

# 2020-2026年中国日用五金 市场深度评估与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国日用五金市场深度评估与行业前景预测报告》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.cction.com/report/202008/183687.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

日用五金是在吃、穿、住、用等日常生活中使用的五金制品。多用金属材料制作。铁和青铜制作的锅、盆、刀、剪、针、油灯等是日用五金产品体系。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国日用五金市场深度评估与行业前景预测报告》共十二章。首先介绍了日用五金相关概念及发展环境，接着分析了中国日用五金规模及消费需求，然后对中国日用五金市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国日用五金面临的机遇及发展前景。您若想对中国日用五金有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章中国日用五金产品概述13

第一节产品定义、性能及应用特点13

第二节发展历程13

第二章国外市场日用五金14

第一节概述14

第二节亚洲地区主要国家市场概况14

第三节欧洲地区主要国家市场概况14

第四节美洲地区主要国家市场概况15

第三章中国日用五金环境分析16

第一节我国经济发展环境分析16

一、GDP历史变动轨迹16

三、进出口贸易历史变动轨迹18

四、我国宏观经济发展预测18

第二节行业相关政策、法规、标准19

一、中国相关环保规定19

## 二、国外相关环保规定20

## 第四章日用五金特性分析28

### 第一节集中度日用五金及预测28

### 第二节SWOT日用五金及预测31

#### 一、优势日用五金31

#### 二、劣势日用五金31

#### 三、机会日用五金32

#### 四、风险日用五金32

### 第三节进入退出状况日用五金及预测32

### 第四节替代品日用五金及预测33

## 第五章全球日用五金发展分析34

### 第一节中国日用五金市场现状分析及预测34

### 第二节中国日用五金产品产量分析及预测34

#### 一、日用五金产业总体产能规模34

#### 二、日用五金生产区域分布36

#### 三、2016-2019年产量37

#### 四、2016-2019年消费情况38

### 第三节中国日用五金市场需求分析及预测40

#### 一、中国日用五金需求特点40

#### 二、主要地域分布42

### 第四节中国日用五金消费状况分析及预测42

### 第五节中国日用五金价格趋势分析43

#### 一、中国日用五金2016-2019年价格趋势43

#### 二、中国日用五金当前市场价格及分析43

#### 三、影响日用五金价格因素分析43

#### 四、2016-2019年中国日用五金价格走势预测44

## 第六章中国日用五金分析45

### 一、中国日用五金分析45

### 二、未来市场容量分析45

三、行业现阶段发展特点分析46

四、日用五金SWOT分析46

（一）行业有利因素分析46

（二）行业不利因素分析46

第七章中国日用五金进出口分析48

一、日用五金进口分析48

二、日用五金出口分析49

第八章中国日用五金产品技术发展分析51

一、当前中国日用五金技术发展现况分析51

二、中国日用五金产品技术成熟度分析51

三、中外日用五金技术差距及其主要因素分析51

四、提高中国日用五金技术的策略52

第九章国内主要日用五金企业及竞争格局53

一、阳江十八子集团53

1.1企业介绍53

1.2企业经营业绩分析53

1.3企业市场份额59

1.4企业未来发展策略59

二伟经集团60

2.1企业介绍60

2.2企业经营业绩分析61

2.3企业市场份额66

2.4企业未来发展策略66

三浙江苏泊尔股份有限公司67

3.1企业介绍67

3.2企业经营业绩分析67

3.3企业市场份额73

3.4企业未来发展策略73

四爱仕达集团有限公司74

4.1企业介绍74

4.2企业经营业绩分析74

4.3企业市场份额80

4.4企业未来发展策略81

五福建浔兴拉链科技股份有限公司81

5.1企业介绍81

5.2企业经营业绩分析83

5.3企业市场份额88

5.4企业未来发展策略89

六三环集团公司89

6.1企业介绍89

6.2企业经营业绩分析90

6.3企业市场份额95

6.4企业未来发展策略96

第十章日用五金投资建议97

一、日用五金投资环境分析97

二、日用五金投资风险分析97

三、日用五金投资建议98

第十一章中国日用五金未来发展预测及投资前景分析99

第一节未来日用五金行业发展趋势分析99

一、未来日用五金行业发展分析99

二、未来日用五金行业技术开发方向99

三、总体行业“十三五”整体规划及预测100

第二节2020-2026年日用五金行业运行状况预测101

一、2020-2026年日用五金行业工业总产值预测101

二、2020-2026年日用五金行业销售收入预测102

三、2020-2026年日用五金行业总资产预测103

第十二章中国日用五金投资的建议及观点105 （）

第一节投资机遇日用五金105

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 一、中国强劲的经济增长率对行业的支撑 | 105 |
| 二、企业在危机中的竞争优势      | 105 |
| 三、金融危机促使优胜劣汰速度加快   | 106 |
| 第二节投资风险日用五金        | 106 |
| 一、同业竞争风险           | 106 |
| 二、市场贸易风险           | 107 |
| 三、行业金融信贷市场风险       | 110 |
| 四、产业政策变动的影响        | 110 |
| 第三节行业应对策略          | 111 |
| 一、把握国家投资的契机        | 111 |
| 二、竞争性战略联盟的实施       | 112 |
| 三、企业自身应对策略         | 113 |
| 第四节市场的重点客户战略实施     | 113 |
| 一、实施重点客户战略的必要性     | 113 |
| 二、合理确立重点客户         | 114 |
| 三、对重点客户的营销策略       | 115 |
| 四、强化重点客户的管理        | 117 |
| 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 | 119 |

## 图表目录：

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 图表12016-2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）         | 16 |
| 图表22016-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）      | 17 |
| 图表32016-2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） | 18 |
| 图表42016-2019年我国日用五金行业资产合计及增长情况          | 34 |
| 图表52016-2019年我国日用五金行业资产合计及增长对比          | 35 |
| 图表62016-2019年我国日用五金行业工业总产值及增长情况         | 37 |
| 图表72016-2019年我国日用五金行业工业总产值及增长对比         | 38 |
| 图表82016-2019年我国日用五金行业销售收入及增长情况          | 39 |
| 图表92016-2019年我国日用五金行业销售收入及增长对比          | 39 |
| 图表102016-2019年我国日用五金行业进口额及增长情况          | 48 |
| 图表112016-2019年我国日用五金行业进口额及增长对比          | 48 |
| 图表122016-2019年我国日用五金行业出口额及增长情况          | 49 |

图表132016-2019年我国日用五金行业出口额及增长对比49

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/183687.html>