

2013-2017年中国小商品行业供需预测与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2013-2017年中国小商品行业供需预测与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/V8189412FP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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。2011年义乌中国小商品城成交额515.12亿元，同比增长12.95%，这是义乌中国小商品城成交额自1991年以来连续21年居全国专业市场榜首。

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。

智研数据研究中心发布的《2013-2017年中国小商品供需预测与战略咨询报告》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。

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。

第一章 2012年中国小商品市场运行环境解析

第一节 2012年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012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
- 五、粤深小商品协会获110亿元授信

第三节 2012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 2012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 2012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年中国篇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 2012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、我国小商品营销策略探讨

第四节 2012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
- 五、穆斯林商人投资10亿元打造青海小商品物流基地
- 六、新疆最大国际小商品城开工 总投资10亿元

第四章 2012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、2012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、2012年礼品市场分析

二、近年来我国礼品出口情况

三、2012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、2012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 2012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、2012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 2012年中国小商品进出口贸易分析

第一节 2012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 2006-2012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 2012年中国小商品行业竞争新格局透析

第一节 2012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 2012年中国小商品市场集中度分析

第三节 2013-2017年中国小商品市场竞争趋势探析

第八章 2012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、2008-2012年公司成长性分析
- 三、2008-2012年公司财务能力分析
- 四、2008-2012年公司偿债能力分析
- 五、2008-2012年公司现金流量分析表
- 六、2008-2012年公司经营能力分析
- 七、2008-2012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2013-2017年中国小商品业投资战略解析

第一节 2012年中国小商品业投资概况

- 一、2012年中国小商品投资特性
- 二、2012年中国小商品投资环境分析

第二节 2013-2017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 2013-2017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2013-2017年中国小商品业趋势预测分析

第一节 2013-2017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、2013-2017年中国小商品发展方向探讨

第二节 2013-2017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 2013-2017年小商品市场预测分析

- 一、2013-2017年中国小商品市场规模预测分析

二、2013-2017年中国小商品市场供需预测分析
三、2013-2017年中国小商品进出口贸易预测分析
第四节 2013-2017年中国小商品市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表 2010-2012年中国帽里硬衬布进出口数量分析

图表 2010-2012年中国帽里硬衬布进出口金额分析

图表 2010-2012年中国帽里硬衬布进出口平均单价分析

图表 2010-2012年中国帽里硬衬布进出口国家及地区分析

图表 2010-2012年中国分电器及点火线圈进出口数量分析

图表 2010-2012年中国分电器及点火线圈进出口金额分析

图表 2010-2012年中国分电器及点火线圈进出口平均单价分析

图表 2010-2012年中国分电器及点火线圈进出口国家及地区分析

图表 2010-2012年中国伞及伞骨进出口数量分析

图表 2010-2012年中国伞及伞骨进出口金额分析

图表 2010-2012年中国伞及伞骨进出口平均单价分析

图表 2010-2012年中国伞及伞骨进出口国家及地区分析

图表 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司成长性分析

图表 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012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 2013-2017年中国小商品市场规模预测分析

图表 2013-2017年中国小商品市场供需预测分析

图表 2013-2017年中国小商品进出口贸易预测分析

图表 2013-2017年中国小商品市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/V8189412FP.html>