

# 2017-2022年中国五金行业B2B市场现状研究分析 及未来发展趋势预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国五金行业B2B市场现状研究分析及未来发展趋势预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201704/517683.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

报告目录：

第一章五金行业市场发展状况分析 5

第一节五金行业发展特征分析 5

一、五金行业产能过剩 5

二、加大技术投入是关键 5

三、从同质化走向人性化 6

第二节五金市场发展规模分析 7

一、五金市场供需情况 7

二、五金行业企业规模 7

三、五金行业销售收入 8

四、五金市场结构分析 9

第三节五金企业经营模式及营销渠道分析 10

一、厂家直销 10

二、门店代理 10

三、零售 10

第四节五金上下游产业及市场分析 10

一、上下游产业现状及市场需求分析 10

二、上下游行业风险与机遇及影响分析 13

第二章五金行业电子商务发展状况分析 14

第一节五金行业电子商务发展态势 14

一、“互联网+”对传统模式影响 14

二、“互联网+”难以完全替代传统模式 14

三、互联网+五金市场发展现状 14

第二节五金细分市场电商发展态势 15

一、机电五金电商发展状况 15

二、工具五金电商发展状况 15

三、卫浴五金电商发展状况 15

四、门窗五金电商发展状况 15

第三节五金行业电子商务发展规模 16

一、中国电商市场规模分析 16

二、五金市场电商规模分析 16

三、中国永康五金指数 17

(一)五金市场交易月价格指数 17

- (二) 五金产品生产价格指数 18
- (三) 五金产品外贸价格指数 18
- 四、华南城 19
  - (一) 郑州华南城 19
  - (二) 深圳华南城 19
  - (三) 西安华南城 19
  - (四) 重庆华南城 20
- 第四节五金行业电子商务存在问题及发展策略 20
  - 一、五金行业电子商务存在的问题 20
    - (一) 未能完全消除地域限制 20
    - (二) 缺乏一定技术支持 20
    - (三) 功能未能充分发挥 21
    - (四) 品牌错位 21
    - (五) 电商运营薄弱 21
    - (六) 第三方平台多而杂 21
  - 二、五金行业电子商务发展策略 22
    - (一) 品牌发展策略 22
    - (二) 借力专业的B2B电商交易平台 22
    - (三) 建立五金专业市场的手机APP 22
    - (四) O2O策略 22
    - (五) 整合营销，组建渠道联盟 23
- 第三章五金行业电子商务发展模式分析 24
  - 第一节模式一
    - : 入驻五金自营B2B平台 24
    - 一、华南城网五金垂直商城 24
    - 二、中国科技五金城——尚五金 24
  - 第二节模式二
    - : 京东天猫开网店 25
    - 一、京东平台五金产品品牌 25
    - 二、天猫平台五金产品品牌 26
  - 第三节模式三
    - : 自建电商平台 26
    - 一、综合型的365爱姆意 26
    - 二、增值型的全球五金网 27
    - 三、专业型的土猫网 27

#### 四、创新型的V机电 27

##### 第四节模式四

：依托第三方平台 27

一、要金网 27

二、购福工具网 27

三、锐镭商城 28

#### 第四章五金行业电子商务发展趋势及前景 29(ZYWZY)

##### 第一节五金行业电子商务发展趋势分析 29

一、综合型第三方平台竞争加剧 29

二、垂直电商平台进一步深化发展 29

三、O2O线下体验店成为发展方向 29

##### 第二节五金行业电子商务发展前景及预测 29

一、五金行业电子商务发展前景 29

二、五金市场电子商务规模预测 30

##### 第三节五金企业发展对策及建议 30

一、加大研发投入，提升产品质量 30

二、品牌差异化策略 31

三、加速企业品牌传播及推广 31

四、创新服务模式 31

五、学习先进的制造管理制度 31

图表目录：

图表12011-2016年中国电动手提式工具产量情况 7

图表22011-2016年中国电动手提式工具需求量情况 7

图表32011-2016年中国五金企业数量变化趋势图 8

图表42011-2016年中国五金行业资产总额变化趋势图 8

图表52011-2016年中国五金行业销售收入变化趋势图 9

图表62016年中国五金市场结构 9

图表72011-2016年中国生铁、粗钢、原铝、精炼铜产量统计 11

图表82011-2016年中国汽车产销情况 12

图表92011-2016年中国房地产开发投资额统计 13

图表102011-2016年中国电子商务交易额变化趋势图 16

图表112011-2016年中国五金市场电商规模变化趋势图 17

图表122017-2022年中国永康五金市场交易月价格指数变化趋势图 17

图表132017-2022年中国永康五金产品生产价格指数变化趋势图 18

图表142017-2022年中国永康五金产品外贸价格指数变化趋势图 18

图表15京东平台部分五金产品品牌情况 25

图表16天猫平台部分五金产品品牌情况 26

图表172017-2022年中国五金市场电子商务规模预测图 30

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/517683.html>