

2009-2012年小商品行业竞争格局与投资战略研究 咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年小商品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajjudiancanyin/6746267462.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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。

全球金融危机的阴霾仍未散去，位于浙江义乌的中国最大小商品集散地却表现出了增长势头。2009年上半年，义乌集贸市场成交额222.71亿元人民币，同比增长12.85%。上半年，以外贸为主导的义乌市场挽回了外贸进出口贸易的颓势，保持了正增长。1-5月份，义乌完成自营进出口78339万美元，同比增长4.03%，其中出口72258万美元，同比增长5.91%。6月份义乌小商品出口报关单2.7万票、集装箱4.9万个标箱，两项指标不仅高于去年同期12.5和6.5个百分点，也比上个月增长17.4%和14%。为帮助义乌小商品快速、方便地走出国门，杭州海关出台了“通关物流控制系统”、“区域集装箱物流联动系统”等措施。现在，义乌的出口企业可以自由选择金华海关辖区任意一个报关现场报关，可以就近选择任意一个查验点接受验放，来往港口的集装箱运输车往返均有货。最近推出的小商品“铁海联运”通关新模式，让小商品又多了一条“走铁路直通宁波港”的出口新通道。面对金融危机的冲击，义乌把2009年定为“市场开拓年”，在巩固现有市场同时，努力寻求新兴市场的开发。与此同时，义乌企业积极走出国门，到境外参加展会。2009年6月中旬，“义乌国际小商品博览会”首次从义乌移师阿联酋迪拜举办，参展的300多个义乌商户满载而归。办展一天半，意向成交额便达

到了2.36亿元人民币。义乌不少外贸企业还转战内贸市场，通过和国内连锁经销商合作、原创品牌和电子商务等方式开拓国内市场取得不错成效。对义乌市场十大行业抽样调查结果显示，不少行业已呈现较为景气的态势。化妆品类、五金类行业指数大幅回升，增幅超过20%；副食品类、日用百货类、工艺品类、玩具类行业指数涨幅均超过5%。

本研究咨询报告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等部门和机构公布和提供的大量数据资料，对我国小商品的行业市场结构状况、市场发展状况、区域市场发展状况和国际贸易状况进行了全面的分析。同时对我国小商品行业的竞争和发展趋势进行了深入的研究；还对我国小商品行业和企业的发展策略提出了独特的见解。是小商品企业、小商品行业投资机构和研究机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 小商品市场结构分析

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特点
- 二、小商品需求的特点
- 三、小商品市场结构的特点

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

第二章 我国小商品市场发展分析

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 2009年1-7月我国部分小商品产量统计

- 一、2009年1-7月信息产业类小商品产量统计
- 二、2009年1-7年轻工业类小商品产量统计

三、2009年1-7月纺织业类小商品产量统计

四、2009年1-7月化学工业类小商品产量统计

第三节 我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 2008-2009年我国义乌小商品市场运行分析

一、2008年义乌小商品市场运行情况

二、2009年上半年义乌小商品市场运行情况

三、2009年7月义乌小商品市场运行情况

四、2009年8月义乌小商品市场运行情况

第三章 我国小商品市场发展研究

第一节 2008年我国小商品市场发展研究

一、2008年1季度我国小商品市场研究

二、2008年2季度我国小商品市场研究

三、2008年3季度我国小商品市场研究

四、2008年4季度我国小商品市场研究

第二节 2009年我国小商品市场情况

一、2009年上半年我国小商品产销情况

二、2009年上半年我国小商品市场价格情况

三、2009年上半年重点城市小商品市场发展情况

四、2009年上半年我国小商品市场发展情况

第三节 2009年我国小商品市场结构和价格走势分析

一、2009年上半年我国小商品市场结构和价格走势概述

二、2009年上半年我国小商品市场结构分析

三、2009年上半年我国小商品市场价格走势分析

第四节 2009年我国小商品业市场发展特点分析

一、2009年上半年我国小商品市场格局特点

二、2009年上半年我国小商品产品创新特点

三、2009年上半年我国小商品市场服务特点

四、2009年上半年我国小商品市场品牌特点

第四章 小商品子产业市场发展分析

第一节 家居小商品行业

一、2009年我国雨伞市场发展分析

二、2009年我国锁具市场发展分析

- 三、2009年中国钟表业市场发展分析
- 四、2009年我国眼镜业市场发展分析
- 五、2009年中国剃须刀片市场发展分析
- 六、2009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、2009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、2009年礼品市场分析
 - 二、近年来我国礼品出口情况
 - 三、2008-2009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、2009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 我国小商品行业区域市场发展分析
 - 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、2008年义乌小商品市场建设情况

三、东阳小商品市场发展分析

四、2008年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、2009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 我国小商品国际贸易分析

第一节 2008年我国小商品进出口数据

一、2008年我国电器类小商品进出口数据

二、2008年我国帽类及其零件进出口数据

三、2008年我国雨伞及阳伞进出口数据

四、2008年我国羽毛制品和人造花、叶、果等进出口数据

第二节 我国小商品进出口分析

一、2009年上半年义乌小商品出口情况

二、我国与欧洲小商品国际贸易新情况

三、国家退税率下调义乌小商品出口的影响

四、2009年我国小商品市场贸易特点

第七章 中国小商品行业消费市场分析

第一节 中国小商品消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

第二节 小商品行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查
- 第三节 小商品市场消费需求分析
 - 一、小商品市场的消费需求变化
 - 二、小商品行业的需求情况分析
 - 三、2009年小商品品牌市场消费需求分析
- 第四节 小商品消费市场状况分析
 - 一、小商品行业消费特点
 - 二、小商品消费者分析
 - 三、小商品消费结构分析
 - 四、小商品消费的市场变化
 - 五、小商品市场的消费方向
- 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析
 - 一、价格敏感程度
 - 二、品牌的影响
 - 三、购买方便的影响
 - 四、广告的影响程度
 - 五、包装的影响程度
- 第二部分 行业竞争格局
- 第八章 小商品行业竞争分析
 - 第一节 我国小商品市场竞争分析
 - 一、小商品市场竞争现状
 - 二、中国小商品城与沃尔玛核心竞争力比较
 - 第二节 中国小商品产业竞争环境分析
 - 一、目前市场上的参与者之间的竞争
 - 二、有威胁的替代行业现状
 - 三、具有进入可能性或进入中的新参与者
 - 四、上游供应商、参与者与下游客户的关系
 - 第三节 2008-2009年中国小商品行业竞争分析及预测
 - 一、2008年小商品市场竞争情况分析
 - 二、2009年小商品市场竞争形势分析
 - 三、2008-2009年集中度分析及预测
 - 四、2008-2009年SWOT分析及预测
 - 五、2008-2009年进入退出状况分析及预测

六、2008-2009年生命周期分析及预测

第九章 小商品企业竞争策略分析

第一节 小商品市场竞争策略分析

一、2009年小商品市场增长潜力分析

二、2009年小商品主要潜力项目分析

三、现有小商品竞争策略分析

四、小商品潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 小商品企业竞争策略分析

一、金融危机对小商品行业竞争格局的影响

二、金融危机后小商品行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国小商品市场竞争趋势

四、2009-2012年小商品行业竞争格局展望

五、2009-2012年小商品行业竞争策略分析

六、2009-2012年小商品企业竞争策略分析

第十章 重点小商品企业分析

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、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 中国临沂小商品城

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 中韩国际小商品城

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 小商品行业发展趋势预测

第一节 小商品市场发展总体趋势

一、小商品批发市场兴起趋势

二、小商品批发市场的业态发展趋势

三、义乌市场竞争趋势

第二节 小商品行业前景分析

一、未来小商品的发展趋势展望

二、中国小商品未来发展前景广阔

三、2009年我国小商品产业发展趋势

四、2009年中国小商品市场发展预测

五、2009-2012年小商品发展方向探讨

六、2008-2011年小商品市场规模预测

第三节 2009-2012年小商品市场趋势分析

一、2008-2009年小商品市场趋势总结

二、2009-2012年小商品发展趋势分析

三、2009-2012年小商品市场发展空间

四、2009-2012年小商品产业政策趋向

五、2009-2012年小商品价格走势分析

第四节 2009-2012年小商品市场预测

一、2009-2012年小商品市场结构预测

二、2009-2012年小商品市场需求前景

三、2009-2012年小商品市场价格预测

四、2009-2012年小商品行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 小商品行业投资现状分析

第一节 2008年小商品行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年小商品行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十三章 小商品行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年小商品行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十四章 小商品行业投资机会与风险

第一节 小商品行业投资效益分析

一、2008-2009年小商品行业投资状况分析

二、2009-2012年小商品行业投资效益分析

三、2009-2012年小商品行业投资趋势预测

四、2009-2012年小商品行业的投资方向

五、2009-2012年小商品行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响小商品行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响小商品行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响小商品行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响小商品行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国小商品行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国小商品行业发展面临的机遇分析

第三节 小商品行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年小商品行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年小商品行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年小商品行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年小商品同业竞争风险及控制策略

五、2009-2012年小商品行业其他风险及控制策略

第十五章 小商品行业投资战略研究

第一节 小商品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对小商品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、小商品实施品牌战略的意义
- 三、小商品企业品牌的现状分析
- 四、小商品企业的品牌战略
- 五、小商品品牌战略管理的策略

第三节 小商品行业投资战略研究

- 一、2008年小商品行业投资战略
- 二、2009年小商品行业投资战略
- 三、2009-2012年小商品行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：2008年1-12月各类小商品产量全国合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量北京市合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量天津市合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量河北省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量山西省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量吉林省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量上海市合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量江苏省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量安徽省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量福建省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量江西省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量山东省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量河南省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量湖北省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量湖南省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量广东省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量广西区合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量海南省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量重庆市合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量四川省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量贵州省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量云南省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量陕西省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量新疆区合计

图表：2008年1-12月各类小商品产量内蒙古合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量全国合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量北京市合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量天津市合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量河北省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量山西省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量辽宁省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量吉林省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量黑龙江合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量上海市合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量江苏省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量浙江省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量安徽省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量福建省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量江西省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量山东省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量河南省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量湖北省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量湖南省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量广东省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量广西区合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量海南省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量重庆市合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量四川省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量贵州省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量云南省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量陕西省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量甘肃省合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量新疆区合计

图表：2009年1-6月各类小商品产量内蒙古合计

图表：2008年1月各类小商品进口数据分析

图表：2008年2月各类小商品进口数据分析

图表：2008年3月各类小商品进口数据分析

图表：2008年1季度各类小商品进口数据分析

图表：2008年4月各类小商品进口数据分析

图表：2008年5月各类小商品进口数据分析

图表：2008年6月各类小商品进口数据分析

图表：2008年2季度各类小商品进口数据分析

图表：2008年7月各类小商品进口数据分析

图表：2008年8月各类小商品进口数据分析

图表：2008年9月各类小商品进口数据分析

图表：2008年3季度各类小商品进口数据分析

图表：2008年10月各类小商品进口数据分析

图表：2008年11月各类小商品进口数据分析

图表：2008年12月各类小商品进口数据分析

图表：2008年4季度各类小商品进口数据分析

图表：2008年1-12月各类小商品进口数据分析

图表：2008年1月各类小商品出口数据分析

图表：2008年2月各类小商品出口数据分析

图表：2008年3月各类小商品出口数据分析

图表：2008年1季度各类小商品出口数据分析

图表：2008年4月各类小商品出口数据分析

图表：2008年5月各类小商品出口数据分析

图表：2008年6月各类小商品出口数据分析

图表：2008年2季度各类小商品出口数据分析

图表：2008年7月各类小商品出口数据分析

图表：2008年8月各类小商品出口数据分析

图表：2008年9月各类小商品出口数据分析

图表：2008年3季度各类小商品出口数据分析

图表：2008年10月各类小商品出口数据分析

图表：2008年11月各类小商品出口数据分析

图表：2008年12月各类小商品出口数据分析

图表：2008年4季度各类小商品出口数据分析

图表：2008年1-12月各类小商品出口数据分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajiudiancanyin/6746267462.html>