



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年小商品行业运营态势 前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2010-2015年小商品行业运营态势前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/159999.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2010年上海世博会上展示的中国小商品，向业界透露积极信号：低碳、环保，高品质、高附加值，是中国小商品发展之路。截至5月10日，上海世博会已开发特许商品29个大类共18000余款，在全国已经形成5500多家销售网点，销售额超过了140亿元。世博会还是小商品企业与国际性大企业、大机构直接对接、合作的重要平台。世博会为以小商品、小产业起家的企业提供了一个与各行业领军企业共舞、对话，进而进行跨行业合作和资源整合的机遇。小商品作为一种劳动密集型产品，消费上的多样化，商品本身的低标准化，行业进入的低门槛，都使小商品市场成为一个特别开放的体系，而不像其他专业市场那样较为单一。正因为同类商品的竞争、不同商品的互补以及良好的基础设施，提供了范围经济，专业批发商才能开展较大规模的专业化经营，才能获得规模经济，才能薄利多销。小商品市场由于其特殊的发展历史，使其带有了集贸市场的特点，即商品的综合性和非产地性；但由于交易方式的演进，又使其摆脱了一般集贸市场难以扩大市场范围的局限，专业化、大批量和开放性的批发贸易在根本上带有专业市场的特点。改革开放后，非公有制商业经济是从无到有发展起来的，规模小、底子薄、管理能力不强，决定了它不可能在高层次上领导商业流通，而只能进行较低层次的流通。这样就出现了小生产者和小商人合作的流通模式。于是大量的日用品就由个体、私营小商人进行经营。为了实现规模经济的效益，这些小商人聚合起来，就构成了小商品批发市场这一业态。由此可见，这种业态是我国经济体制改革的产物，有其存在的必然性。近两年，许多大型商场停业并在转向小商品批发市场后扭亏为盈的现象出现时，有人认为小商品批发市场将成为未来商业发展的一个新趋势，代表了未来商业的一个主要方向。但是，小商品批发市场在低水平上运作，它本身所固有的局限性决定了它在商业发展中的过渡性质。小商品批发市场松散，简单的管理方式是无法适应发达的市场经济对商业流通的要求。随着市场经济的深入发展，商业企业必须不断提高其经营管理水平，加强信息管理、物流管理，提高服务质量。一旦大型商业体制理顺、企业搞活，或者某些小商业者不断积累，实力壮大并获取了足够的经验，它们必然谋求更大规模、更高层次的商品流通。小商品批发市场必将被其他业态所取代。这是市场经济发展的必然要求，也是商业企业发展的历史趋势。

2010年上半年，义乌市出入境管理局已办理登记入境外商200735人次，比去年同期增加39%，创下历史新高。目前常住义乌的境外人员有11325人，其中外国境外企业常驻代表机构2124家，分别来自85个国家和地区。上半年，义乌集贸市场总成交额达248.809亿元，同比增长11.72%；其中中国小商品城成交额169.12亿元，同比增长7.8%。上半年，义乌全市自营进出口总额10.02亿美元，同比增长7.11%；其中出口9.06亿美元，同比增长6.72%，分别高出于全国、全省28.52和26.32个百分点。在国务院出台"民间投资三十六条"和义乌工商出台"助动发展三

十条举措"的推动下，义乌民间投资的热情在上半年也出现了空前的高涨。截至6月底，义乌市场主体总数达到了14.6万户，同比增长10.2%；其中企业数15721户，同比增长7.5%，个体工商户130353户，同比增长10.7%。此外，外国企业常驻代表机构总数达2833家，同比增长16.1%。上半年，义乌展会经济也取得了丰硕的成果。为期4天的2010年中国义乌文化产品交易博览会成交额达28.07亿元，比上届增长51.8%，其中外贸成交额为16.9亿元，同比增长55.05%。同样为期4天的2010中国国际旅游商品博览会也取得了外贸成交额12.63亿元，占总成交额的45.63%，同比增长46.5%的良好业绩。上半年良好的形势，也为义乌市场经营户在下半年的发展积聚了信心。

本研究咨询报告由在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国经济景气监测中心、中国义乌小商品市场、国内外相关刊物杂志的基础信息以及小商品研究单位等公布和提供的大量资料，结合中研普华公司对小商品相关企业的实地调查，对我国小商品行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了小商品行业的前景与风险。报告揭示了小商品市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球小商品行业发展分析

第一节 2009年全球小商品市场分析

一、2009年全球小商品市场回顾

二、2009年全球小商品市场环境

三、2009年全球小商品销售分析

四、2009年全球小商品市场规模

第二节 2010年全球小商品市场分析

一、2010年全球小商品需求分析

二、2010年全球小商品市场规模

三、2010年全球小商品品牌分析

四、2010年中外小商品市场对比

第三节 部分国家地区小商品行业发展状况

一、2009-2010年美国小商品行业发展分析

二、2009-2010年欧洲小商品行业发展分析

三、2009-2010年日本小商品行业发展分析

四、2009-2010年韩国小商品行业发展分析

第二章 我国小商品行业发展现状

第一节 我国小商品行业发展现状

一、小商品行业品牌发展现状

二、小商品行业消费市场现状

三、小商品市场消费层次分析

四、我国小商品市场走向分析

第二节 我国小商品行业发展状况

一、2009年中国小商品行业发展回顾

二、2009年小商品行业发展情况分析

三、2009年我国小商品市场特点分析

四、2010年我国小商品市场发展分析

第三节 中国小商品行业供需分析

一、2009年中国小商品市场供给总量分析

二、2009年中国小商品市场供给结构分析

三、2010年中国小商品市场需求总量分析

四、2010年中国小商品市场需求结构分析

五、2010年中国小商品市场供需平衡分析

第三章 中国小商品行业经济运行分析

第一节 2009-2010年小商品行业运行情况分析

一、2009年小商品行业经济指标分析

二、2010年小商品行业经济指标分析

第二节 2009-2010年小商品行业产量分析

一、2009年我国小商品产品产量分析

二、2010年我国小商品产品产量分析

第三节 2009年小商品行业进出口分析

一、2009年小商品行业进口总量及价格

二、2009年小商品行业出口总量及价格

三、2009年小商品行业进出口数据统计

四、2010-2015年小商品进出口态势展望

第四章 小商品子产业发展分析

第一节 家居小商品行业

一、2009-2010年我国雨伞市场发展分析

二、2009-2010年我国锁具市场发展分析

三、2009-2010年中国钟表业市场发展分析

四、2009-2010年我国眼镜业市场发展分析

五、2009-2010年中国剃须刀片市场发展分析

六、2009-2010年我国移动电话机市场发展分析

第二节 玩具市场发展分析

一、我国玩具产业基本概况

二、我国玩具产业发展的历史和现状

三、2010年暑假玩具市场消费分析

四、我国玩具营销分析

五、不同年龄阶段的儿童玩具消费特点

六、中国玩具业的市场整合分析

七、我国玩具市场前景分析

第三节 礼品市场发展分析

一、2010年礼品市场分析

二、近年来我国礼品出口情况

三、我国礼品市场营销分析

第四节 饰品市场发展分析

一、我国饰品市场情况

二、我国饰品细分市场发展分析

三、沈阳中低档饰品市场发展情况

第五节 其他小商品市场发展分析

- 一、2010年国内外毛巾市场发展分析
- 二、我国毛巾市场发展问题
- 三、我国领带业市场发展分析
- 四、我国拉链产业市场发展分析
- 五、我国文具市场发展分析
- 六、中国洗发水市场发展分析

第五章 中国小商品行业区域市场分析

第一节 华北地区小商品行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区小商品行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区小商品行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区小商品行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区小商品行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区小商品行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第七节 西北地区小商品行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第六章 小商品行业投资与发展前景分析

第一节 2009年小商品行业投资情况分析

- 一、2009年小商品行业总体投资结构
- 二、2009年小商品行业投资规模情况
- 三、2009年小商品行业投资增速情况
- 四、2009年小商品分行业投资分析
- 五、2009年小商品分地区投资分析

第二节 小商品行业投资机会分析

- 一、小商品投资项目分析
- 二、可以投资的小商品模式
- 三、2010年小商品投资机会
- 四、2010年小商品细分行业投资机会
- 五、2010年小商品投资新方向

第三节 小商品行业发展前景分析

- 一、小商品市场发展前景分析
- 二、我国小商品市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代小商品市场的发展前景
- 四、2010年小商品市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年小商品市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 小商品行业竞争格局分析

第一节 小商品行业集中度分析

- 一、小商品市场集中度分析
- 二、小商品企业集中度分析
- 三、小商品区域集中度分析

第二节 小商品行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 小商品行业竞争格局分析

- 一、2009年小商品行业竞争分析
- 二、2009年中外小商品产品竞争分析
- 三、2009-2010年国内外小商品竞争分析
- 四、2009-2010年我国小商品市场竞争分析
- 五、2009-2010年我国小商品市场集中度分析
- 六、2010-2015年国内主要小商品企业动向

第八章 2010-2015年中国小商品行业发展形势分析

第一节 小商品行业发展概况

- 一、小商品行业发展特点分析
- 二、小商品行业投资现状分析
- 三、小商品行业总产值分析

四、小商品行业技术发展分析

第二节 2009-2010年小商品行业市场情况分析

一、小商品行业市场发展分析

二、小商品市场存在的问题

三、小商品市场规模分析

第三节 2009-2010年小商品产销状况分析

一、小商品产量分析

二、小商品产能分析

三、小商品市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国小商品行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国小商品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国小商品行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国小商品行业财务指标总体分析

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 小商品行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年小商品原材料价格走势

二、2009-2010年小商品行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2009-2010年小商品行业产销情况
- 二、2009-2010年小商品行业库存情况
- 三、2009-2010年小商品行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2009-2010年小商品行业价格走势
- 二、2009-2010年小商品行业营业收入情况
- 三、2009-2010年小商品行业毛利率情况
- 四、2009-2010年小商品行业赢利能力
- 五、2009-2010年小商品行业赢利水平
- 六、2010-2015年小商品行业赢利预测

第十一章 小商品行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国小商品行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国小商品行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国小商品行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国小商品行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 小商品重点企业发展分析

第一节 浙江中国小商品城集团股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第二节 中国临沂小商品城

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第三节 中韩国际小商品城

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 小商品行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 小商品行业投资效益分析

一、2009年小商品行业投资状况分析

二、2009年小商品行业投资效益分析

三、2010-2015年小商品行业投资方向

四、2010-2015年小商品行业投资建议

第四节 小商品行业投资策略研究

- 一、2009年小商品行业投资策略
- 二、2010年小商品行业投资策略
- 三、2010-2015年小商品行业投资策略
- 四、2010-2015年小商品细分行业投资策略

第十四章 小商品行业投资风险预警

第一节 影响小商品行业发展的主要因素

- 一、2010年影响小商品行业运行的有利因素
- 二、2010年影响小商品行业运行的稳定因素
- 三、2010年影响小商品行业运行的不利因素
- 四、2010年我国小商品行业发展面临的挑战
- 五、2010年我国小商品行业发展面临的机遇

第二节 小商品行业投资风险预警

- 一、2010-2015年小商品行业市场风险预测
- 二、2010-2015年小商品行业政策风险预测
- 三、2010-2015年小商品行业经营风险预测
- 四、2010-2015年小商品行业技术风险预测
- 五、2010-2015年小商品行业竞争风险预测
- 六、2010-2015年小商品行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 小商品行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国小商品市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国小商品市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国小商品发展趋势分析

第二节 2010-2015年小商品产品发展趋势分析

- 一、2010-2015年小商品产品技术趋势分析
- 二、2010-2015年小商品产品价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国小商品行业供需预测

- 一、2008-2012年中国小商品供给预测
- 二、2010-2015年中国小商品需求预测

三、2010-2015年中国小商品价格预测

第四节 2010-2015年小商品行业规划建议

一、小商品行业"十一五"整体规划

二、小商品行业"十二五"规划预测

三、2010-2015年小商品行业规划建议

第十六章 小商品企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、小商品价格策略分析

二、小商品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高小商品企业竞争力的策略

一、提高中国小商品企业核心竞争力的对策

二、小商品企业提升竞争力的主要方向

三、影响小商品企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高小商品企业竞争力的策略

第四节 对我国小商品品牌的战略思考

一、小商品实施品牌战略的意义

二、小商品企业品牌的现状分析

三、我国小商品企业的品牌战略

四、小商品品牌战略管理的策略

图表目录

图表：小商品产业链分析

图表：小商品行业生命周期

图表：2009-2010年中国小商品行业市场规模

图表：2009-2010年全球小商品产业市场规模

图表：2009-2010年小商品重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国小商品行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国小商品行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国小商品行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国小商品竞争力分析

图表：2010-2015年中国小商品市场前景预测

图表：2010-2015年中国小商品市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国小商品发展前景预测

图表：2009-2010年7月小商品行业销售成本分析

图表：2009-2010年7月小商品行业销售费用分析

图表：2009-2010年7月小商品行业管理费用分析

图表：2009-2010年7月小商品行业财务费用分析

图表：2009-2010年7月小商品行业销售及利润分析

图表：2009-2010年7月小商品行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年7月小商品行业销售利润率分析

图表：2009-2010年7月小商品行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年7月小商品行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年7月小商品行业资产分析

图表：2009-2010年7月小商品行业负债分析

图表：2009-2010年7月小商品行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年7月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年7月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-12月我国小商品产品进口数据

图表：2009年1-12月我国小商品产品出口数据

图表：2009年1月我国小商品产品进口数据

图表：2009年1月我国小商品产品出口数据

图表：2009年2月我国小商品产品进口数据

图表：2009年2月我国小商品产品出口数据

图表：2009年3月我国小商品产品进口数据

图表：2009年3月我国小商品产品出口数据

图表：2009年4月我国小商品产品进口数据

图表：2009年4月我国小商品产品出口数据

图表：2009年5月我国小商品产品进口数据

图表：2009年5月我国小商品产品出口数据

图表：2009年6月我国小商品产品进口数据

图表：2009年6月我国小商品产品出口数据

图表：2009年7月我国小商品产品进口数据

图表：2009年7月我国小商品产品出口数据

图表：2009年8月我国小商品产品进口数据

图表：2009年8月我国小商品产品出口数据

图表：2009年9月我国小商品产品进口数据

图表：2009年9月我国小商品产品出口数据

图表：2009年10月我国小商品产品进口数据

图表：2009年10月我国小商品产品出口数据

图表：2009年11月我国小商品产品进口数据

图表：2009年11月我国小商品产品出口数据

图表：2009年12月我国小商品产品进口数据

图表：2009年12月我国小商品产品出口数据

图表：2009-2010年7月中国小商品行业国有企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国小商品行业集体企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国小商品行业股份合作制企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国小商品行业股份制企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国小商品行业私营企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国小商品行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国小商品行业其他类型企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业累计工业总产值对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业累计产品销售收入对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业累计资产总计对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业累计利润总额对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业累计工业总产值增长对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业累计利润总额增长对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业产销率对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业流动资产周转次数对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业人均销售率对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业亏损面对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业销售利润率对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制小商品企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月小商品产品产量全国统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量北京市统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量天津市统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量河北省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量吉林省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量上海市统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量江苏省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量浙江省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量安徽省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量福建省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量江西省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量山东省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量河南省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量湖北省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量湖南省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量广东省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量广西区统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量海南省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量四川省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量云南省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量陕西省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量青海省统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月小商品产品产量新疆区统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量全国统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量北京市统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量天津市统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量河北省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量吉林省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量上海市统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量江苏省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量浙江省统计 艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年小商品行业运营态势前景分析及投资风险预测报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

图表：2010年1-7月小商品产品产量安徽省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量福建省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量江西省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量山东省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量河南省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量湖北省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量湖南省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量广东省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量广西区统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量海南省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量四川省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量云南省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量陕西省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量青海省统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-7月小商品产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/159999.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。