

2015-2022年中国批发市场 监测及发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2022年中国批发市场监测及发展前景预测报告》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/201509/125572.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

现阶段的批发体系,即批发商业的主体构成主要有:生产企业的直供批发,代理商批发,经销商批发,第三方物流企业批发,配送中心的供货批发和批发市场批发等。在西方发达国家,批发体系除了以上构成,还有专业批发公司(美国电器批发公司),分销商(集中采购低值日用品),仓储式会员制商场,贸易中心(展销),网络批发(贸易),邮购批发商等.由此可见,批发商业和我们后面要介绍的批发市场是两回事,批发市场只是批发商业体系的一种构成,是批发的一种载体而已。

随着人世以来中国市场竞争的不断规范,一部分生产企业和零售商的规模得到了扩大并介入批发业务,使生产企业或零售企业直接构建起了交易渠道,部分业态或业种出现直接销售渠道或直接采购源头货,缩短了流通渠道,降低了流通成本。但是,面对中国大多数中小生产企业和零售业组织化程度低以及在多数产品短缺的地方,对批发商渠道依赖性依然很强。

第一章 2015年中国批发市场行业概述 9

第一节 批发市场行业界定 9

一、批发业的定义 9

二、批发业的分类 9

三、批发业的作用 11

第二节 批发行业特征分析 12

一、批发业基本特征分析 12

二、批发业客户特征分析 12

第三节 批发市场商铺分析 13

一、批发市场的商铺价值 13

二、商铺租金形成的要素 13

第二章 2013-2015年批发市场行业国际概况 14

第一节 全球批发市场行业概况 14

一、批发市场行业发展概况 14

二、主要国家和地区批发市场市场分析 15

(一) 日本批发业发展现状 15

(二) 美国批发业发展现状 16

(三) 欧盟批发业发展现状 17

三、国外批发业发展对我国的启示 18

第二节 2013-2015年全球发展趋势 19

一、产业融合为批发业发展提供新的支撑	19
二、批发业专业化和多元化战略并行发展	20
三、批发企业向服务型企业转型	20
四、批发业走向低碳发展之路	20
五、批发企业巨头领先创新	20
第三节 国际批发业发展案例	20
第三章 2008-2015年中国批发市场行业经济指标发展情况	23
第一节 2008-2015年中国批发业成熟度分析	23
一、行业周期分析	23
二、批发业所处发展阶段特点	23
三、批发市场发展历程	23
第二节 2015年批发市场产业规模数据指标	24
一、批发业资产负债规模	24
二、批发业数量规模分析	27
三、批发业建设规模分析	27
第三节 批发市场盈利能力指标	28
一、批发行业经营指标	28
二、资产负债率	28
三、销售利润率	29
四、销售毛利率	29
五、资产利润率	30
第四章 2010-2015年中国商品交易批发市场市场分析	31
第一节 2006-2015年中国商品交易市场供应分析	31
一、商品交易市场数量情况	31
二、商品交易市场摊位数量	31
三、商品交易市场营业面积	32
第二节 2006-2015年商品交易市场需求分析	32
一、商品交易市场成交情况分析	32
二、商品交易批发市场成交分析	34
第三节 2006-2015年商品交易市场结构分析	35
一、商品交易市场地区结构	35
二、商品交易市场类型结构	37

第四节 中国主要商品交易市场发展分析 38

一、综合贸易市场分析 38

二、专业批发市场分析 41

三、生产资料市场分析 44

四、农产品批发市场分析 47

五、食品饮料批发市场分析 51

六、纺织服装批发市场分析 54

七、日用文化用品批发市场 57

八、电器通讯批发市场分析 59

九、家具五金装饰批发市场 61

十、其他批发市场 64

第五章 中国批发市场市场区域情况 69

第一节 中国批发市场市场区域分布 69

第二节 批发市场主要区域分析 70

一、华北 70

二、东北 70

三、华东 70

四、华中 71

五、华南 71

六、西南 72

七、西北 72

第三节 中国批发市场区域整体趋势 72

第六章 2013-2015年中国批发市场主要拟在建项目 73

第一节 2013-2015年中国批发市场拟在建项目 73

一、主要项目介绍 73

二、项目规模情况 75

第二节 2013-2015年中国批发市场竞争状况 75

一、商贸批发市场竞争优势 75

二、商贸批发市场竞争态势 76

三、商贸批发市场竞争定位 77

第七章 中国主要批发市场企业及经营状况分析 78

第一节 浙江中国小商品城集团股份有限公司 78

- 一、企业基本情况 78
- 二、企业经营情况分析 78
- 三、企业经济指标分析 80
- 四、企业盈利能力分析 80
- 五、企业偿债能力分析 81
- 六、企业运营能力分析 81
- 七、企业成本费用分析 82
- 八、企业发展前景展望 82
- 第二节 深圳市农产品股份有限公司 84
 - 一、公司基本情况 84
 - 二、企业经营情况分析 84
 - 三、企业经济指标分析 86
 - 四、企业盈利能力分析 87
 - 五、企业偿债能力分析 87
 - 六、企业运营能力分析 87
 - 七、企业成本费用分析 88
- 第三节 上海农产品中心批发市场 88
 - 一、企业发展基本情况 88
 - 二、批发市场发展优势 89
 - 三、企业组织架构分析 89
 - 四、批发市场布局分析 90
 - 五、批发市场主要特色 91
 - 六、企业品牌发展分析 93
- 第四节 广州江南果菜批发市场 93
 - 一、企业基本情况 93
 - 二、企业发展历程 94
 - 三、企业发展方向 94
 - 四、市场布局分析 95
- 第五节 安徽亳州农产品有限责任公司 96
 - 一、企业基本情况 96
 - 二、企业组织架构 97
 - 三、企业发展战略 98

四、企业发展动态	98
第六节 北京城北回龙观商品交易市场	98
一、企业基本情况	98
二、企业组织架构	99
三、企业经营业务	99
四、企业经营战略	100
第七节 厦门夏商农产品集团有限公司	100
一、企业基本情况	100
二、企业发展历程	101
三、企业组织架构	102
四、企业发展战略	103
第八章 中国批发市场发展环境	104
第一节 中国批发市场宏观经济环境	104
一、中国gdp增长情况分析	104
二、工业经济发展形势分析	105
三、全社会固定资产投资分析	108
四、社会消费品零售总额分析	111
五、城乡居民收入与消费分析	112
六、对外贸易的发展形势分析	114
第二节 中国批发市场发展政策环境	116
一、批发市场监管体制	116
二、批发市场法规政策	117
三、批发市场重点政策分析	121
(一) 关于加强鲜活农产品流通体系建设的意见	121
(二) 推进农村改革发展若干重大问题的决定	123
(三) 物流业调整振兴规划	137
第三节 中国批发市场技术环境	150
一、信息化技术	150
二、仓储储藏技术	152
第四节 中国批发市场社会环境	160
一、人口环境分析	160
二、中国城镇化率	162

第九章 2015-2022年中国批发市场市场前景及供需预测 164

第一节 2015-2022年商品交易市场前景预测分析 164

一、2015-2022年商品交易市场数量预测分析 164

二、2015-2022年商品交易成交规模预测分析 164

三、2015-2022年批发市场成交规模预测分析 165

第二节 2015-2022年中国批发市场市场供需预测 165

一、2015-2022年中国批发行业单位数量分析 165

二、2015-2022年中国批发行业资产规模分析 166

三、2015-2022年中国批发行业收入预测分析 166

第十章 2015-2022年批发市场投资战略研究 168

第一节 批发市场行业发展战略研究 168

一、战略综合规划 168

二、技术开发战略 168

三、区域战略规划 169

四、产业战略规划 170

五、营销品牌战略 173

六、竞争战略规划 174

第二节 对中国批发市场品牌的战略思考 178

一、企业品牌的重要性 178

二、批发市场实施品牌战略的意义 179

三、中国批发市场企业的品牌战略 180

四、批发市场品牌战略管理的策略 183

第三节 2015-2022年批发市场投资风险及控制策略 184

一、市场风险 184

二、政策风险 184

三、经营风险 184

四、环境风险 185

第十一章 2015-2022年批发市场投资可行性分析 186

第一节 市场 186

第二节 盈利能力（批发市场经济效益分析） 187

第三节 社会效益 187

第十二章 批发市场项目总体评价及建议 188

图表目录：

- 图表 1 2006-2015年限额以上批发企业资产及负债统计 24
- 图表 2 中国批发业资产负债表 25
- 图表 3 按行业划分中国批发企业资产负债表 26
- 图表 4 2008-2015年中国批发业单位数量增长趋势图 27
- 图表 5 批发行业建设规模统计 27
- 图表 6 2006-2015年限额以上批发企业收入及利润统计 28
- 图表 7 2006-2015年限额以上批发企业资产负债率趋势图 28
- 图表 8 2006-2015年限额以上批发企业销售利润率趋势图 29
- 图表 9 2006-2015年限额以上批发企业销售毛利率趋势图 29
- 图表 10 2006-2015年限额以上批发企业资产利润率趋势图 30
- 图表 11 2008-2015年中国亿元以上商品交易市场数量 31
- 图表 12 2008-2015年中国亿元以上商品交易市场摊位数量 32
- 图表 13 2008-2015年中国亿元以上商品交易市场营业面积 32
- 图表 14 2008-2015年中国亿元以上商品交易市场成交额统计 33
- 图表 15 2008-2015年中国亿元以上商品交易市场成交额趋势图 33
- 图表 16 中国主要省区亿元以上商品交易市场成交额统计 33
- 图表 17 2008-2015年中国亿元以上批发市场成交额趋势图 35
- 图表 18 2008-2015年中国亿元以上商品交易市场成交额结构 35
- 图表 19 中国主要省区亿元以上商品交易市场基本情况 36
- 图表 20 中国亿元以上商品交易市场区域分布结构 37
- 图表 21 中国亿元以上商品交易市场摊位分类情况统计 37
- 图表 22 中国前100家综合贸易市场统计 38
- 图表 23 中国前100家专业批发交易市场统计 41
- 图表 24 中国前20家生产资料综合市场统计 44
- 图表 25 中国前20家工业消费品综合市场统计 45
- 图表 26 中国前20家农产品综合市场统计 46
- 图表 27 中国前20家其他综合市场统计 47
- 图表 28 中国前20家粮油批发交易市场统计 47
- 图表 29 中国前20家肉禽蛋批发交易市场统计 48
- 图表 30 中国前20家水产品批发交易市场统计 49
- 图表 31 中国前20家蔬菜批发交易市场统计 49

图表 32 中国前20家干鲜果品批发交易市场统计 50

图表 33 中国前20家棉麻土畜、烟叶批发交易市场统计 51

图表 34 中国前20家食品饮料批发交易市场统计 51

图表 35 中国前20家茶叶批发交易市场统计 52

图表 36 中国主要烟酒批发交易市场统计 53

图表 37 中国其他食品饮料烟酒批发交易市场统计 53

图表 38 中国前20家布料及纺织品批发交易市场统计 54

图表 39 中国前20家服装批发交易市场统计 55

图表 40 中国前20家鞋帽批发交易市场统计 55

图表 41 中国前20家其他纺织服装鞋帽批发交易市场统计 56

图表 42 中国前20家小商品批发交易市场统计 57

图表 43 中国主要图书、报刊杂志批发交易市场统计 57

图表 44 中国前20家其它用品及文化用品批发交易市场统计 58

图表 45 中国前20家家电批发交易市场统计 59

图表 46 中国前20家通讯器材批发交易市场统计 59

图表 47 中国前20家计算机及辅助设备批发交易市场统计 60

图表 48 中国前20家家具批发交易市场统计 61

图表 49 中国前20家家装饰材料批发交易市场统计 61

图表 50 中国前20家灯具批发交易市场统计 62

图表 51 中国前20家五金材料批发交易市场统计 63

图表 52 中国前20家其他装修材料批发交易市场统计 63

图表 53 中国前20家汽车批发交易市场统计 64

图表 54 中国主要摩托车批发交易市场统计 65

图表 55 中国前20家机动车零配件批发交易市场统计 65

图表 56 中国前20家花卉批发交易市场统计 66

图表 57 中国前20家中药材批发交易市场统计 67

图表 58 中国前20家旧货交易市场统计 67

图表 59 中国批发市场市场单位数量区域分布 69

图表 60 中国批发市场企业资产区域分布 69

图表 61 华北地区批发市场主要经济指标统计 70

图表 62 华东地区批发市场主要经济指标统计 71

图表 63 华中地区批发市场主要经济指标统计 71

图表 64 华南地区批发市场主要经济指标统计 71

图表 65 西南地区批发市场主要经济指标统计 72

图表 66 西北地区批发市场主要经济指标统计 72

图表 67 2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司分行业情况表 79

图表 68 2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司业务结构情况 80

图表 69 2009-2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司收入与利润统计 80

图表 70 2009-2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司资产与负债统计 80

图表 71 2009-2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司盈利能力情况 81

图表 72 2009-2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司偿债能力情况 81

图表 73 2009-2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司运营能力情况 81

图表 74 2009-2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司成本费用统计 82

图表 75 2015年浙江中国小商品城集团股份有限公司成本费用结构图 82

图表 76 2015年深圳市农产品股份有限公司分产品情况表 85

图表 77 2015年深圳市农产品股份有限公司业务结构情况 85

图表 78 2015年深圳市农产品股份有限公司分地区情况表 86

图表 79 2009-2015年深圳市农产品股份有限公司收入与利润统计 86

图表 80 2009-2015年深圳市农产品股份有限公司资产与负债统计 86

图表 81 2009-2015年深圳市农产品股份有限公司盈利能力情况 87

图表 82 2009-2015年深圳市农产品股份有限公司偿债能力情况 87

图表 83 2009-2015年深圳市农产品股份有限公司运营能力情况 87

图表 84 2009-2015年深圳市农产品股份有限公司成本费用统计 88

图表 85 2015年深圳市农产品股份有限公司成本费用结构图 88

图表 86 上海农产品中心批发市场组织机构图 90

图表 87 上海农产品中心批发市场平面图 91

图表 88 广州江南果菜批发市场总平面图 96

图表 89 安徽亳州农产品有限责任公司组织架构图 97

图表 90 北京城北回龙观商品交易市场组织架构图 99

图表 91 夏商集团有限公司管理机构架构图 102

图表 92 2006-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 105

图表 93 2006-2015年中国人均国内生产总值变化趋势图 105

图表 94 2006-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 106

图表 95 2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 106

图表 96 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 109

图表 97 2006-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 110

图表 98 2015年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图 111

图表 99 2006-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 112

图表 100 2006-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 113

图表 101 2006-2015年农村居民纯收入及增长情况统计 113

图表 102 2015年中国货物进出口总额及其增长速度 114

图表 103 2006-2015年中国进出口总额增长趋势图 116

图表 104 农产品批发市场电子结算系统c/s系统结构图 151

图表 105 沈阳棚窖示意图 153

图表 106 山西井窖示意图 153

图表 107 山西窑窖示意图 154

图表 108 2015年中国人口数量及其构成情况 160

图表 109 2007-2015年中国人口数量变化趋势图 161

图表 110 2014年末中国各年龄段人口比重 161

图表 111 2006-2015年中国各年龄段人口比重变化情况 161

图表 112 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 163

图表 113 2015-2022年中国亿元以上商品交易市场数量预测图 164

图表 114 2015-2022年中国亿元以上商品交易市场成交规模预测图 165

图表 115 2015-2022年中国亿元以上批发市场成交规模预测图 165

图表 116 2015-2022年中国批发行业单位数量预测图 166

图表 117 2015-2022年中国批发行业资产总额预测图 166

图表 118 2015-2022年中国批发行业营业收入预测图 167

图表 119 品牌的内涵 179

图表 120 企业品牌化过程 179

图表 121 2015-2022年中国限额以上批发业利润总额预测图 180

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201509/125572.html>