



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国小五金产业发展现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国小五金产业发展现状及市场监测报告》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/282365.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

在现代市场经济活动中，信息已经是小五金系统行业的重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了。小五金系统企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着小五金系统行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的小五金系统企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 2015年世界小五金产品行业发展态势分析 15

#### 第一节 2015年世界小五金产品市场发展状况分析 15

##### 一、世界小五金产品行业特点分析 15

##### 二、世界小五金产品市场需求分析 15

#### 第二节 2015年全球小五金产品市场分析 17

##### 一、2015年全球小五金产品需求分析 17

##### 二、2015年全球小五金产品产销分析 17

##### 三、2015年中外小五金产品市场对比 17

### 第二章 中国小五金产品行业发展概况分析 19

#### 第一节 中国小五金产品行业发展总体概况 19

#### 第二节 中国小五金产品产业发展成就 19

#### 第三节 中国小五金产品行业发展前景简析 20

### 第三章 金融危机下小五金产品行业宏观经济环境分析 21

#### 第一节 2012-2015年全球经济环境分析 21

##### 一、2015年全球经济运行概况 21

##### 二、2017-2022年全球经济形势预测 21

#### 第二节 金融危机对全球经济的影响 22

##### 一、国际金融危机发展趋势及其国际影响 22

##### 二、对各国实体经济的影响 23

#### 第三节 金融危机对中国经济的影响 25

##### 一、金融危机对中国实体经济的影响 25

##### 二、金融危机影响下的主要行业 26

##### 三、中国宏观经济政策变动及趋势 27

#### 第四节 2012-2015年中国宏观经济环境分析 28

##### 一、2015年中国宏观经济运行概况 28

##### 二、2017-2022年中国宏观经济趋势预测 31

### 第四章 2015年小五金产品产业相关行业发展概况 32

#### 第一节 上游行业市场发展分析 32

##### 一、发展现状 32

##### 二、发展趋势预测 35

##### 三、市场现状分析 36

##### 四、行业最新动态及其对小五金产品行业的影响 39

##### 五、行业竞争状况及其对小五金产品行业的意义 39

#### 第二节 下游行业市场发展分析 40

##### 一、发展现状 40

##### 二、发展趋势预测 41

##### 三、市场现状分析 41

##### 四、行业最新动态及其对小五金产品行业的影响 42

##### 五、行业竞争状况及其对小五金产品行业的意义 43

### 第五章 2015年中国小五金产品行业发展概况 47

#### 第一节 2015年中国小五金产品行业发展态势分析 47

#### 第二节 2015年中国小五金产品行业发展特点分析 47

第三节 2015年中国小五金产品行业市场供需分析 47

第四节 2015年中国小五金产品行业价格分析 49

第六章 2015年中国小五金产品行业整体运行状况 50

第一节 2015年小五金产品行业产销分析 50

第二节 2015年小五金产品行业盈利能力分析 50

第三节 2015年小五金产品行业偿债能力分析 51

第四节 2015年小五金产品行业营运能力分析 51

第七章 2015年中国小五金产品产业政策环境分析 52

第一节 国际小五金产品行业相关政策法规 52

第二节 国际小五金产品行业相关政策解读 52

第三节 中国小五金产品行业相关政策法规 52

第四节 中国小五金产品行业相关政策解读 54

第八章 小五金产品出口分析及预测

第一节 小五金产品历史出口总体分析 55

一、小五金产品出口总量历史汇总 55

二、小五金产品出口价格历史汇总 55

第二节 小五金产品历史出口月度分析 56

一、小五金产品出口总量月度走势 56

二、小五金产品出口价格月度走势 56

第三节 小五金产品出口量预测 57

一、小五金产品出口总量预测 57

二、小五金产品出口金额预测 58

第四节 小五金产品出口价格预测 58

第九章 2013-2015年中国小五金产品产业行业重点区域运行分析 59

第一节 2013-2015年华东地区小五金行业运行情况 59

一、华东地区小五金行业产销分析 59

二、华东地区小五金行业盈利能力分析 59

三、华东地区小五金行业偿债能力分析 59

四、华东地区小五金行业营运能力分析	60
第二节 2012-2015年华南地区小五金行业运行情况	60
一、华南地区小五金行业产销分析	60
二、华南地区小五金行业盈利能力分析	60
三、华南地区小五金行业偿债能力分析	61
四、华南地区小五金行业营运能力分析	61
第三节 2013-2015年华中地区小五金行业运行情况	61
一、华中地区小五金行业产销分析	61
二、华中地区小五金行业盈利能力分析	61
三、华中地区小五金行业偿债能力分析	62
四、华中地区小五金行业营运能力分析	62
第四节 2013-2015年华北地区小五金行业运行情况	62
一、华北地区小五金行业产销分析	62
二、华北地区小五金行业盈利能力分析	63
三、华北地区小五金行业偿债能力分析	63
四、华北地区小五金行业营运能力分析	63
第五节 2013-2015年西北地区小五金行业运行情况	64
一、西北地区小五金行业产销分析	64
二、西北地区小五金行业盈利能力分析	64
三、西北地区小五金行业偿债能力分析	64
四、西北地区小五金行业营运能力分析	65
第六节 2013-2015年西南地区小五金行业运行情况	65
一、西南地区小五金行业产销分析	65
二、西南地区小五金行业盈利能力分析	65
三、西南地区小五金行业偿债能力分析	66
四、西南地区小五金行业营运能力分析	66
第七节 2013-2015年东北地区小五金行业运行情况	66
一、东北地区小五金行业产销分析	66
二、东北地区小五金行业盈利能力分析	66
三、东北地区小五金行业偿债能力分析	67
四、东北地区小五金行业营运能力分析	67
第八节 主要省市集中度及竞争力分析	67

## 第十章 2015年中国小五金产品行业市场竞争格局分析 69

### 第一节 小五金产品行业主要竞争因素分析 69

- 一、行业内企业竞争 69
- 二、潜在进入者 69
- 三、替代产品威胁 69
- 四、供应商议价能力 70
- 五、需求客户议价能力 70

### 第二节 小五金产品企业国际竞争力比较 70

- 一、生产要素 70
- 二、市场需求 70
- 三、关联行业 72
- 四、企业结构与战略 72
- 五、政府扶持力度 72

### 第三节 小五金产品行业竞争格局分析 73

- 一、小五金产品行业集中度分析 73
- 二、小五金产品行业竞争程度分析 73

### 第四节 小五金产品行业竞争策略分析 74

- 一、金融危机对行业竞争格局的影响 74
- 二、2015年小五金产品行业竞争策略分析 74
- 三、2017-2022年小五金产品行业竞争格局展望 75

## 第十一章 2015年中国小五金产品行业重点企业竞争力分析 77

### 第一节 杭州巨星科技股份有限公司 77

- 一、公司基本情况 77
- 二、公司主要财务指标分析 78
  - (一) 企业偿债能力分析 78
  - (二) 企业运营能力分析 79
  - (三) 企业盈利能力分析 82
- 三、公司投资情况 83
- 四、公司未来战略分析 84

### 第二节 德州国强五金制品有限公司 84

一、公司基本情况	84
二、公司主要财务指标分析	84
（一）企业偿债能力分析	84
（二）企业运营能力分析	86
（三）企业盈利能力分析	89
三、公司投资情况	90
四、公司未来战略分析	90
第三节 江苏宏宝五金股份有限公司	91
一、公司基本情况	91
二、公司主要财务指标分析	91
（一）企业偿债能力分析	91
（二）企业运营能力分析	93
（三）企业盈利能力分析	96
三、公司投资情况	97
四、公司未来战略分析	98
第四节 广东雅洁五金有限公司	98
一、公司基本情况	98
二、公司主要财务指标分析	99
（一）企业偿债能力分析	99
（二）企业运营能力分析	101
（三）企业盈利能力分析	104
三、公司投资情况	105
四、公司未来战略分析	106
第五节 奥捷集团	106
一、公司基本情况	106
二、公司主要财务指标分析	106
（一）企业偿债能力分析	106
（二）企业运营能力分析	108
（三）企业盈利能力分析	111
三、公司投资情况	112
四、公司未来战略分析	112



## 第十二章 金融危机下中国小五金产品行业投资分析及建议 114

### 第一节 投资机遇分析 114

- 一、中国经济的率先复苏对行业的支撑 114
- 二、小五金产品行业企业在危机中的竞争优势 114
- 三、金融危机促使行业内优胜劣汰速度加快 115

### 第二节 投资风险分析 115

- 一、同业竞争风险 115
- 二、市场贸易风险 116
- 三、行业金融信贷市场风险 116
- 四、产业政策变动风险 117

### 第三节 行业应对策略 117

- 一、把握国家宏观政策契机 117
- 二、战略合作联盟的实施 118
- 三、企业自身应对策略 121

### 第四节 重点客户战略的实施 121

- 一、实施重点客户战略的必要性 121
- 二、合理确立重点客户 122
- 三、强化重点客户的管理 123
- 四、对重点客户的营销策略 125
- 五、实施重点客户战略中需重点解决的问题 126

## 第十三章 小五金产品行业发展趋势与投资战略研究 133

### 第一节 小五金产品市场发展潜力分析 133

- 一、市场空间广阔 133
- 二、竞争格局变化 133
- 三、高科技应用带来新生机 133

### 第二节 小五金产品行业发展趋势分析 134

- 一、品牌格局趋势 134
- 二、渠道分布趋势 134
- 三、消费趋势分析 135

### 第三节 小五金产品行业发展战略研究 135

- 一、战略综合规划 135

二、技术开发战略	137
三、区域战略规划	137
四、产业战略规划	138
五、营销品牌战略	139
六、竞争战略规划	140
第四节 对我国小五金产品品牌的战略思考	142
一、企业品牌的重要性	142
二、小五金产品实施品牌战略的意义	143
三、小五金产品企业品牌的现状分析	144
四、我国小五金产品企业的品牌战略	144
五、小五金产品品牌战略管理的策略	144

#### 图表目录：

图表 1	2015年世界主要经济体GDP及增长率	23
图表 2	2013-2015年国内生产总值季度累计同比增长率（%）	28
图表 3	2013-2015年工业增加值月度同比增长率（%）	29
图表 4	2013-2015年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）	30
图表 5	2013-2015年我国小五金行业工业总产值及增长情况	48
图表 6	2013-2015年我国小五金行业工业总产值及增长对比	48
图表 7	2013-2015年我国小五金行业销售收入及增长情况	50
图表 8	2013-2015年我国小五金行业销售收入及增长对比	50
图表 9	2013-2015年我国小五金行业销售毛利率	50
图表 10	2013-2015年我国小五金行业资产负债率	51
图表 11	2013-2015年我国小五金行业总资产周转率	51
图表 12	2013-2015年我国小五金行业出口额及增长对比	55
图表 13	2013-2015年我国小五金行业出口额及增长情况	56
图表 14	近3年杭州巨星科技股份有限公司资产负债率变化情况	78
图表 15	近3年杭州巨星科技股份有限公司产权比率变化情况	79
图表 16	近3年杭州巨星科技股份有限公司固定资产周转次数情况	80
图表 17	近3年杭州巨星科技股份有限公司流动资产周转次数变化情况	81
图表 18	近3年杭州巨星科技股份有限公司总资产周转次数变化情况	82
图表 19	近3年杭州巨星科技股份有限公司销售毛利率变化情况	82

图表 20 近3年德州国强五金制品有限公司资产负债率变化情况 85

图表 21 近3年德州国强五金制品有限公司产权比率变化情况 86

图表 22 近3年德州国强五金制品有限公司固定资产周转次数情况 87

图表 23 近3年德州国强五金制品有限公司流动资产周转次数变化情况 88

图表 24 近3年德州国强五金制品有限公司总资产周转次数变化情况 88

图表 25 近3年德州国强五金制品有限公司销售毛利率变化情况 89

图表 26 近3年江苏宏宝五金股份有限公司资产负债率变化情况 92

图表 27 近3年江苏宏宝五金股份有限公司产权比率变化情况 93

图表 28 近3年江苏宏宝五金股份有限公司固定资产周转次数情况 94

图表 29 近3年江苏宏宝五金股份有限公司流动资产周转次数变化情况 94

图表 30 近3年江苏宏宝五金股份有限公司总资产周转次数变化情况 95

图表 31 近3年江苏宏宝五金股份有限公司销售毛利率变化情况 96

图表 32 近3年广东雅洁五金有限公司资产负债率变化情况 99

图表 33 近3年广东雅洁五金有限公司产权比率变化情况 100

图表 34 近3年广东雅洁五金有限公司固定资产周转次数情况 101

图表 35 近3年广东雅洁五金有限公司流动资产周转次数变化情况 102

图表 36 近3年广东雅洁五金有限公司总资产周转次数变化情况 103

图表 37 近3年广东雅洁五金有限公司销售毛利率变化情况 104

图表 38 近3年奥捷集团资产负债率变化情况 107

图表 39 近3年奥捷集团产权比率变化情况 108

图表 40 近3年奥捷集团固定资产周转次数情况 109

图表 41 近3年奥捷集团流动资产周转次数变化情况 109

图表 42 近3年奥捷集团总资产周转次数变化情况 110

图表 43 近3年奥捷集团销售毛利率变化情况 111

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282365.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](http://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。