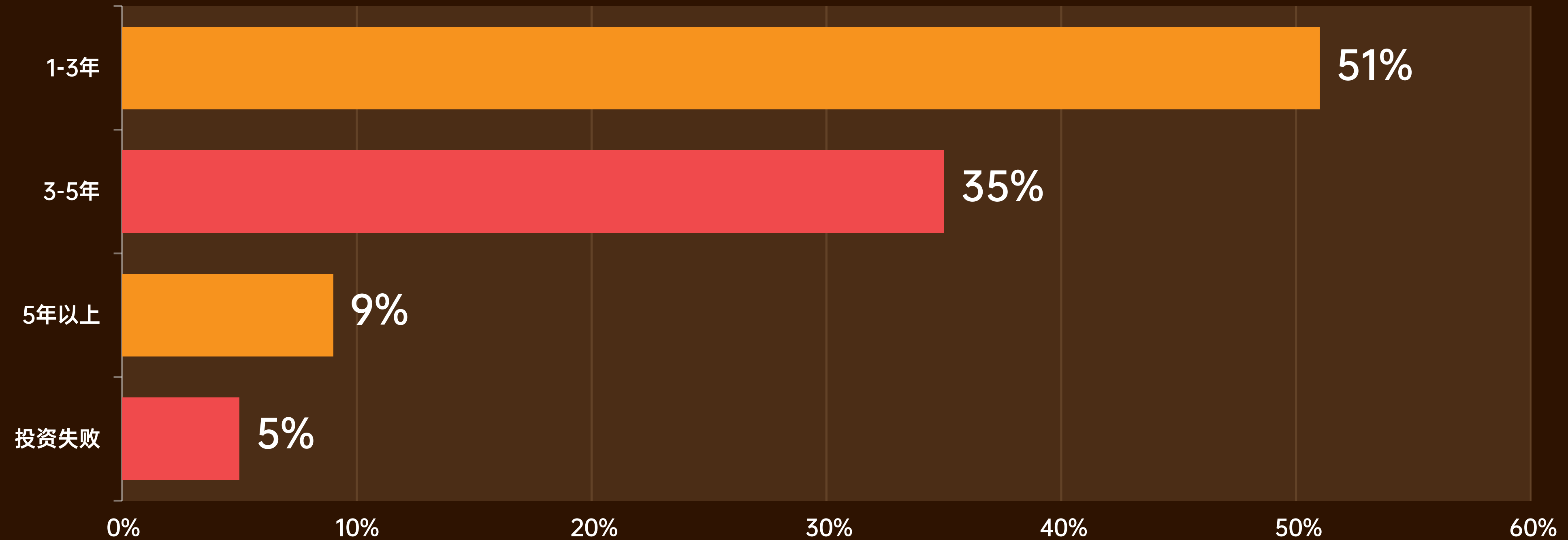
◆ 2020年，超6成加盟商在3个月内实现开店；铝合金门窗行业前景广受认可，开业周期基本与2019年持平。

2020年铝合金门窗行业加盟商开店意愿度 (报名咨询项目初期)



◆ 在报名咨询项目初期，超半数加盟商目的明确，开店意向非常强烈；与2019年相比，选择了解观望的加盟商有增长趋势。

2016-2020年铝合金门窗行业加盟商盈利周期分析



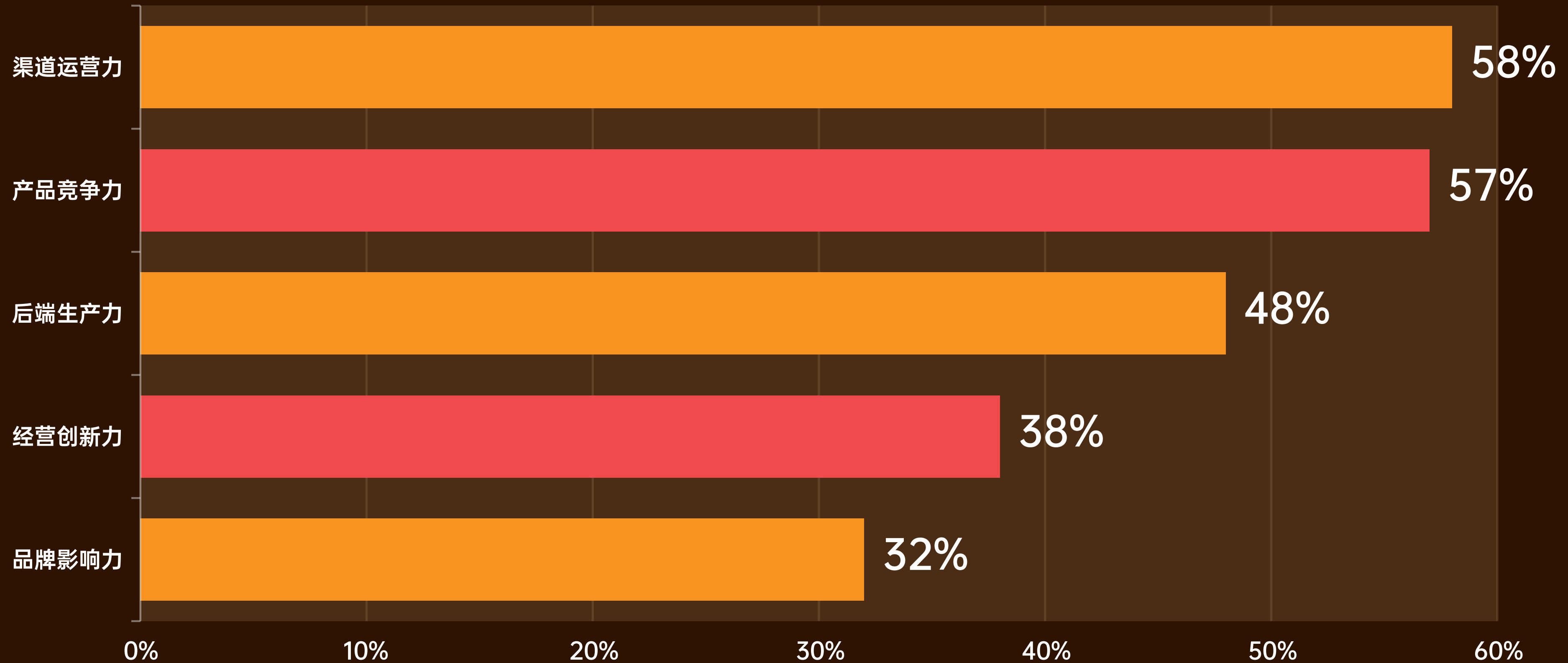
◆ 2016-2020年，铝合金门窗行业加盟商在3-5年内实现盈利的占比达35%，1-3年实现盈利的占比51%，值得注意的是，也有5%的加盟商未能达到盈利预期。行业态势虽好，懂得经营依旧重要。

5

2020年铝合金门窗行业
加盟商选择品牌核心要素分析

2020年铝合金门窗行业加盟商选择品牌加盟综合情况

非闭环数据

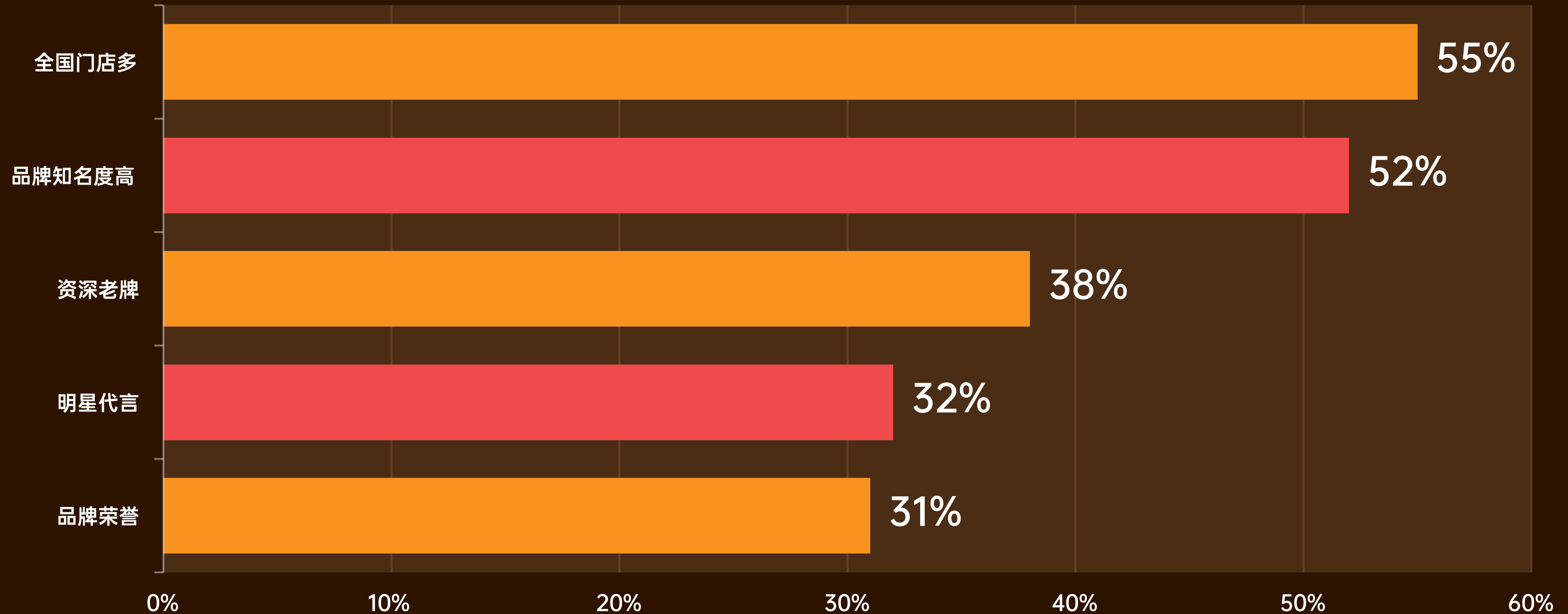


◆ 关键词：关注渠道运营力&产品竞争力

2020年，突如其来的疫情，让更多加盟商开始关注渠道运营力、产品竞争力，这也是品牌长久生存的关键因素。

2020年铝合金门窗行业加盟商对企业品牌影响力方面关注点

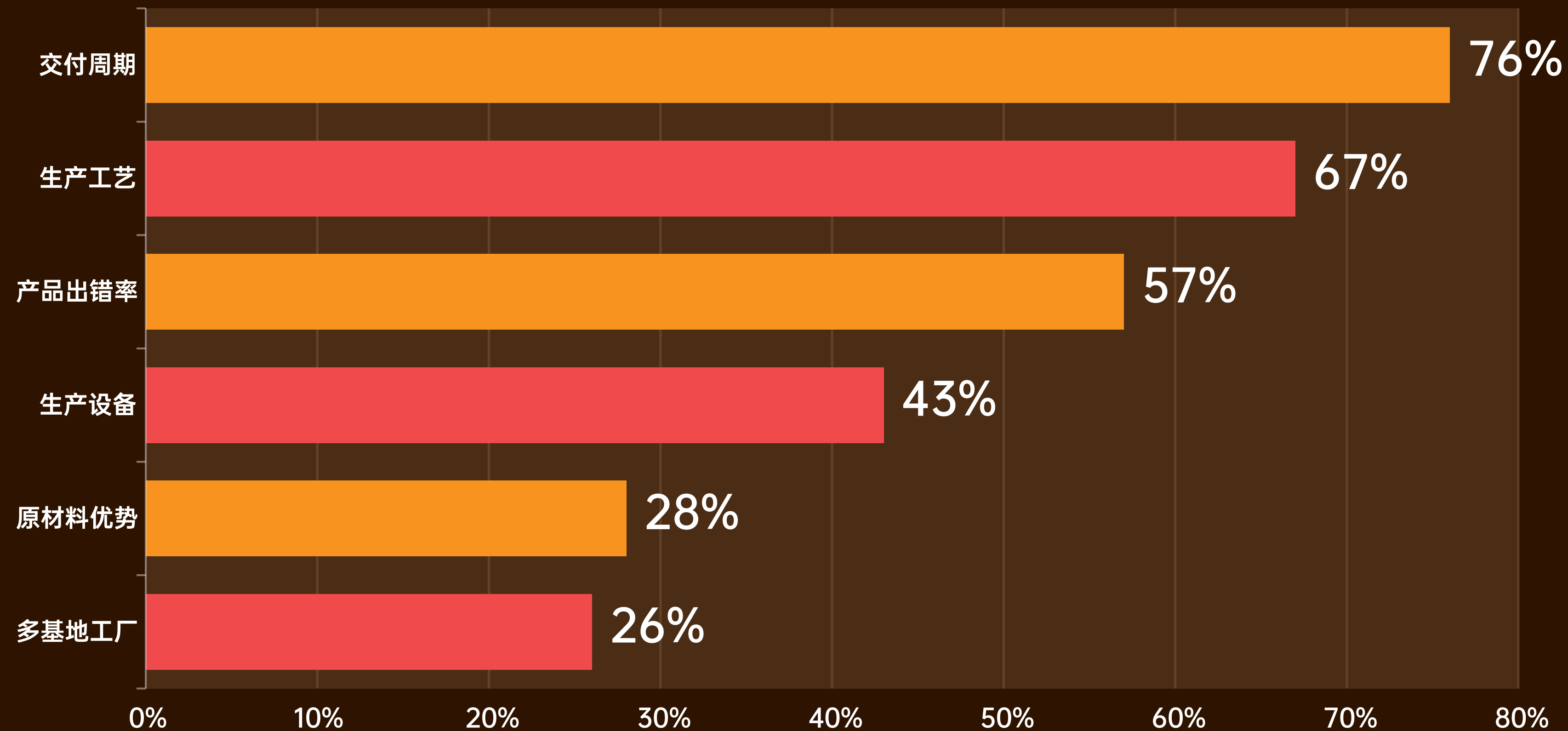
非闭环数据



◆ 品牌层面，铝合金门窗行业加盟商更关注所加盟全国门店数量、品牌的知名度及是否为资深老牌三个方面。

2020年铝合金门窗行业加盟商对企业后端生产力方面关注点

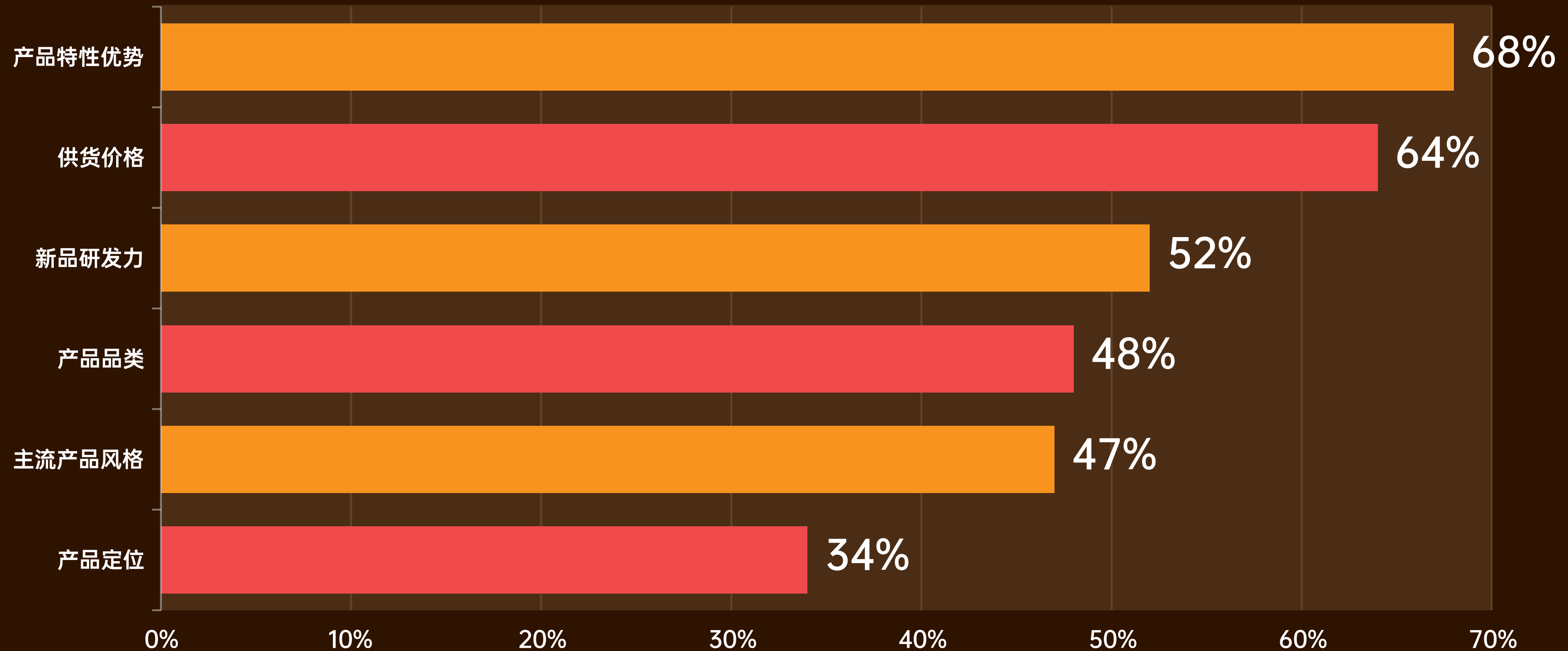
非闭环数据



◆ 后端生产力方面，加盟商更关注铝合金门窗产品的交付周期、生产工艺和产品出错率，这也是铝合金门窗企业生产方面需要提升的关键点。

2020年铝合金门窗行业加盟商对企业产品竞争力方面关注点

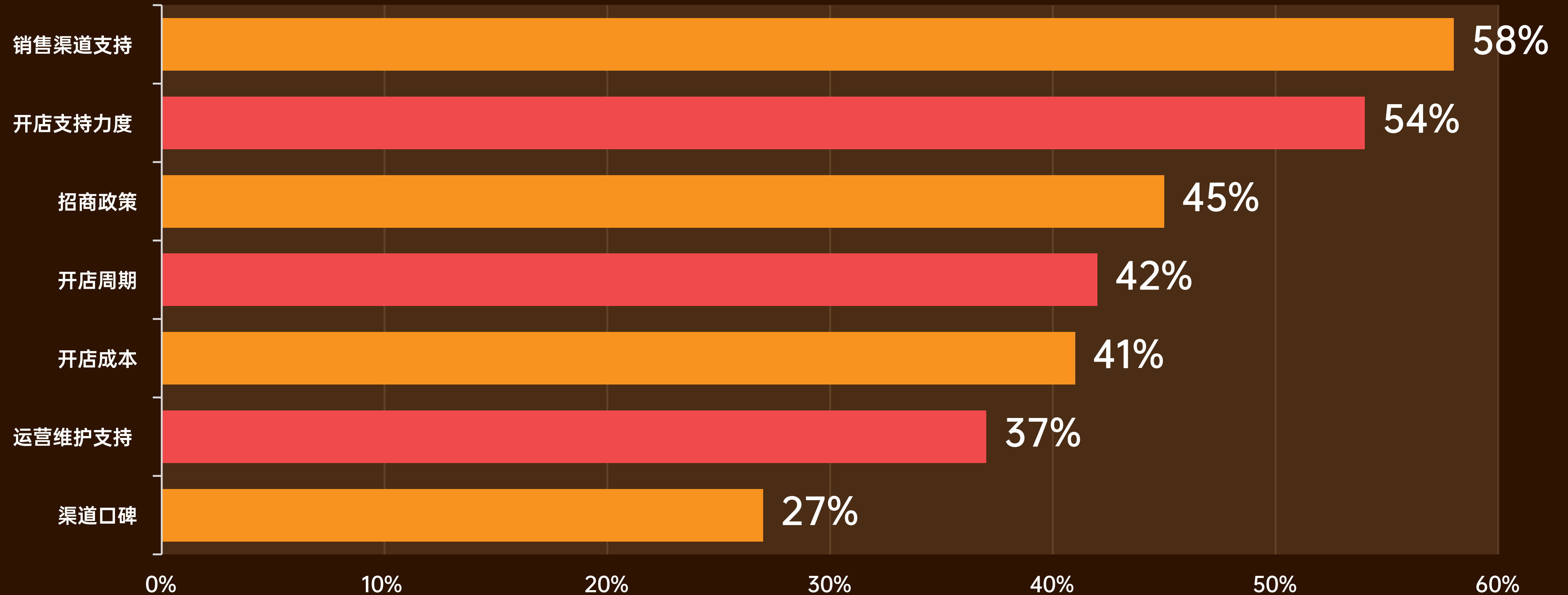
非闭环数据



◆ 产品竞争力方面，产品是否有特性优势，供货价格是否在终端有竞争力，新品研发是否与时俱进是加盟商最关注的三个方面。

2020年铝合金门窗行业加盟商对企业渠道运营帮扶方面关注点

非闭环数据



◆ 渠道层面，企业是否有销售渠道支持，对开业的支持力度，是否有招商优惠政策是加盟商最关注的三个方面。



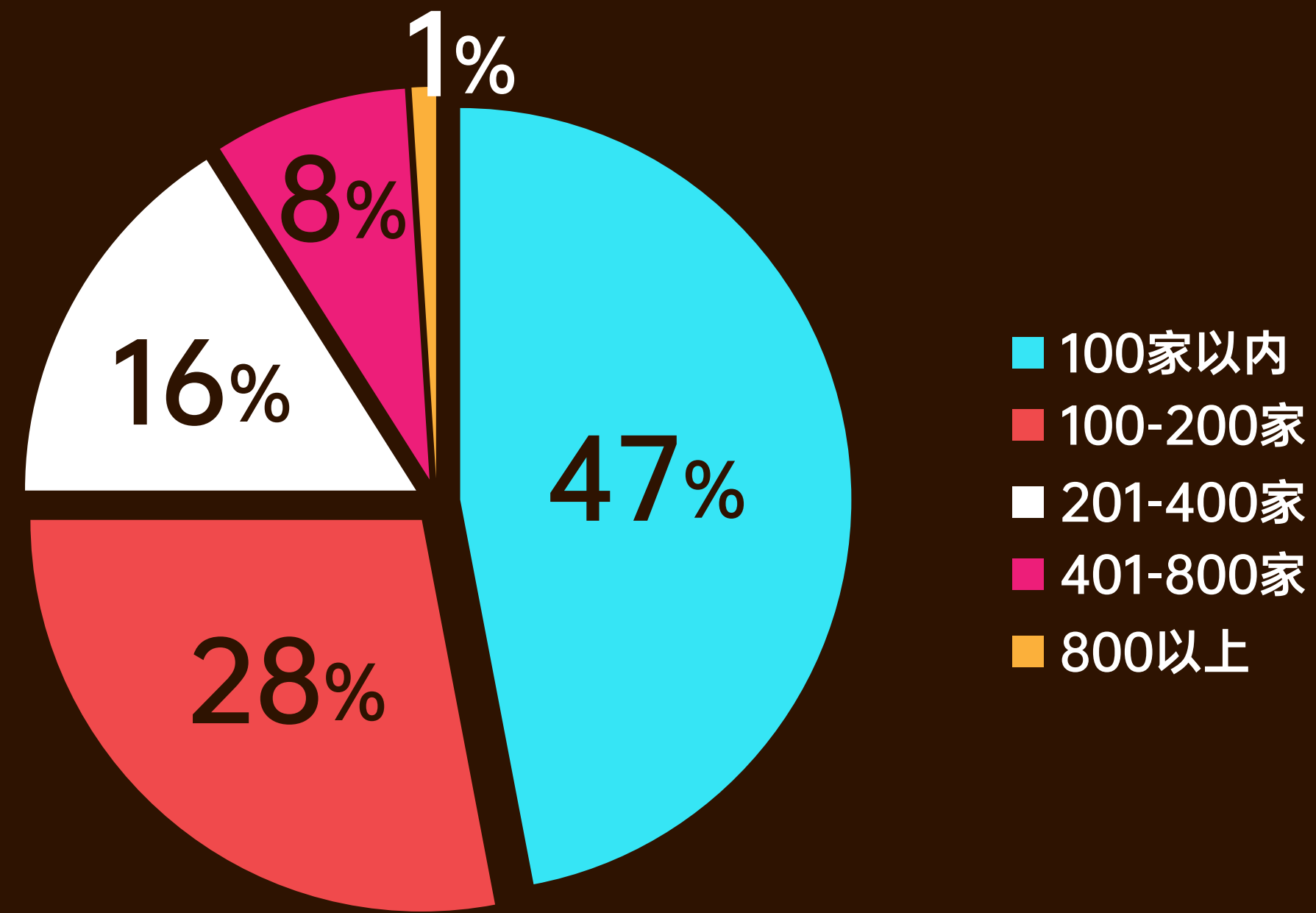
行业加盟指数报告

招商加盟大数据报告

1

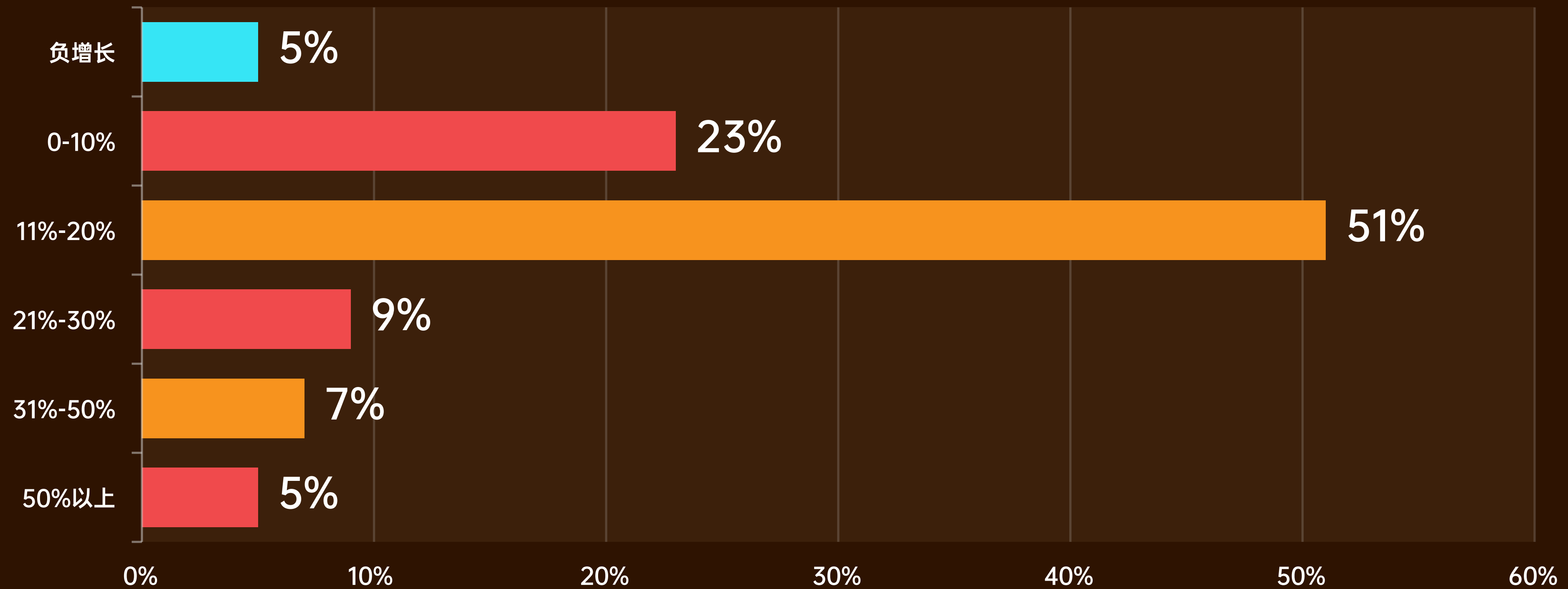
2020年铝合金门窗行业 企业整体招商情况

2020年铝合金门窗行业企业加盟商规模情况



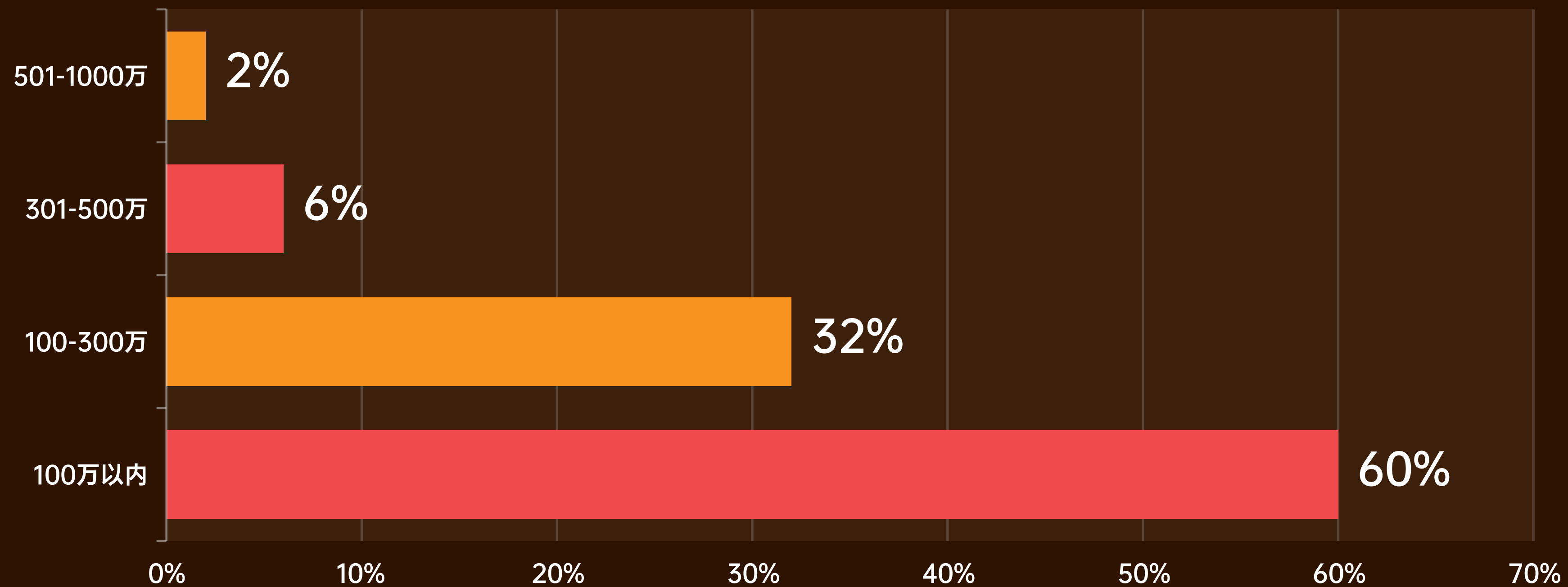
◆ 47%的铝合金门窗企业加盟商规模在100家以内，800家加盟商以上企业占比1%。铝合金门窗行业发展大有可为。

2020年铝合金门窗行业企业渠道加盟商数量增长比例



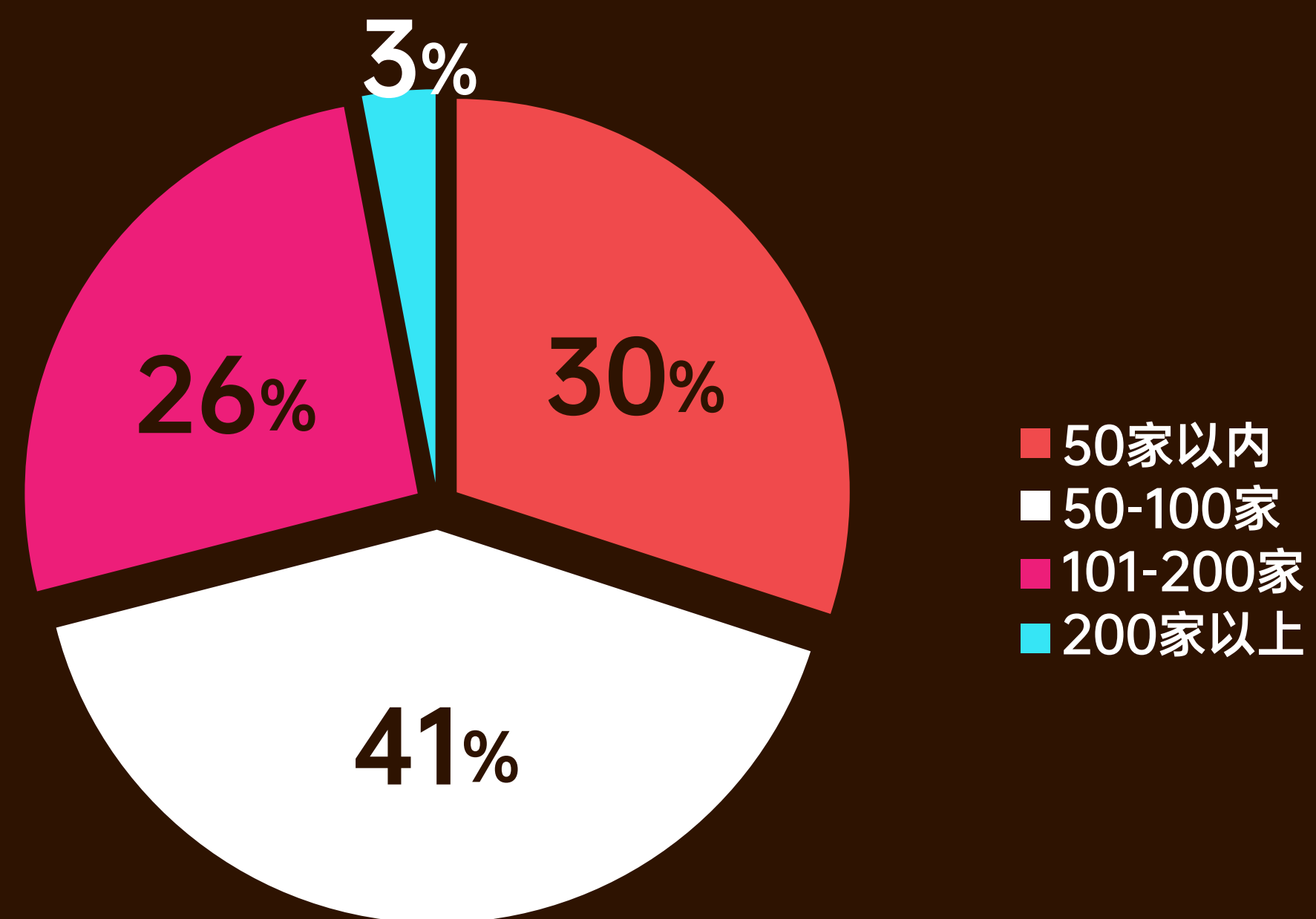
◆ 受疫情和行业发展影响，铝合金门窗行业企业渠道加盟商数量增长比例在11%-20%的占比最高。

2020年铝合金门窗行业企业渠道招商 (招商团队薪酬不计) 的总体投入费用分析



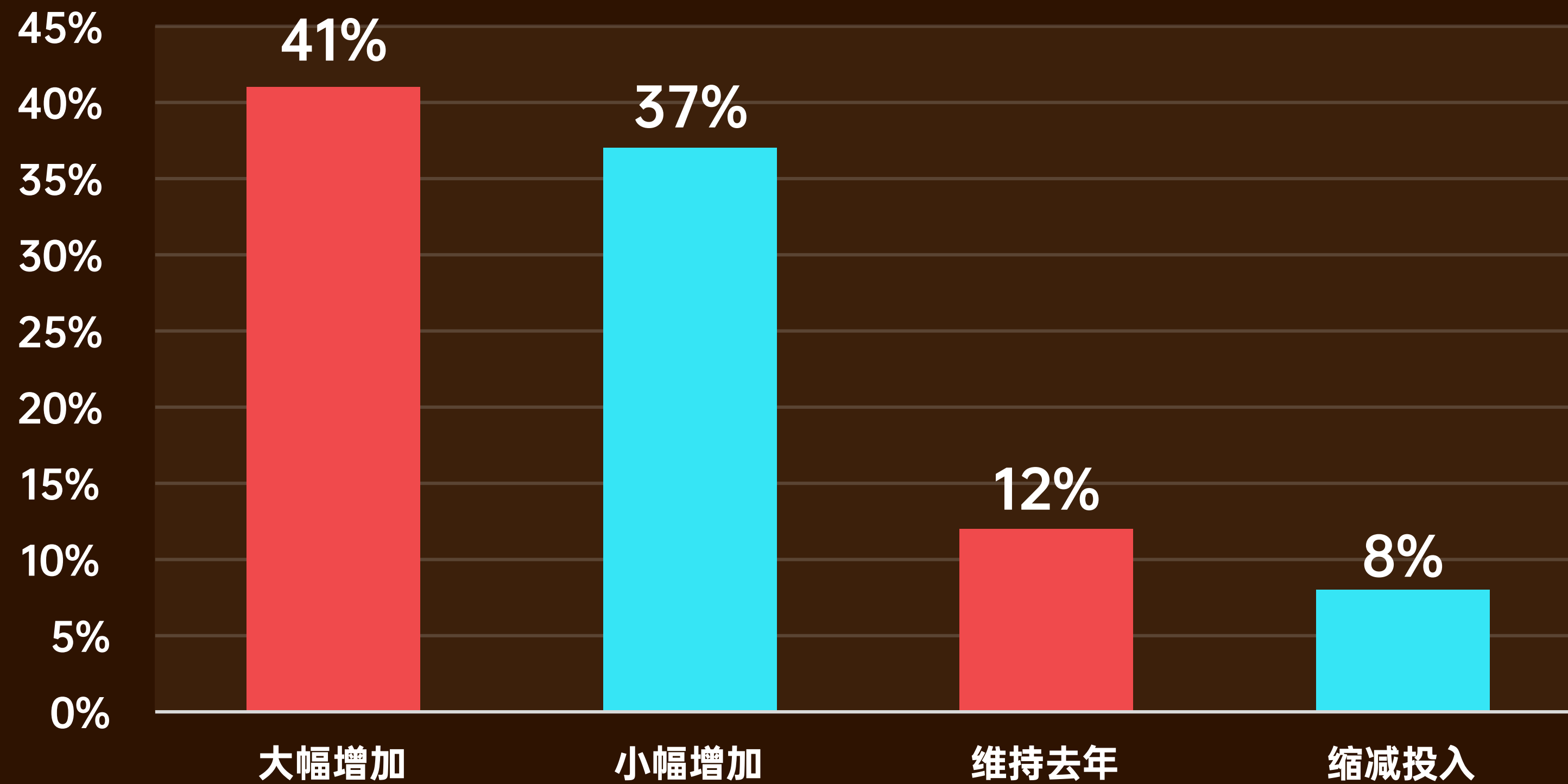
- ◆ 2020年，60%的铝合金门窗企业在渠道招商（招商团队薪酬不计）的总体投入费用投入在100万以内。今年受疫情影响，线下招商会及展会数量减少，企业在渠道招商方面投入更显谨慎。

2021年铝合金门窗行业企业全国渠道招商目标分析



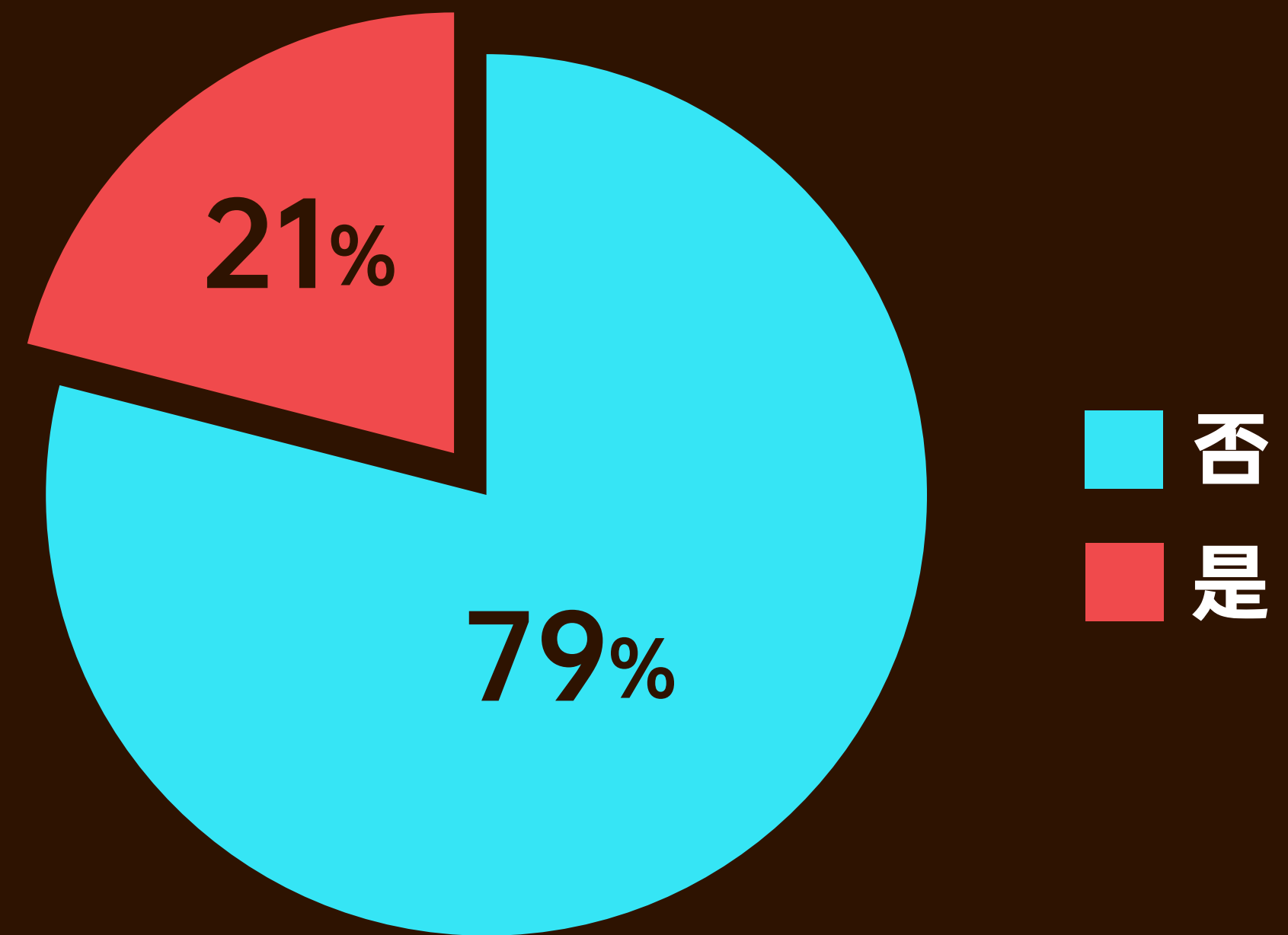
◆ 2021年，7成铝合金门窗企业全国渠道招商目标在50家以上。对比2020年，目标略有下调。

2021年铝合金门窗行业企业招商费用投入预期



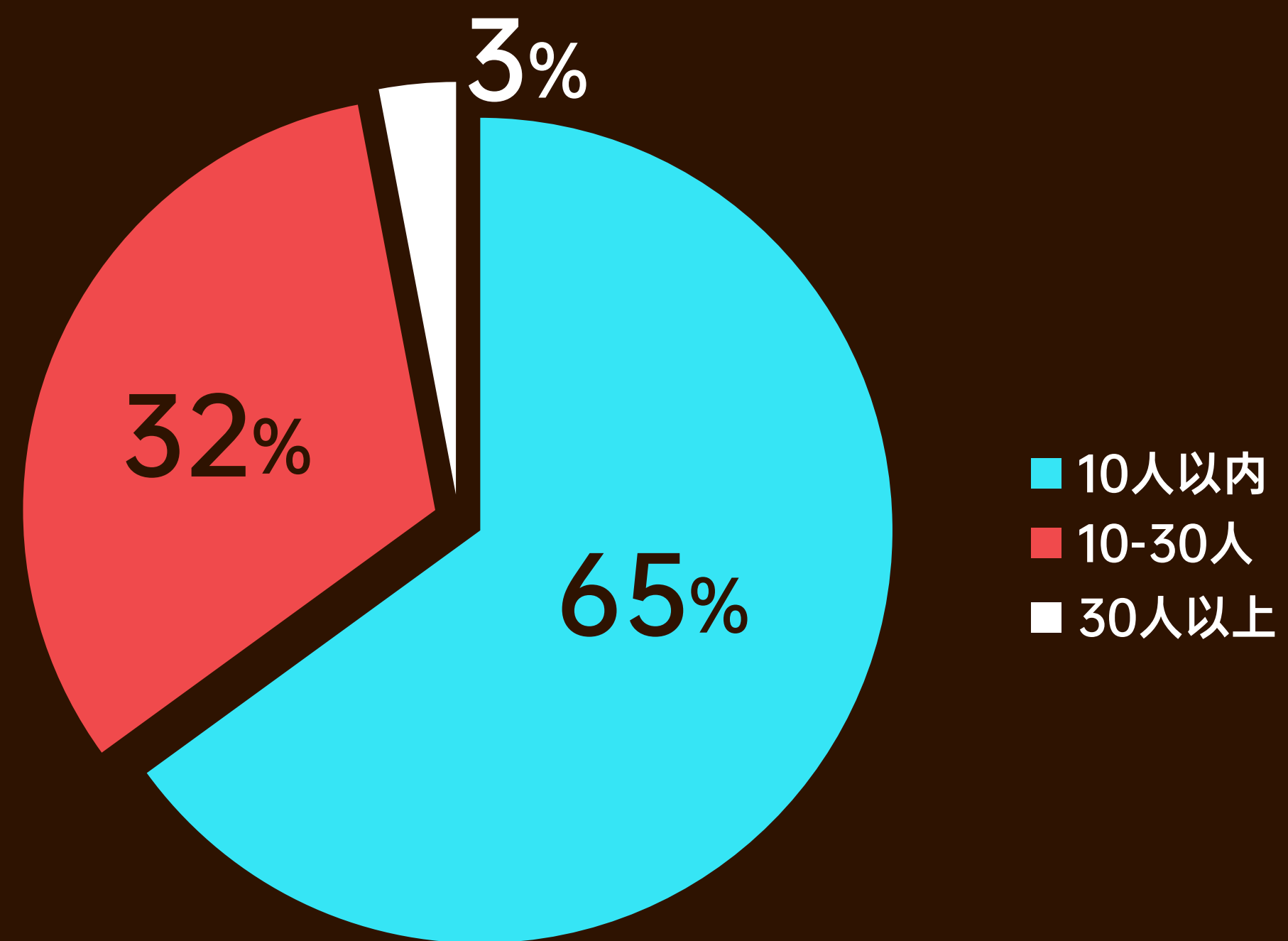
◆ 近8成铝合金门窗企业计划2021年增加招商费用投入，综合而言，渠道竞争将更加激烈，大部分企业计划增加招商费用投入，也正基于此。

2020年铝合金门窗行业企业招商团队与运营团队是否独立



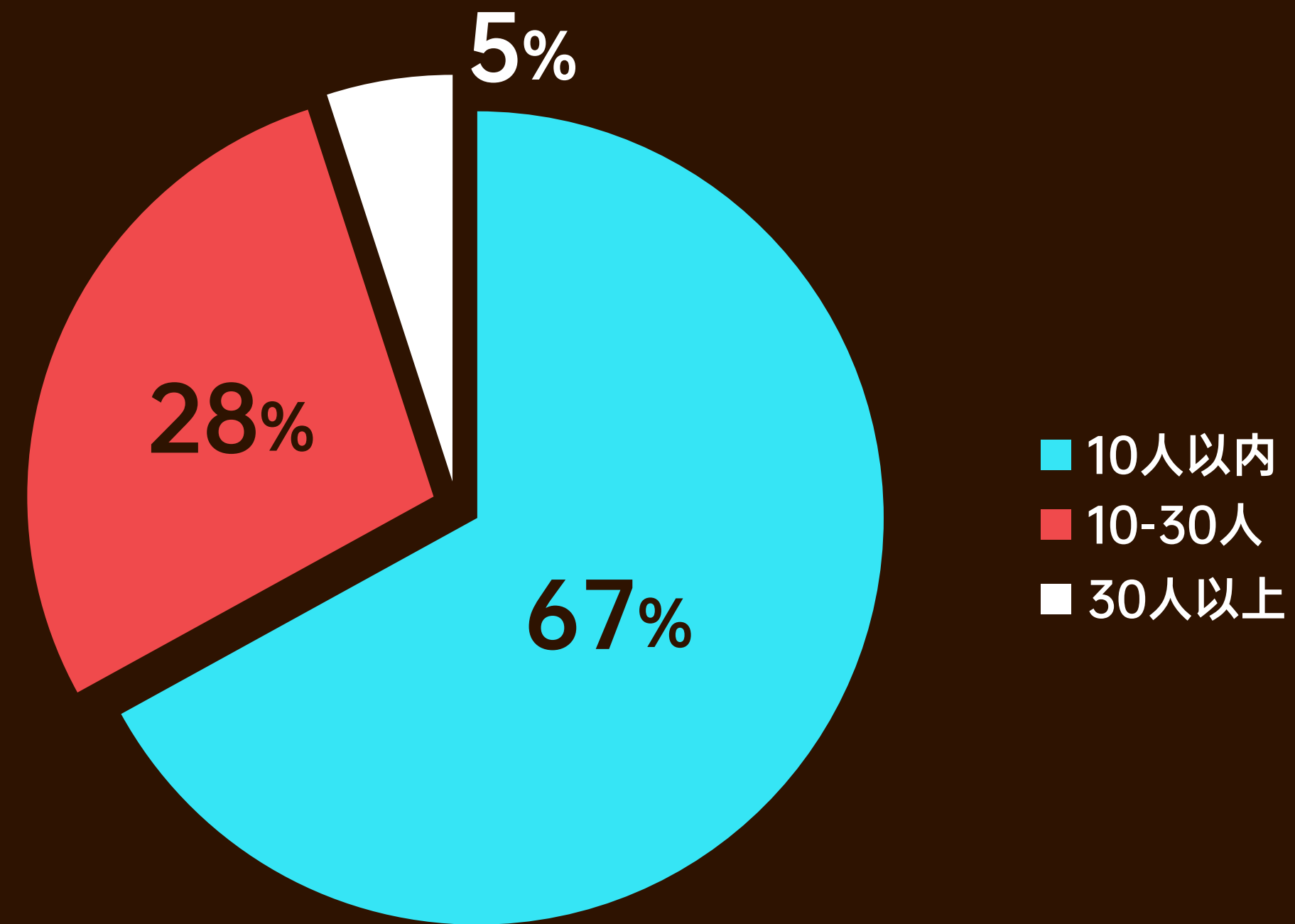
- ◆ 铝合金门窗行业招商团队与运营团队相互独立的企业占比21%；79%的企业招商团队与运营团队统一在一个部门。

2020年铝合金门窗行业企业专职招商团队规模



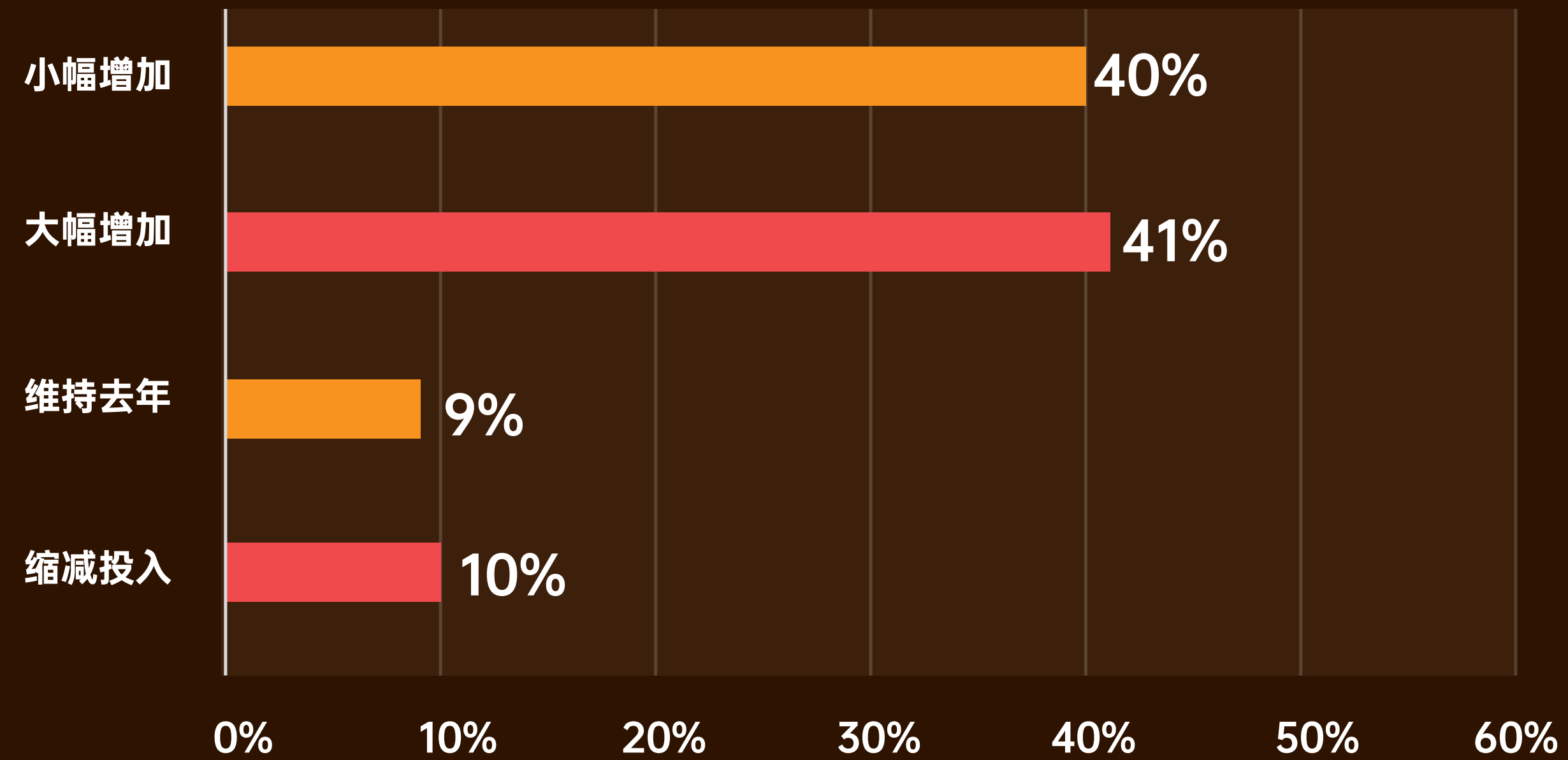
◆ 2020年，超9成的铝合金门窗企业专职招商团队规模在30人以内。

2020年铝合金门窗行业企业专职渠道加盟商维护运营团队规模



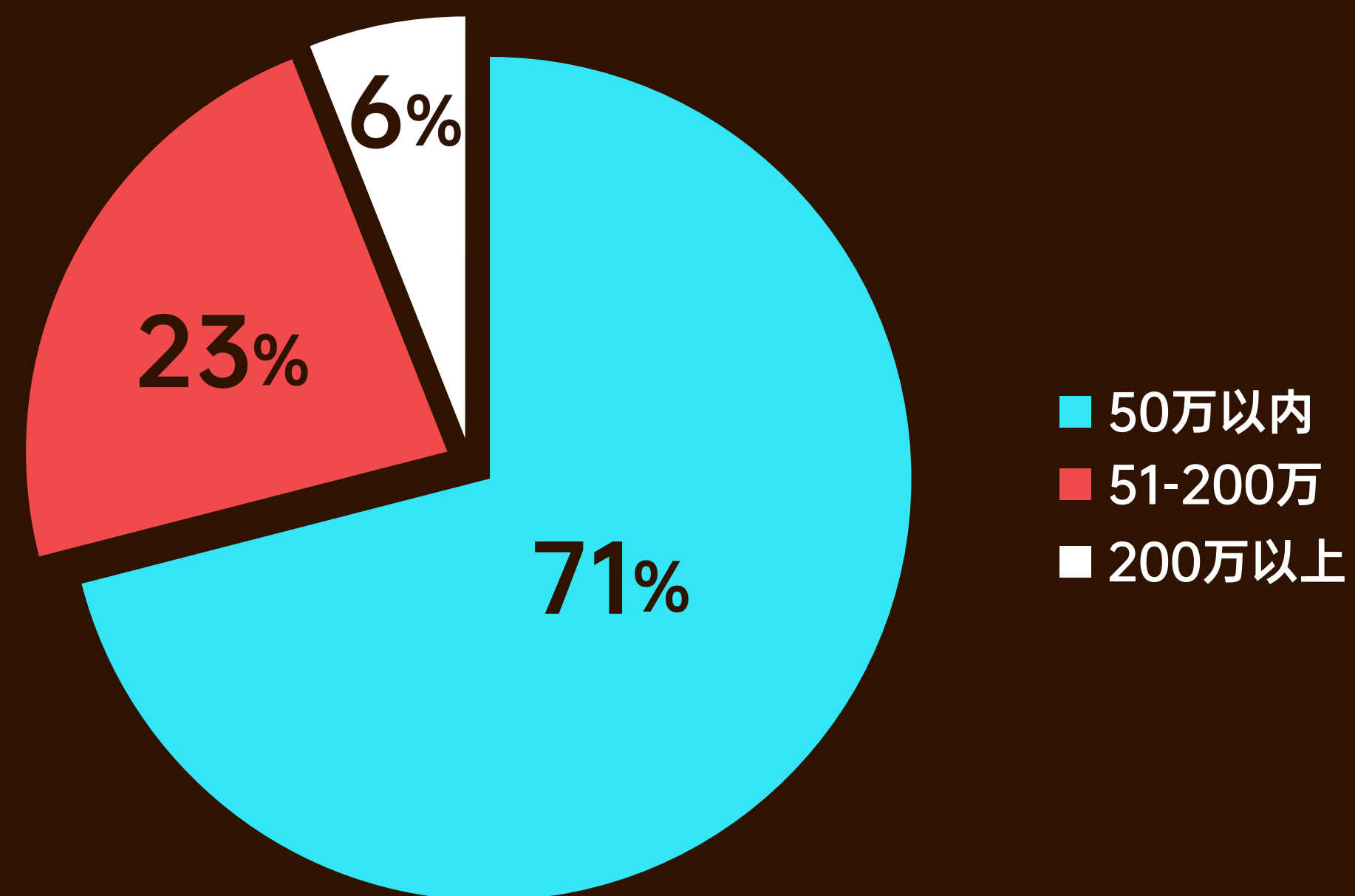
◆ 超9成的铝合金门窗企业渠道加盟商维护运营团队规模在30人以内。

2021年铝合金门窗行业企业招商人力投入情况



- ◆ 超8成铝合金门窗企业计划2021年扩大招商团队，未来优秀招商人才将更加紧缺，竞争更加激烈。

2020年铝合金门窗行业企业全国加盟商平均单店回款额情况

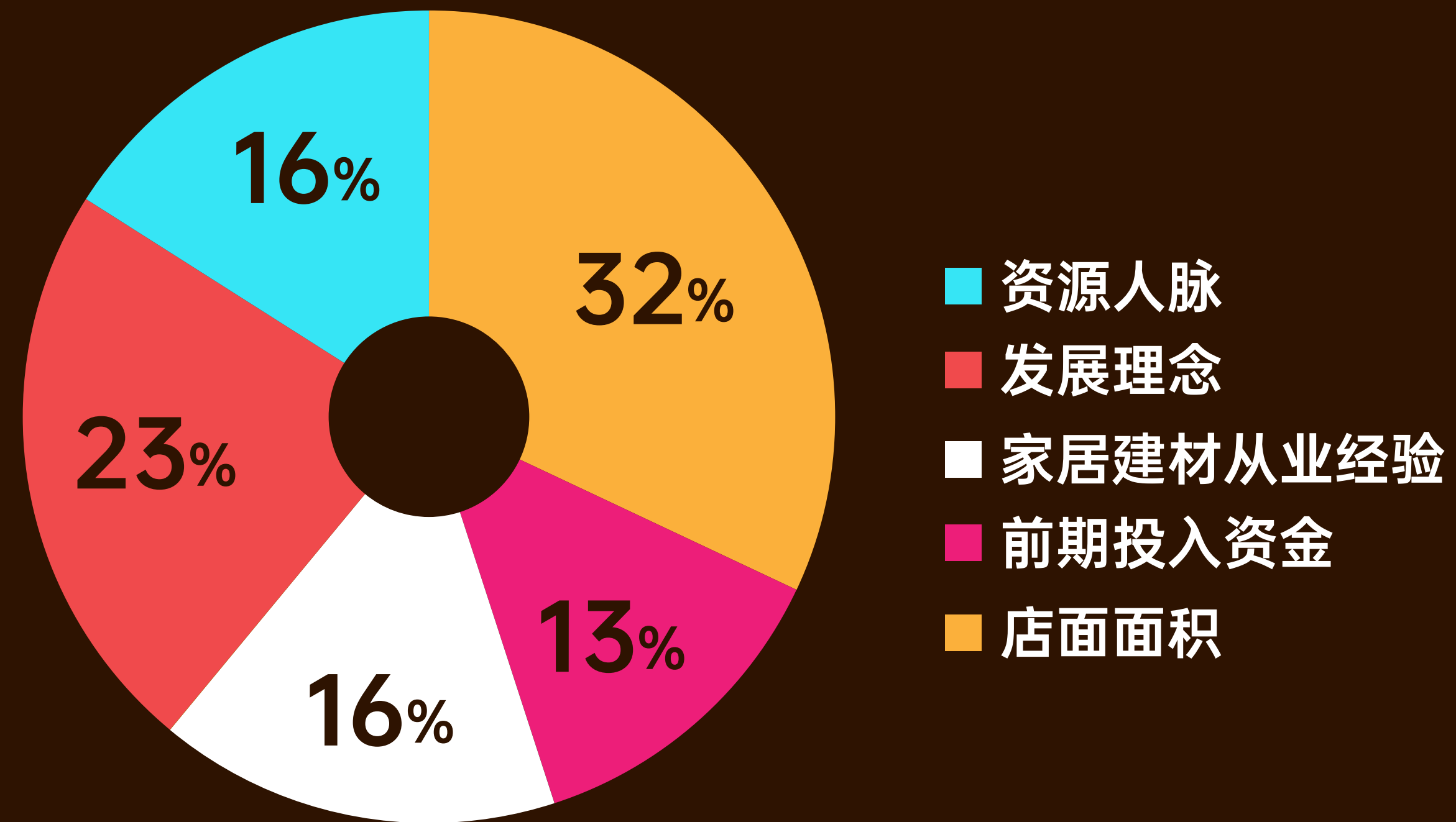


- ◆ 2020年，超7成的铝合金门窗行业加盟商单店平均回款额在50万以内；提升单店回款额，打造标杆大商对于渠道经营而言愈发重要。

2

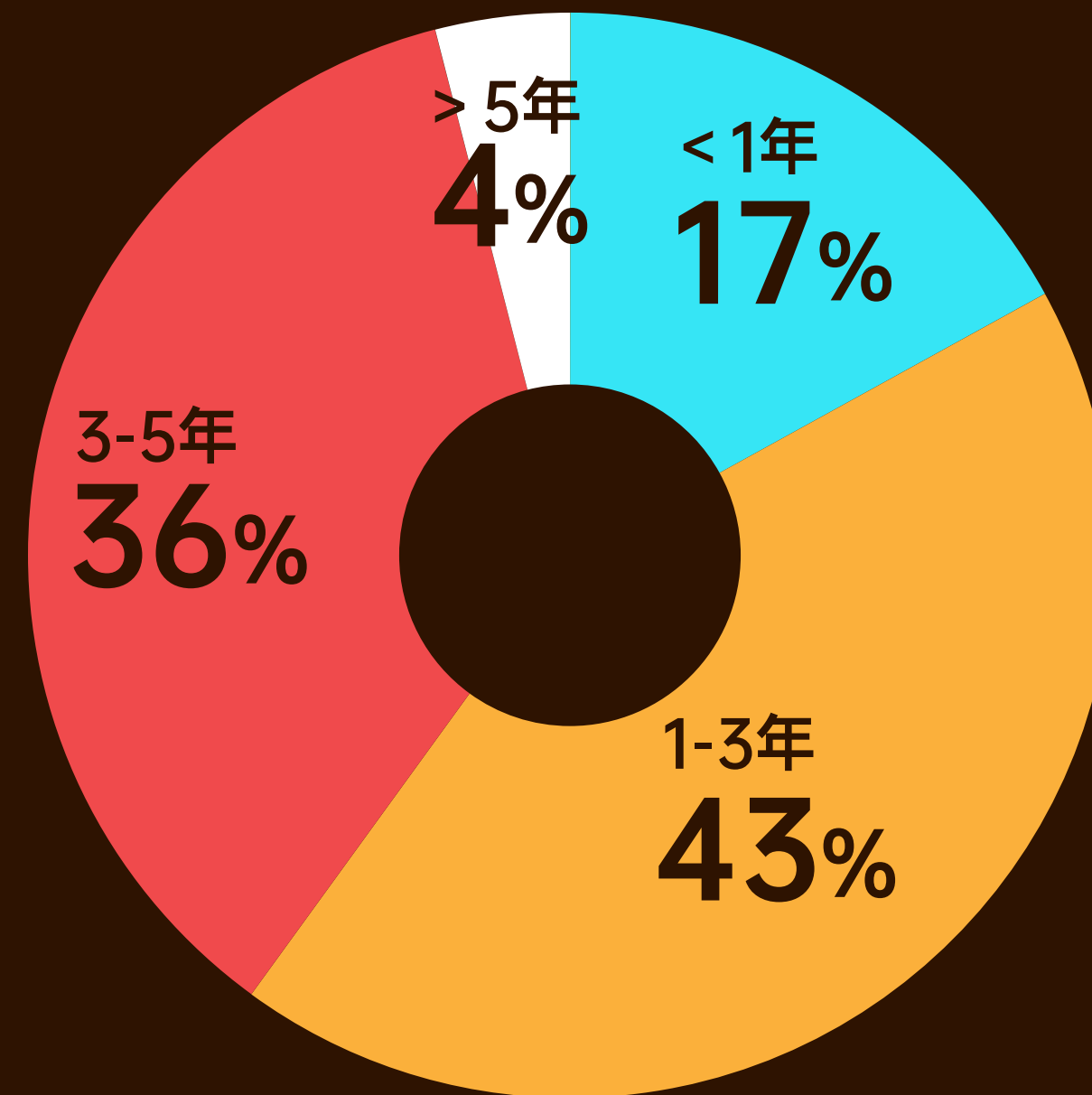
2020年铝合金门窗行业 品牌招商需求及结果分析

2020年铝合金门窗企业选择加盟商时最关注的维度分析



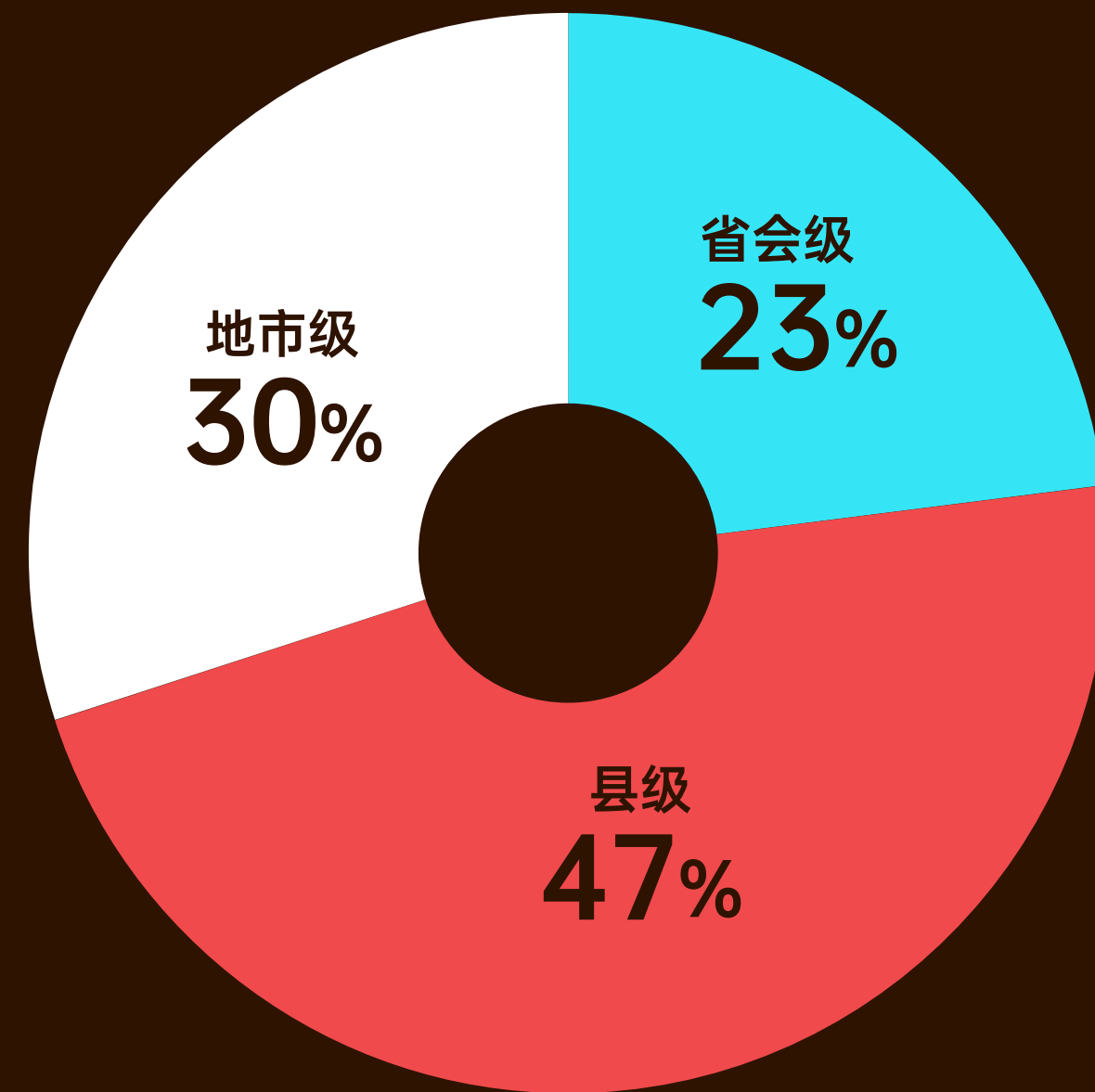
◆ 店面面积/发展理念是企业选择加盟商时最关注的维度，其次是从业经验和资源人脉。

2020年铝合金门窗行业企业对加盟商行业经验要求分析



◆ 有1-3年行业经验的加盟商更受企业的青睐，17%的企业表示接受加盟商行业经验在一年内，铝合金门窗行业对新商相对比较友好。

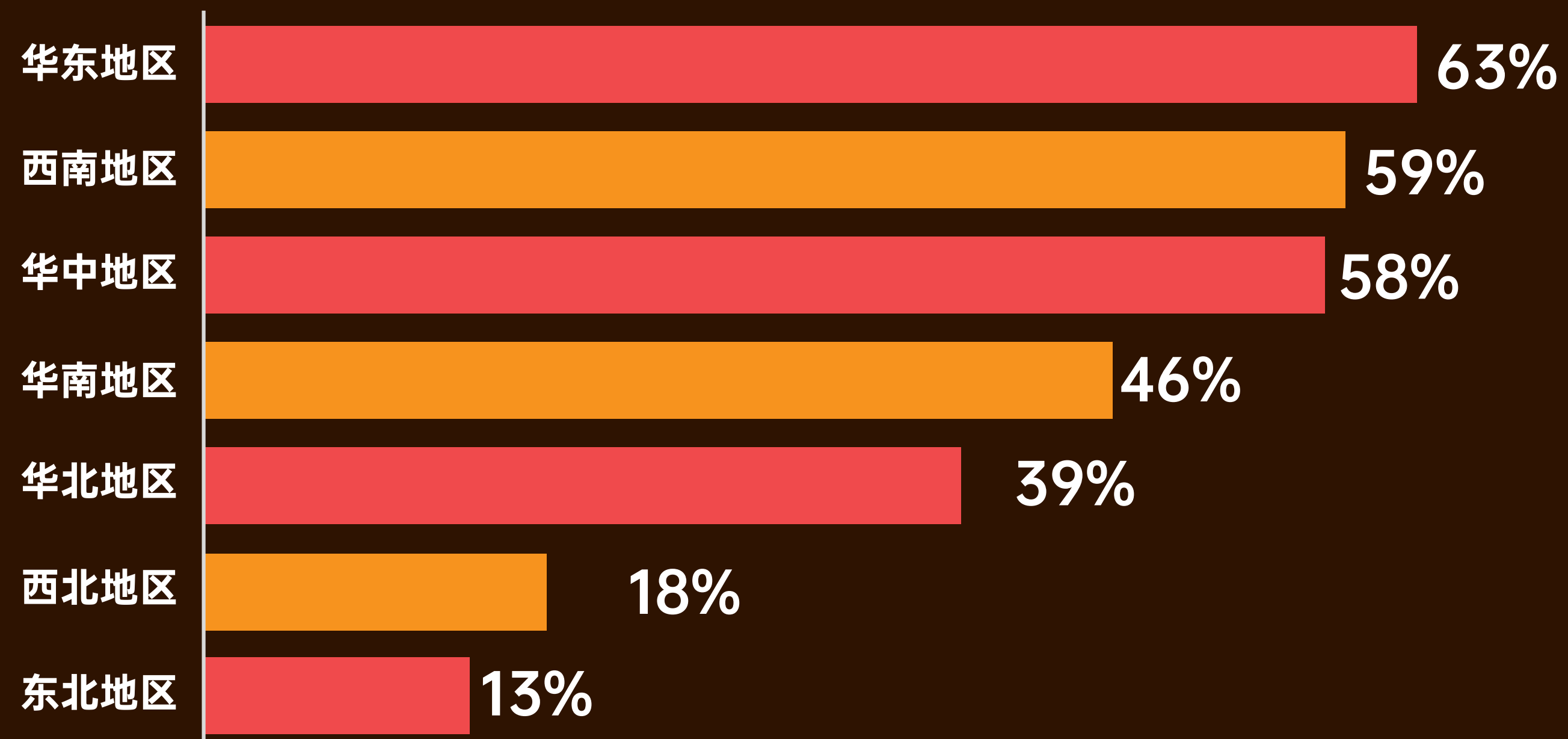
2020年铝合金门窗行业企业重点招商城市级别分析



- ◆ 在城市级别层面，与加盟商报名情况相匹配，47%的企业将县级成为重点招商城市。综合近几年情况，渠道下沉仍占主流。

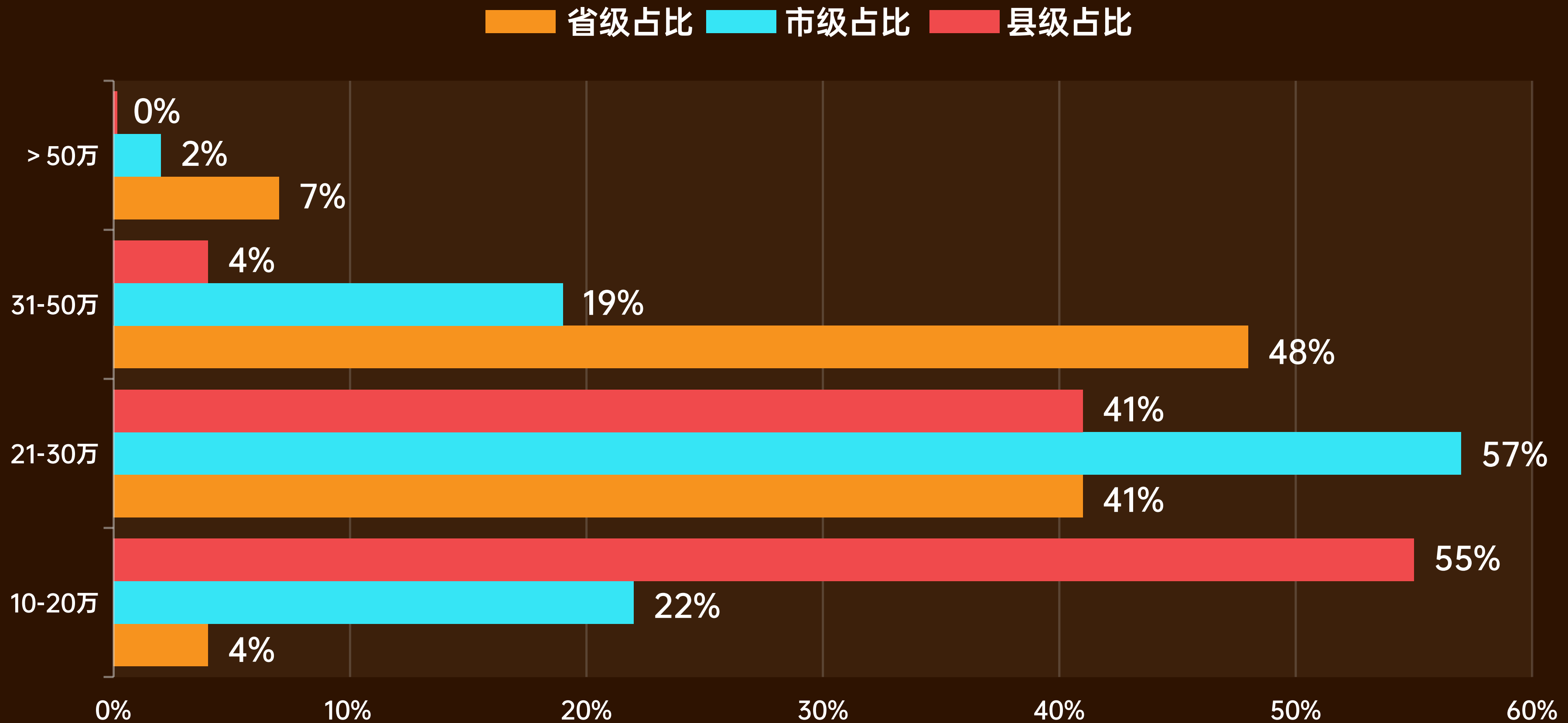
2020年铝合金门窗行业企业重点招商区域分析

非闭环数据



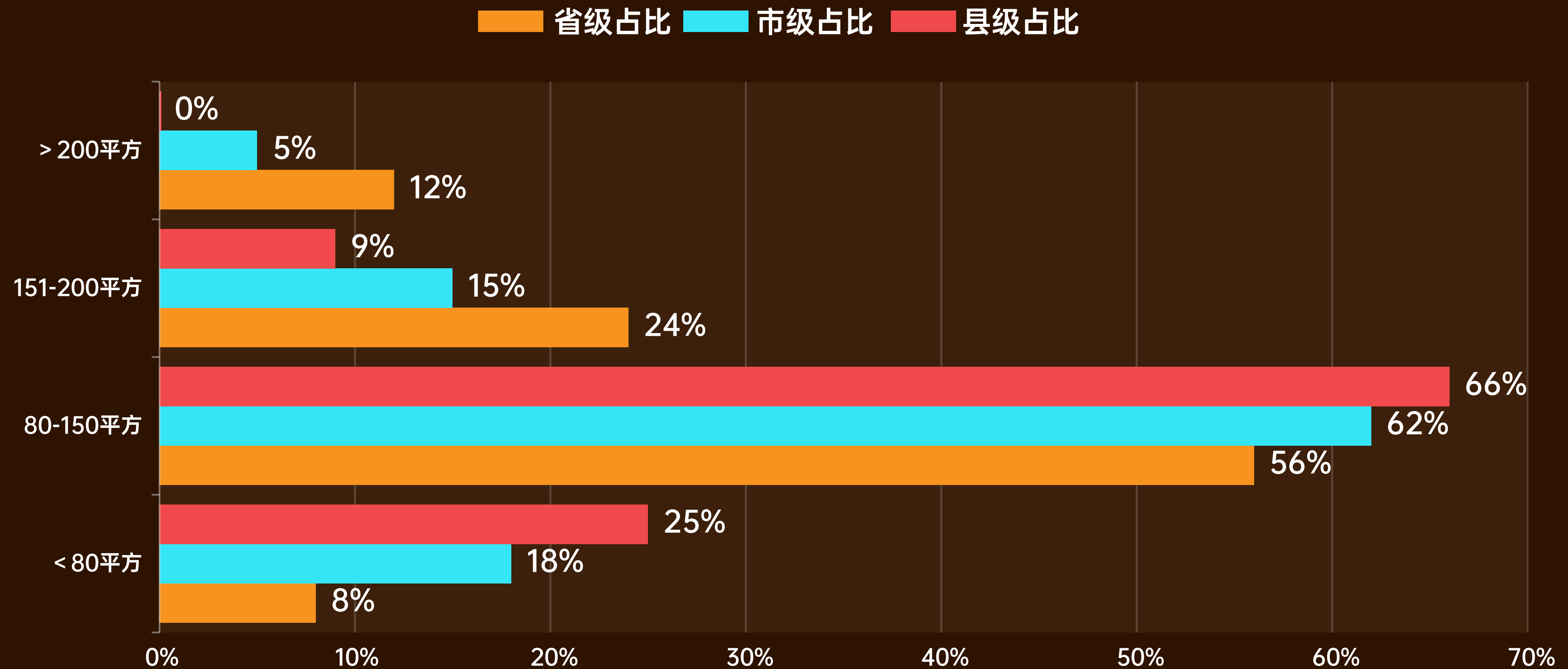
- ◆ 华东地区、西南地区、华中地区是2020年铝合金门窗企业重点布局区域。在发达地区门店饱和及渠道下沉的大背景下，西南、华中地区成为很多铝合金门窗企业眼中的香饽饽。

2020年铝合金门窗行业企业对加盟商投资能力要求分析



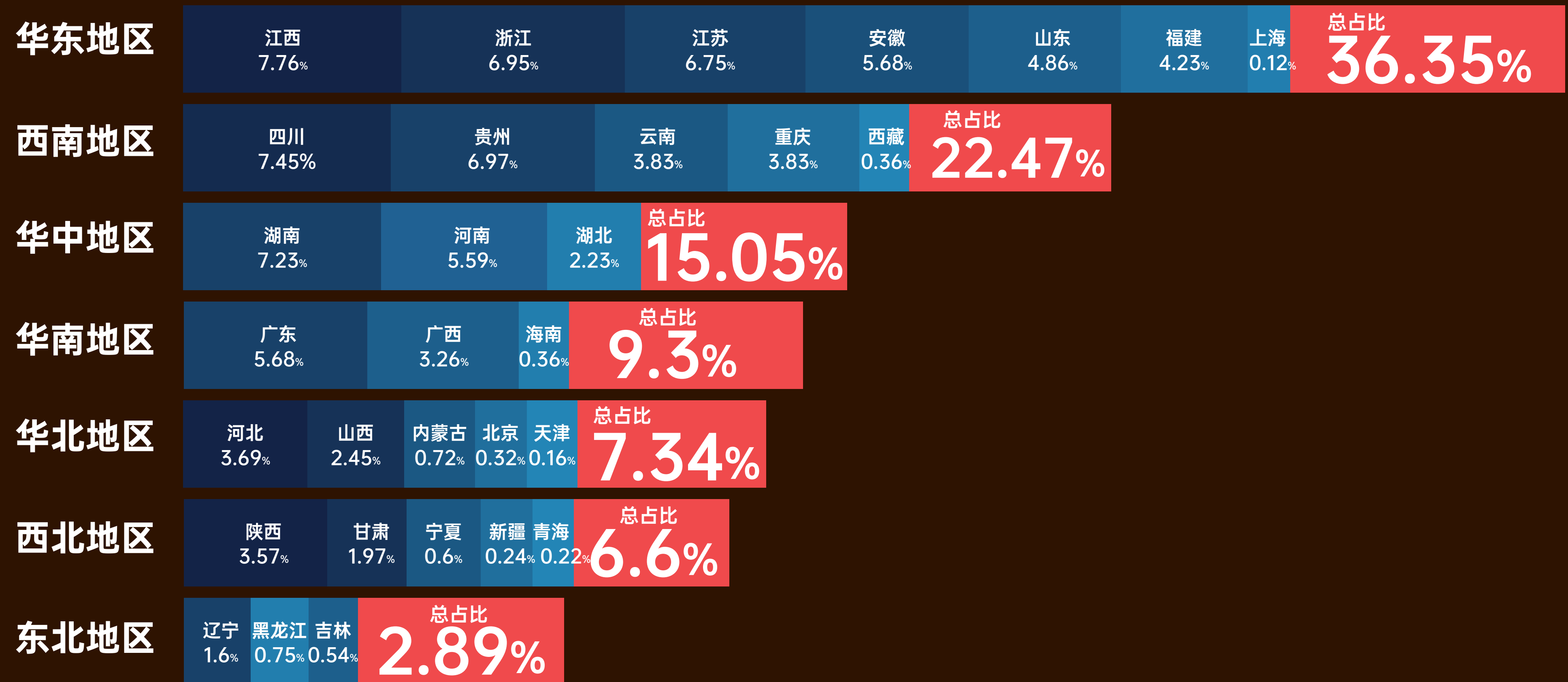
◆ 在投资能力要求层面，2020年，企业更希望省级加盟商投资能力在31-50万，市级加盟商投资能力在21-30万，县级加盟商投资能力在10-20万之间。

2020年铝合金门窗行业企业对加盟商店面面积要求分析



- ◆ 在店面筹备情况层面，企业更希望省级、市级、县级加盟商门店面积在80-150平方米。相比县级、市级店面，省级城市因租金、人力等成本，实际投入更高。

2020年铝合金门窗行业企业成功招商区域分布



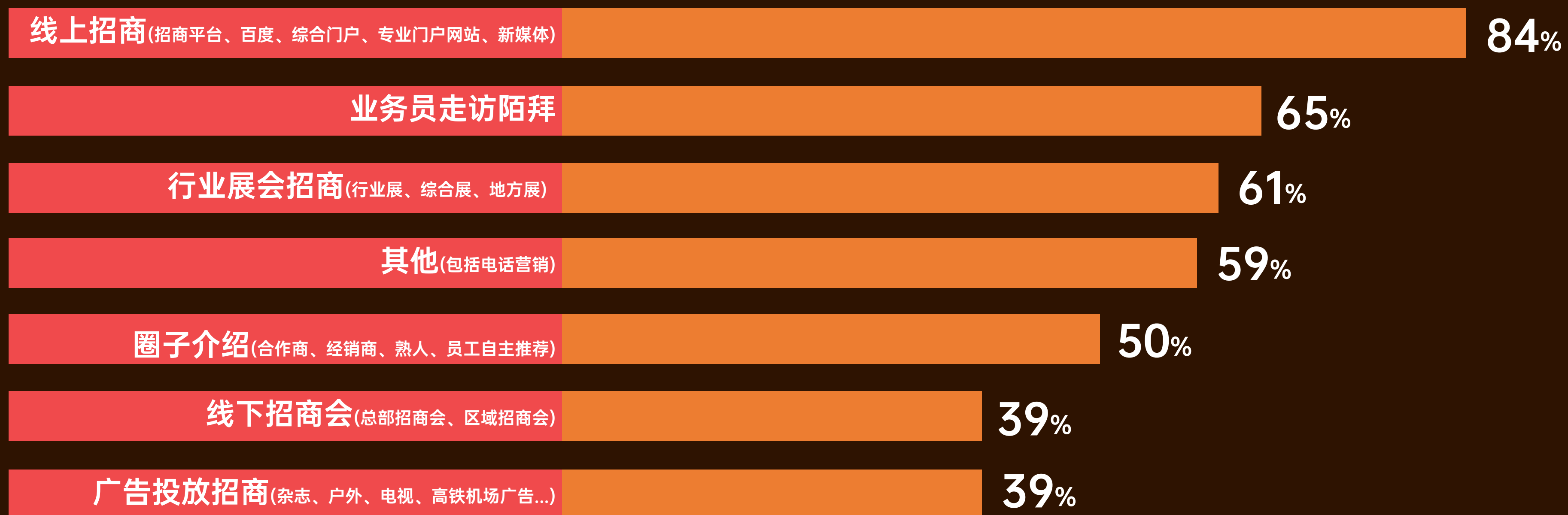
- ◆ 华东地区是加盟商报名最多的区域，同样也是招商成功率最高的地区（36.35%），其中江苏、浙江、安徽、江西、湖南、四川、贵州、河南、广东九个省份，成功的加盟商最多。



2020年铝合金门窗行业 企业招商触媒情况分析

2020年铝合金门窗行业企业认可的招商渠道分析

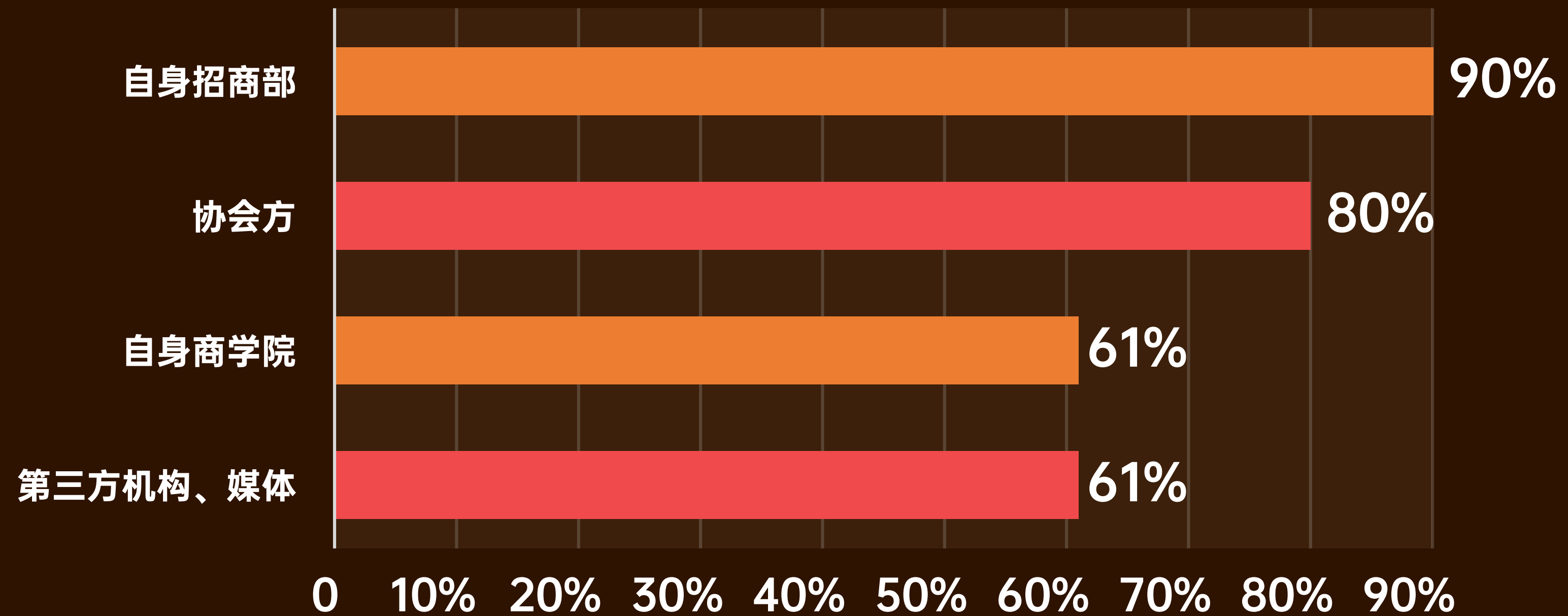
非闭环数据



- ◆ 2020年，线上招商（招商平台、百度、综合门户、专业门户网站、新媒体）依然是铝合金门窗企业最认可的招商渠道，占比高达84%；业务员走访陌拜、行业展会招商、圈子介绍、线下招商会和电话营销都较受企业认可。

2020年铝合金门窗行业企业招商培训组织方分析

非闭环数据



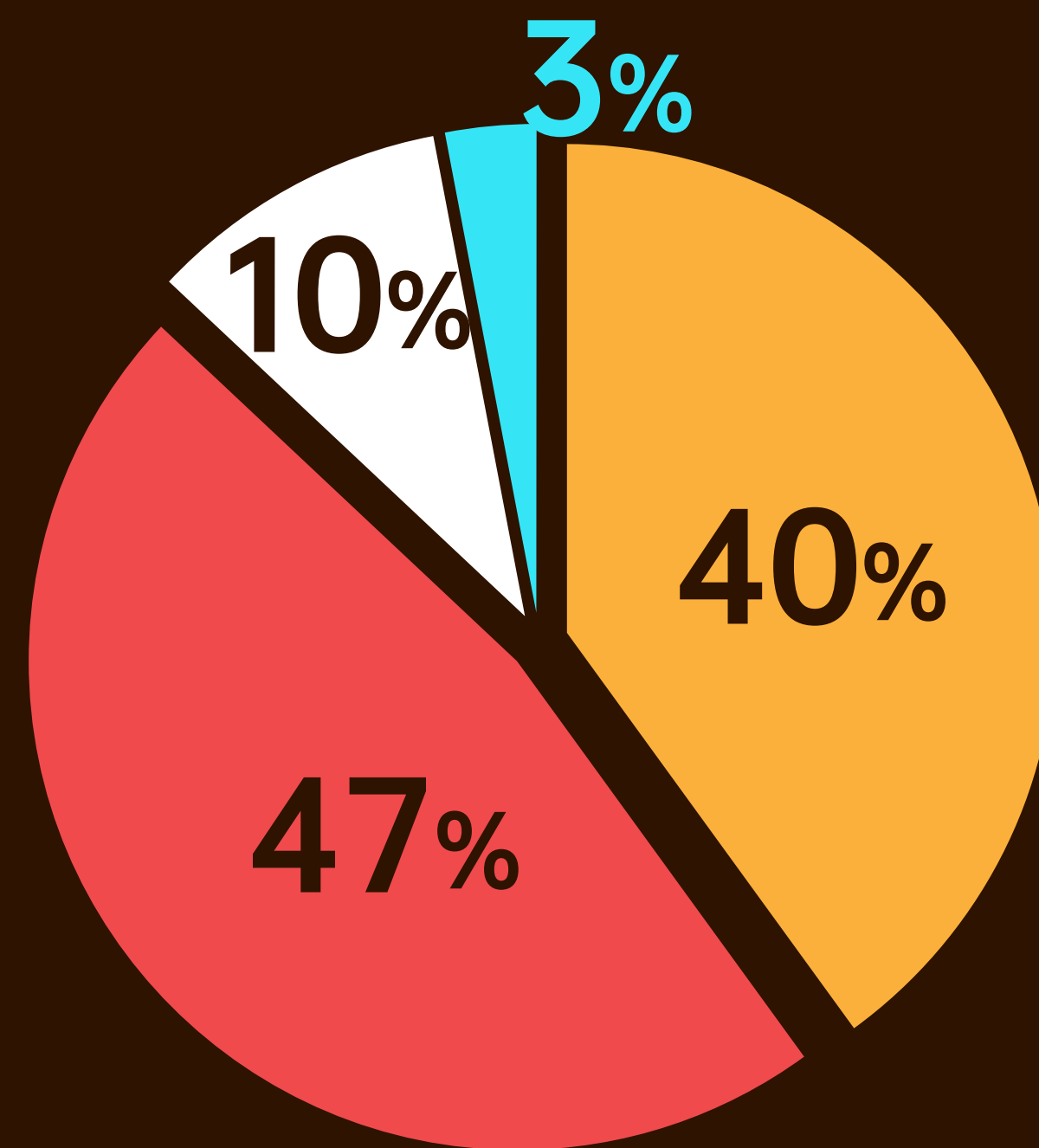
◆ 铝合金门窗企业中，通过企业自身招商部组织培训占比最高，其次是协会方。

2020年铝合金门窗行业企业招商培训需求分析



- ◆ 铝合金门窗企业招商培训需求中，品牌实力包装和产品卖点类培训需求最大，占比71%，其次是招商话术、电话营销类培训。

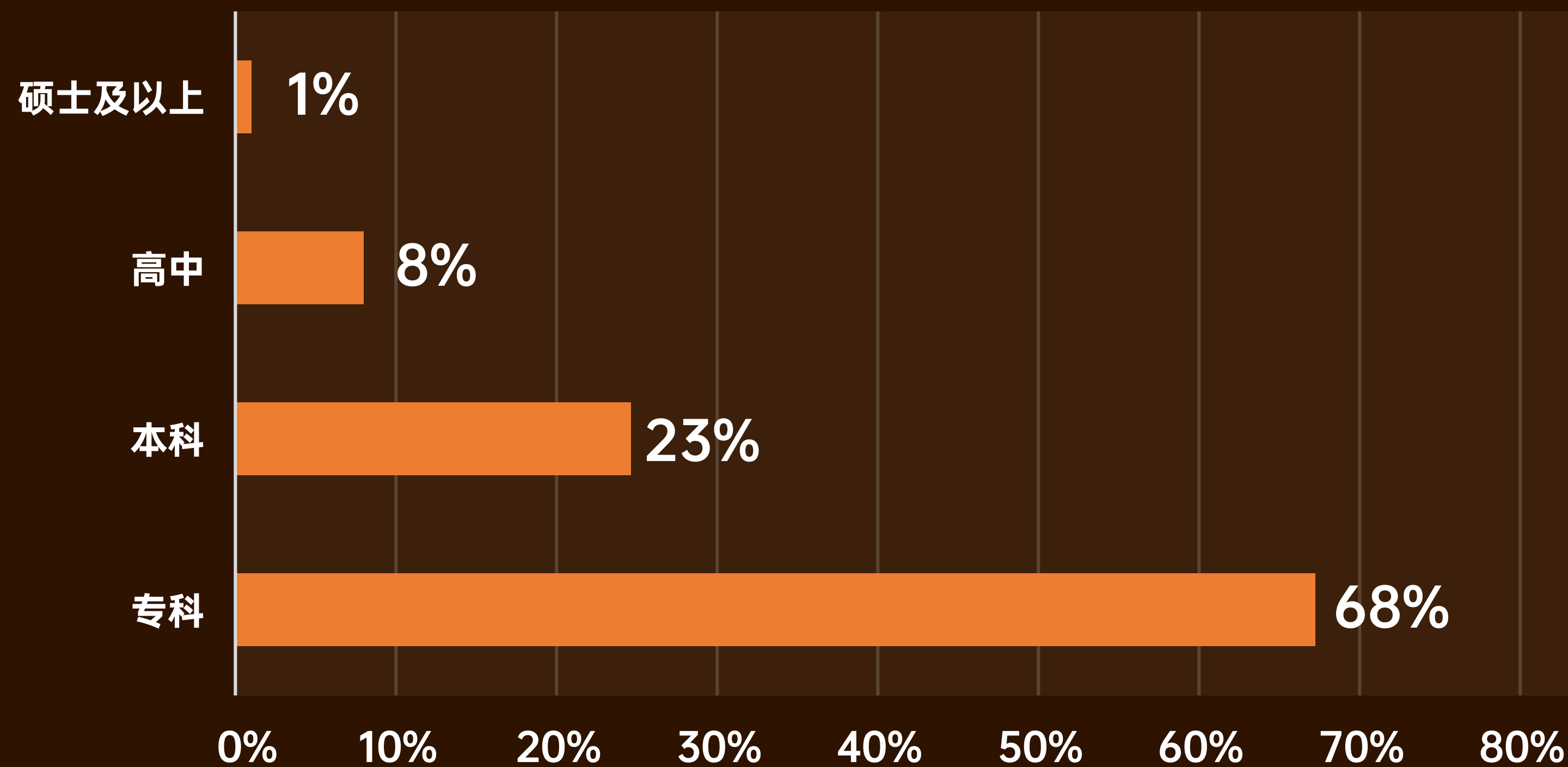
2020年铝合金门窗行业企业招商人员年龄情况分析



■ 30岁以下 ■ 30-40岁 ■ 41-50岁 ■ 50岁以上

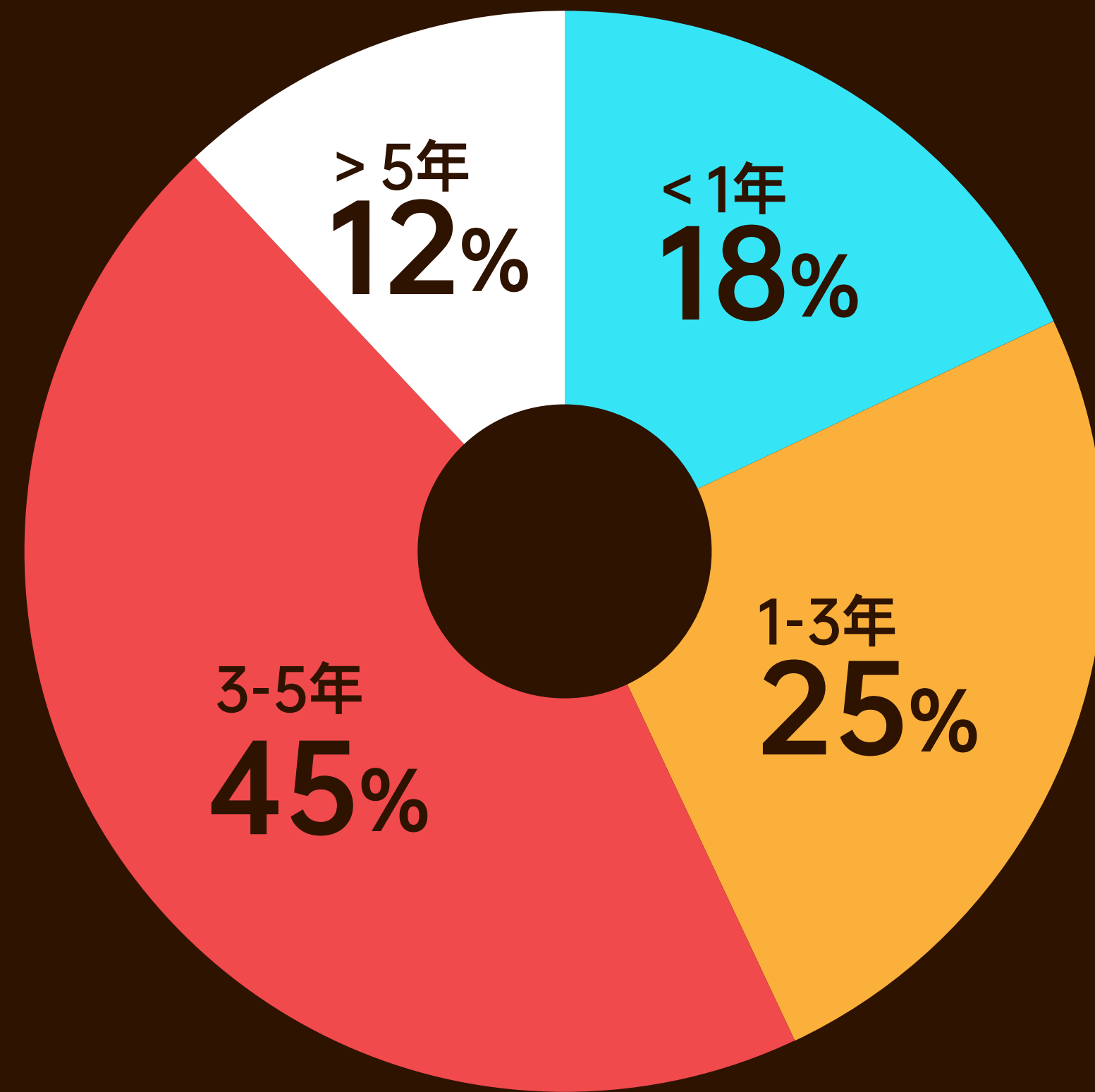
- ◆ 超8成铝合金门窗行业企业招商人员年龄段在40岁以下。其中30-40岁年龄段占比最高，为47%，这个年龄招商人员年轻、有冲劲，是企业最看重的；近几年招商人员年轻化已经成为趋势。

2020年铝合金门窗行业企业招商人员学历情况分析



◆ 近7成招商人员拥有专科学历，招商人员学历情况正在逐年提升。

2020年铝合金门窗行业企业招商人员从业年限情况分析



- ◆ 近9成招商人员从业年限在5年以下，招商人员留存仍是铝合金门窗企业需关注的问题。

中华建材网招商学院年度培训情况

中华建材网招商学院立足“让天下没有难招的商”，打造实战招商定制课程，助力企业在市场营销环境多变的形势下从容面对。以全体系知识构建、完整学习闭环、数据化精细管理和多年实战经验为要点，提升企业招商团队战斗力。

2020年，中华建材网招商学院全年进行培训**311场（次）**，覆盖企业**939家**，培训招商人员共计**6116人**。其中：
线上培训**121场**，覆盖企业**419家**，培训企业招商人员**2933人**。
走访式培训**183次**，覆盖企业**542家**，培训企业招商人员**2745人**；
落地专场特训营**7场**，覆盖企业**425家**，培训企业招商人员**2448人**。

截至目前，中华建材网招商学院拥有行业5年以上实战经验讲师15名，可定制化、规模化实施企业招商培训，以专业赋能企业渠道发展。



D A T A R E P O R T

4

总结

1

2021年铝合金门窗 企业渠道拓展建议

1

行业洗牌进一步加速 辩证看待“危”与“机”

2020年家居建材行业见证太多的不确定性和市场变化，2021年显然比我们想象得更具挑战性。受国际疫情影响，及国内建筑业、房地产业发展现状，铝合金门窗行业洗牌加速，强者愈强的“马太效应”凸显，竞争压力空前激烈。企业应正面面对困难，提升企业及产品的抗风险承受能力，获取长期利润与效益，才能抓住疫情后新一轮大规模基建刺激计划中的大项目机会。



2

顺应当前线上化趋势 进行企业数字化转型建设

疫情影响改变了传统的经营与交流方式，线下向线上转移、线上销售、线上招商逐步常态化，企业应多做尝试，通过数字化建设和云端技术，将企业的生产管理、技术研发、市场销售和售后服务等，从单一的工程、分公司、门店、商务洽谈、实体销售等，统一向线上、数字化转移。



3

做精作细创新发展 解决经销商售后痛点

面临着房地产的“存量时代”，行业内的竞争压力将进一步加大，企业需要做好的是将创新作为基本策略，在细分领域做精做细，将现有产品的使用功能进行深入挖掘及降低成本，同时附加更多的新功能，增加亮眼性，开发拥有自主知识产权的产品，解决产品安装售后痛点。可以说，创新发展是助力门窗企业利润增长的关键一步。



4

渠道下沉是趋势 企业招商应重“提质”、轻“提量”

随着城镇化进程加快，一二线城市门窗市场渐趋饱和，三四线城市人均消费水平提升，购买力增强，对此，铝合金门窗品牌在渠道拓展上可采取“下沉”行动。不过，为保存终端竞争实力，建议企业在选择加盟商时要注重加盟商的质量，而非单纯追求招商数量，否则质量参差不齐，企业渠道拓展效果将非常被动。



2

出品平台及优势介绍

中华门窗网 (<https://www.chinamenwang.com/>) 是居美科技旗下专业垂直门户平台，创建于2006年，秉承为中国门窗客户提供满意服务，为中国门窗厂商开拓终端市场的宗旨，以品宣推广、招商支持、广告植入、供求撮合、口碑提升、导购知识六大资源平台为依托，凭借专业、高效、口碑、高度、优质、时效六大核心优势，打造具有行业高度与凝聚力、消费者影响力乃至门窗行业中具有影响力和传播力的行业门户网站。

居美科技及前身自1998年成立以来，一直扎根于中国家居建材行业领域，为广大客户提供精准招商和品牌传播服务。多年来，我们与中国家居建材行业一起不断进步，累计为3200+企业提供解决方案，并助力他们在精准招商及品牌传播领域取得卓越成果！

数说居美

500万+

家居建材行业
代理商数据库

300万+

家居建材行业
粉丝群

20万+

每年为20万+
新增代理商提供
优质品牌选择

50万+

累计帮扶成功创业
代理商数量

*数据截止到2020年12月

鸣谢单位

新豪轩门窗
高端定制 以爱筑家

ISI[®]轩尼斯门窗
— 门窗艺术大师 —

皇派门窗
高端隔音门窗

 百利玛[®]门窗
— 高端全屋门窗定制 —

M^MBOS^C博仕门窗

 DEJIYOUPIN
德技优品·门窗

EEH三亿合
全防护门窗

E.MILAN
圣米兰门窗

ALPES
阿尔卑斯系统门窗

EBON 意博门窗

 EMBRE 安柏瑞

 YOOAN[®]
— 怡安门窗 —

DAYON 大洋 (门窗定制)
— 家 — 风范

 新帝豪 门窗
JUN FU XIN DI HAO 1989

 MEIWO
美沃门窗

SENSE GROUP[®]
意群门窗

免责声明

1、本报告数据由中华建材网、中华门窗网及发布指导单位联合提供，仅限于企业内部参考及培训使用，未经许可不得以任何方式翻版和发送到其他平台。如需引用，请注明出处来源。如有违反，中华建材网及发布网站有权追究其法律责任。

2、本报告的所有信息均基于发布单位由自身平台数据和公开合法渠道获得，其中上市公司相关财报数据均来源于财经媒体及相关财报报道，数据仅供参考，不作为研究依据、法律依据与凭证。