



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国小商品行业供需预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国小商品行业供需预测及投资战略研究报告》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/194084.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

近几年来，小商品行业发展速度越来越快，而随着我国社会经济的发展的提速，但却没有全国性的品牌，虽然有不少小商品品牌拥有成熟经营机制和市场规划，短期内还难以成为市场领导型品牌，其原因都出在销售渠道上，其中最主要的是准入门槛偏低。

目前，国内小商品批发市场约16500家，却还没有一家全国性品牌，这些市场主要集中在北京、江浙、福建、广东四大区域，以区域品牌为主，大部分市场规模在百万元左右，产品主要是内销。

我国目前的小商品批发需求容量每年在350亿元以上。而目前，把所有所谓的品牌的年销售额加起来，还不到100亿元人民币，差距出在哪？这值得每一个小商品批发人反思！有关专家认为，中国少数领导性品牌的年销量应在240亿元以上，而绝对领导品牌最少年销售额应在100亿元以上，这才算市场成熟，可见我国小商品批发市场还很不成熟。

受小商品批发行业竞争压力的影响，总体来看，当前我国小商品批发市场招商的标准偏低，很多市场纯粹是为招商而招商，对申请市场经营的商家的资质等方面考虑的挺少，一些中小市场甚至只要人家提出代理申请、交钱就与之达成合作关系。这种过于轻薄的做法是很不可取的。

招商是大多数小商品批发市场都在做的渠道扩张模式。招商的直接目的是为了能让小商品进入当地市场，但招商的最终目的是延伸品牌的销售渠道，最终取得效益。市场招商要从市场发展的长远大局来考虑，不能满足于一时之利。

一个市场品牌在某地的经销商通常是一两个，那么这一两个经销商的形象就是你的品牌在某地的形象，一个不合格的代理商将你的品牌形象毁坏，使当地成千上万的潜在消费者对你的品牌丧失信息。小商品品牌想要做大做强，品牌招商环节上一定要高瞻远瞩，提高经营商的准入门槛，严把招商这一关，这样才能在市场竞争中脱颖而出，从而成为小商品行业的领导型品牌。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国小商品行业供需预测及投资战略研究报告》侧重对小商品行业运行环境、市场格局、产品市场供需、企业竞争的研究和行业发展趋势及市场规模增长的预测。通过研究小商品行业市场的特征、竞争态势、市场现状及预测，使企业和投资者对小商品行业整个市场的脉络更为清晰，从而保证投资者做出更为正确的决策。

第一章 2011年中国小商品市场运行环境解析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

第二节2011年中国小商品行业政策环境分析

一、《小商品分类指南》编制

二、《小商品分类与代码》获商务部批准并公布

三、第二批制笔行业标准

四、浙江海关新法

第三节 2011年中国小商品行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第二章 2011年中国小商品产业概述

第一节 小商品经济技术特点分析

一、小商品生产的工艺与技术研究

二、小商品需求特点

三、小商品市场结构分析

第二节 小商品市场与专业市场联系分析

一、小商品市场与集贸市场、专业市场的界分

二、专业市场的分类

三、小商品综合性专业市场探讨

第三节 小商品市场的交易效率探讨

一、小商品市场的专业化经济

二、小商品市场的信息规模经济

三、小商品市场的外部规模经济

第三章 2011年中国小商品市场运行新形势透析

第一节 我国小商品市场经济效应探讨

- 一、义乌小商品市场的"斯密悖论"效应
- 二、小商品市场的规模经济效应
- 三、小商品市场的范围经济效应

第二节 2011年中国小商品市场供给情况分析

- 一、信息产业类小商品供给分析
- 二、轻工业类小商品供给分析
- 三、纺织业类小商品供给分析
- 四、化学工业类小商品供给分析

第三节 2011年中国小商品市场发展探讨

- 一、我国文化小商品实现集群化发展探讨
- 二、我国小商品价格变化探讨
- 三、我国小商品市场营销策略探讨

第四节 2011年我国义乌小商品市场动态分析

- 一、义乌:零售业不能再是"短腿"
- 二、旅游商品开发明显发力 国家级研发基地落户义乌
- 三、义乌市场虎玩具提前贺岁
- 四、近两年义乌小商品市场成交额分析

第四章 2011年中国小商品细分市场运行态势分析

第一节 家居小商品行业

- 一、我国雨伞市场发展分析
- 二、我国锁具市场发展分析
- 三、中国钟表业市场发展分析
- 四、我国眼镜业市场发展分析
- 五、中国剃须刀片市场发展分析
- 六、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、2011年礼品市场分析

二、近年来我国礼品出口情况

三、2011年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、2011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 2011年中国小商品重点区域市场运行分析

第一节 广东省小商品市场发展情况

一、佛山市盐步小商品市场发展情况

二、东莞市虎门小商品批发市场分析

三、深圳市小商品市场发展动态

第二节 浙江省小商品市场发展分析

一、义乌小商品市场概况

二、义乌小商品市场建设情况

三、东阳小商品市场发展分析

四、义乌小商品市场和东阳小商品市场竞争分析

五、浙江永康市小商品市场建设情况

六、台州市小商品市场发展情况

第三节 沈阳市小商品市场发展情况

- 一、沈阳五爱小商品市场简介
- 二、沈阳五爱小商品市场发展历史
- 三、沈阳五爱小商品市场建设和招商情况

第四节 山东省小商品市场发展分析

- 一、青岛市小港湾小商品市场发展分析
- 二、2011年莱芜市小商品市场发展情况

第五节 其他地区小商品市场发展分析

- 一、上海市
- 二、石家庄市
- 三、天津市
- 四、厦门市
- 五、武汉市
- 六、齐齐哈尔市

第六章 2011年中国小商品进出口贸易分析

第一节 2011年中国小商品进出口贸易综述

- 一、我国小商品市场贸易特点
- 二、我国与欧洲小商品国际贸易新情况
- 三、义乌小商品出口情况分析
- 四、国家退税率下调义乌小商品出口的影响

第二节 2006-2010年中国小商品细分产品进出口数据监测

- 一、帽里硬衬布进出口数据分析
- 二、分电器及点火线圈进出口数据分析
- 三、伞及伞骨进出口数据分析
- 四、野禽羽毛制花、叶、果实及其制品进出口数据分析

第七章 2011年中国小商品行业竞争新格局透析

第一节 2011年中国小商品市场竞争分析

- 一、小商品产品的竞争优势
- 二、中国小商品城与沃尔玛核心竞争力比较
- 三、小商品市场竞争力的构建

第二节 2011年中国小商品市场集中度分析

第三节 2012-2016年中国小商品市场竞争趋势探析

第八章 2011年中国重点小商品企业竞争力对比分析

第一节 浙江中国小商品城集团股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2011年公司成长性分析

三、2008-2011年公司财务能力分析

四、2008-2011年公司偿债能力分析

五、2008-2011年公司现金流量分析表

六、2008-2011年公司经营能力分析

七、2008-2011年公司盈利能力分析

第二节 中国临沂小商品城

一、基本概况

二、竞争力体现析

三、运营状况分析

四、未来发展战略分析

第三节 中韩国际小商品城

一、基本概况

二、竞争力体现析

三、运营状况分析

四、未来发展战略分析

第九章 2012-2016年中国小商品业投资战略解析

第一节 2011年中国小商品业投资概况

一、2011年中国小商品投资特性

二、2011年中国小商品投资环境分析

第二节 2012-2016年中国小商品市场投资机会分析

一、小商品市场投资热潮分析

二、小商品城抵御机构投资分析

三、童装市场的投资潜力分析

四、金饰品投资吸引力分析

第三节 2012-2016年中国小商品市场风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节 权威专家投资建议

第十章 2012-2016年中国小商品业趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国小商品市场发展总体趋势

一、小商品批发市场兴起趋势

二、中国小商品未来发展前景广阔

三、2012-2016年中国小商品发展方向探讨

第二节 2012-2016年中国小商品子行业发展趋势

一、我国眼镜业发展趋势

二、玩具研发趋势

三、我国北方礼品市场发展趋势

四、中国饰品市场流行趋势

五、毛巾行业市场的发展趋势

六、我国童装消费趋势

第三节 2012-2016年小商品市场预测分析

一、2012-2016年中国小商品市场规模预测分析

二、2012-2016年中国小商品市场供需预测分析

三、2012-2016年中国小商品进出口贸易预测分析

第四节 2012-2016年中国小商品市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表 2005-2011年上半年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2009.04-2011.06年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表 2005-2011年上半年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2011年上半年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2009-2011年一季度我国工业增加值分季度增速

图表 2005-2011年上半年我国全社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2011年上半年我国财政收入支出走势图

图表 2011年美元兑人民币汇率中间价

图表 2009-2011年上半年中国货币供应量月度走势图

图表 2001-2011年6月中国外汇储备走势图

图表 1990-2011年央行存款利率调整统计表

图表 1990-2011年央行贷款利率调整统计表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2011年上半年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2011年上半年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2011年上半年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 2005-2010年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表 2001-2010年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2010年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 2006-2010年中国帽里硬衬布进出口数量分析

图表 2006-2010年中国帽里硬衬布进出口金额分析

图表 2006-2010年中国帽里硬衬布进出口平均单价分析

图表 2006-2010年中国帽里硬衬布进出口国家及地区分析

图表 2006-2010年中国分电器及点火线圈进出口数量分析

图表 2006-2010年中国分电器及点火线圈进出口金额分析

图表 2006-2010年中国分电器及点火线圈进出口平均单价分析

图表 2006-2010年中国分电器及点火线圈进出口国家及地区分析

图表 2006-2010年中国伞及伞骨进出口数量分析

图表 2006-2010年中国伞及伞骨进出口金额分析

图表 2006-2010年中国伞及伞骨进出口平均单价分析

图表 2006-2010年中国伞及伞骨进出口国家及地区分析

图表 2006-2010年中国野禽羽毛制花、叶、果实及其制品进出口数量分析

图表 2006-2010年中国野禽羽毛制花、叶、果实及其制品进出口金额分析

图表 2006-2010年中国野禽羽毛制花、叶、果实及其制品进出口平均单价分析
图表 2006-2010年中国野禽羽毛制花、叶、果实及其制品进出口国家及地区分析
图表 2008-2011年浙江中国小商品城集团股份有限公司成长性分析
图表 2008-2011年浙江中国小商品城集团股份有限公司财务能力分析
图表 2008-2011年浙江中国小商品城集团股份有限公司经营效率分析
图表 2008-2011年浙江中国小商品城集团股份有限公司偿债能力分析
图表 2008-2011年浙江中国小商品城集团股份有限公司现金流量分析表
图表 2008-2011年浙江中国小商品城集团股份有限公司经营能力分析
图表 2008-2011年浙江中国小商品城集团股份有限公司盈利能力分析
图表 2012-2016年中国小商品市场规模预测分析
图表 2012-2016年中国小商品市场供需预测分析
图表 2012-2016年中国小商品进出口贸易预测分析
图表 2012-2016年中国小商品市场盈利预测分析

通过《2012-2016年中国小商品行业供需预测及投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/194084.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专业提供投资咨询报告、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。