

2024-2030年浙江省专业行 业前景展望与市场前景预测报告

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

《2024-2030年浙江省专业行业前景展望与市场前景预测报告》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/202310/413004.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

浙江是“市场大省”，专业市场具有起步早、数量多、种类齐、规模大、功能强的特点。改革开放政策给浙江专业市场带来了勃勃生机，20世纪80年代初期，浙江就兴办了闻名全国的温州“十大专业市场”、义乌“小商品市场”、绍兴“轻纺市场”等。20世纪90年代末到现在，浙江各地根据发展商品经济的需要，建设了一批规模较大、辐射力较强的专业市场，在规模、档次上又上了一个新台阶。

目前浙江省已涌现出一批规模大、辐射强、功能全的全国知名大型专业市场，如义乌中国小商品城、绍兴中国轻纺城、永康中国科技五金城、余姚中国塑料城等。专业市场的发展和繁荣，促进了地方经济的快速发展，推动了商品化、市场化的进程，在活跃商品流通、方便居民生活、扩大城乡就业、推动国民经济发展等方面也发挥了积极作用。

同时，随着浙江专业市场的发展壮大，全国各地涌现了一大批由浙商兴办的，以浙货经营为主的专业市场。

根据浙江省政府规划，未来将大力推动专业市场建设星级化、交易方式现代化、运营管理专业化、物流网络高效化、商品辐射国际化、市场经营品牌化；争取实现实体市场和虚拟市场成交额各达到2万亿的目标，这为浙江专业市场提升发展指明了方向。

中企顾问网发布的《2024-2030年浙江省专业行业前景展望与市场前景预测报告》共十七章。首先介绍了专业市场的界定、分类等，接着分析了浙江省专业市场的发展环境。然后对浙江专业市场的整体现状、发展模式、电商化进行了详实的分析，并全面剖析了义乌、绍兴、温州、台州、嘉兴、杭州等区域专业市场的发展态势。随后，报告对浙江专业市场做了重点市场实例分析、转型升级方向分析、典型运营企业分析、开发建设规划分析、投资潜力分析及投资风险预警。最后对浙江省专业市场的前景趋势进行了科学的分析及预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、浙江省统计局、浙江省工商行政管理局、浙江省市场协会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对浙江省专业市场有个系统深入的了解、或者想投资浙江专业市场相关项目，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 专业市场基本概述

1.1 专业市场的界定

1.1.1 专业市场的概念

- 1.1.1 专业市场的内涵
- 1.1.2 专业市场的功能
- 1.2 专业市场的分类
 - 1.2.1 按经营形态分类
 - 1.2.2 按商业类别分类
 - 1.2.3 按区域特性分类
 - 1.2.4 按商圈规模分类
- 1.3 专业市场发展的必要性
 - 1.3.1 培育地区新经济增长
 - 1.3.2 实现产业结构调整
 - 1.3.3 促进产业链和集群发展

第二章 2021-2023年浙江省专业市场的发展环境分析

- 2.1 国内外宏观经济环境
 - 2.1.1 国际经济发展形势
 - 2.1.2 中国经济运行现状
 - 2.1.3 经济发展趋势分析
- 2.2 浙江省经济发展实力
 - 2.2.1 经济发展基础条件
 - 2.2.2 经济运行及稳定性
 - 2.2.3 经济增长潜力分析
- 2.3 浙江省产业结构及优势
 - 2.3.1 产业结构不断升级
 - 2.3.2 支柱产业发展情况
 - 2.3.3 产业竞争力的分析
 - 2.3.4 产业的外向性程度
- 2.4 浙江省专业市场运行环境
 - 2.4.1 消费市场发展现状
 - 2.4.2 商贸业的发展现状
 - 2.4.3 民营经济发展活力
 - 2.4.4 中小企业发展现状

第三章 2021-2023年浙江省专业市场发展总体分析

3.1 2021-2023年浙江省专业市场的现状

3.1.1 形成原因分析

3.1.2 整体发展现状

3.1.3 省内省外对接

3.1.4 发挥重要作用

3.1.5 亟待持续转型

3.2 浙江省专业市场发展特点

3.2.1 区域特征明显

3.2.2 产业基础扎实

3.2.3 辐射范围广

3.2.4 “城型”市场为主

3.2.5 强调资本运作

3.2.6 形成市场龙头

3.2.7 商旅结合特征

3.3 浙江省专业市场发展的成功经验

3.3.1 积极转型升级

3.3.2 政策的持续性

3.3.3 超前企业战略

3.3.4 发挥市场功能

3.3.5 注重品牌打造

3.4 浙江省专业市场面临的主要问题

3.4.1 传统专业市场的不足

3.4.2 专业市场管理落后

3.4.3 “无形”市场的冲击

第四章 浙江省专业市场发展模式分析

4.1 浙江省专业市场的主要发展模式

4.1.1 当地产业形成专业市场

4.1.2 集散型市场带动相关产业

4.1.3 需求产业形成供应专业市场

4.2 浙江专业市场的区域模式简述

- 4.2.1 “义乌模式”;
- 4.2.2 市场引导模式
- 4.2.3 互动发展模式
- 4.3 “义乌模式”与温州的比较
 - 4.3.1 成因比较
 - 4.3.2 功能比较
 - 4.3.3 走势比较
 - 4.3.4 结论分析
- 4.4 “义乌模式”与山东临沂的比较
 - 4.4.1 理论框架
 - 4.4.2 对比差异
 - 4.4.3 结论分析
- 4.5 专业市场发展模式的思考
 - 4.5.1 模式需因地制宜
 - 4.5.2 勿片面追求规模
 - 4.5.3 政府应适时适度
 - 4.5.4 注重发展的创新

第五章 2021-2023年浙江省专业市场电子商务发展分析

- 5.1 2021-2023年浙江省专业市场电商发展现状
 - 5.1.1 阶段发展特征
 - 5.1.2 电商规模现状
 - 5.1.3 电商发展优势
 - 5.1.4 影响因素分析
- 5.2 浙江省专业市场电商发展的模式分析
 - 5.2.1 依托成熟第三电商平台
 - 5.2.2 利用现有行业网站
 - 5.2.3 建立独立电商平台
 - 5.2.4 物流、资金流信息化
 - 5.2.5 O2O的网络商店模式
- 5.3 浙江省专业市场电商发展案例分析
 - 5.3.1 嘉兴中国茧丝绸市场

- 5.3.2 永康中国科技五金城
- 5.3.3 绍兴中国轻纺城
- 5.4 浙江省专业市场电商存在的问题及建议
 - 5.4.1 发展瓶颈及解决方法
 - 5.4.2 专业市场电商化策略
 - 5.4.3 电商平台建设的建议

第六章 2021-2023年义乌专业市场的发展分析

- 6.1 义乌专业市场发展历程及特点
 - 6.1.1 萌芽与创建阶段
 - 6.1.2 形成与发展阶段
 - 6.1.3 全面拓展阶段
 - 6.1.4 国际化发展阶段
- 6.2 2021-2023年义乌专业市场的现状分析
 - 6.2.1 市场体系
 - 6.2.2 市场集聚功能
 - 6.2.3 市场国际化程度
 - 6.2.4 业态和功能
 - 6.2.5 市场变化趋势
 - 6.2.6 改革政策导向
- 6.3 2021-2023年义乌专业市场的发展特征
 - 6.3.1 前店后厂的经营方式
 - 6.3.2 商品集聚的规模效应
 - 6.3.3 薄利多销的营销方式
 - 6.3.4 市场资源的政府支持
 - 6.3.5 物业成本的合理控制
- 6.4 义乌专业市场发展的主要经验
 - 6.4.1 发挥创业意识
 - 6.4.2 创新发展模式
 - 6.4.3 发挥资源优势
 - 6.4.4 提高产业支撑力度
- 6.5 义乌专业市场的发展战略方向

- 6.5.1 引入总部经济
- 6.5.2 完善市场运行机制
- 6.5.3 推进“电商换市”
- 6.5.4 加快国际陆港建设
- 6.5.5 加快转变外贸方式
- 6.5.6 推进线上线下融合发展

第七章 2021-2023年绍兴专业市场的发展分析

- 7.1 2021-2023年绍兴专业市场的发展现状
 - 7.1.1 市场发展规模
 - 7.1.2 呈现多元化格局
 - 7.1.3 市场影响力和辐射力
 - 7.1.4 专业消费品市场崛起
 - 7.1.5 市场档次提升
 - 7.1.6 对外依存度提高
 - 7.1.7 传统市场亟待升级
- 7.2 2021-2023年绍兴柯桥区专业市场的发展分析
 - 7.2.1 专业市场凸显带动效应
 - 7.2.2 政策激发市场活力
 - 7.2.3 创新业态加速市场转型
 - 7.2.4 主要有益经验总结
- 7.3 绍兴市专业市场存在的问题及建议
 - 7.3.1 发展的瓶颈
 - 7.3.2 面临的挑战
 - 7.3.3 整体思路
 - 7.3.4 对策措施
 - 7.3.5 电商发展建议
- 7.4 绍兴专业市场的发展规划
 - 7.4.1 发展目标
 - 7.4.2 主要内容
 - 7.4.3 政策扶持
 - 7.4.4 保障措施

第八章 2021-2023年温州专业市场的发展分析

8.1 2021-2023年温州专业市场发展现状

8.1.1 市场发展规模

8.1.2 市场发展特征

8.1.3 区域分布特点

8.1.4 主要市场现状

8.2 2021-2023年温州重点专业市场区域的发展

8.2.1 龙湾区

8.2.2 乐清市

8.2.3 苍南县

8.2.4 泰顺县

8.3 2021-2023年温州专业市场的发展动态

8.3.1 专业市场走向“第五代”

8.3.2 运营模式悄然改变

8.3.3 建立新型专业市场

8.3.4 重点专业市场获授信

8.4 温州专业市场面临的问题及建议

8.4.1 电商化水平不高

8.4.2 辐射能力偏弱

8.4.3 改造空间有限

8.4.4 物流支撑不力

8.4.5 高素质经营者不足

8.4.6 发展的对策建议

8.5 温州专业市场的发展规划

8.5.1 规划发展目标

8.5.2 总体布局结构

8.5.3 主要配套项目

8.5.4 大力发展电商

第九章 2021-2023年台州专业市场的发展分析

9.1 2021-2023年台州专业市场发展现状

- 9.1.1 台州专业市场整体规模
- 9.1.2 路桥打造专业市场综合体
- 9.1.3 天台县专业市场积极转型
- 9.1.4 专业市场的“二次振兴”
- 9.2 2021-2023年台州临海市专业市场发展分析
 - 9.2.1 市场分类情况
 - 9.2.2 市场规模情况
 - 9.2.3 投资管理方式
 - 9.2.4 主要存在问题
 - 9.2.5 发展对策建议
- 9.3 台州专业市场面临的问题及建议
 - 9.3.1 改造难度大
 - 9.3.2 布局不合理
 - 9.3.3 创新后劲不足
 - 9.3.4 内部管理不到位
 - 9.3.5 对策措施建议
- 9.4 台州专业市场的发展规划
 - 9.4.1 总体目标
 - 9.4.2 发展重点
 - 9.4.3 政策扶持
 - 9.4.4 保障措施

第十章 2021-2023年嘉兴专业市场的发展分析

- 10.1 2021-2023年嘉兴专业市场发展现状
 - 10.1.1 市场发展规模
 - 10.1.2 市场类别情况
 - 10.1.3 商品分类情况
- 10.2 平湖城北专业市场集聚区的发展分析
 - 10.2.1 建设背景分析
 - 10.2.2 发展现状分析
 - 10.2.3 主要功能分析
 - 10.2.4 存在问题分析

10.2.5 发展对策建议

10.3 嘉兴专业市场的发展规划

10.3.1 总体要求

10.3.2 发展目标

10.3.3 主要举措

10.3.4 扶持政策

10.3.5 保障措施

第十一章 2021-2023年浙江其他地区专业市场的发展分析

11.1 杭州

11.1.1 市场发展规模

11.1.2 专业特色明显

11.1.3 各类市场特点

11.1.4 区域分布情况

11.1.5 主要存在问题

11.1.6 发展对策建议

11.2 宁波

11.2.1 市场发展规模

11.2.2 总体发展目标

11.2.3 未来发展方向

11.2.4 主要扶持政策

11.3 衢州

11.3.1 市场发展规模

11.3.2 总体发展目标

11.3.3 未来发展方向

11.3.4 主要扶持政策

11.4 湖州

11.4.1 市场运行情况

11.4.2 市场发展特点

11.4.3 主要存在问题

11.4.4 发展对策建议

第十二章 2021-2023年浙江省各类重点专业市场发展分析

12.1 义乌中国小商品城

12.1.1 市场基本概况

12.1.2 市场运营现状

12.1.3 商品出口现状

12.1.4 电商发展分析

12.2 绍兴中国轻纺城

12.2.1 市场基本概况

12.2.2 市场运营现状

12.2.3 贸易模式分析

12.2.4 与东方丝绸市场的比较

12.3 海宁中国皮革城

12.3.1 市场基本概况

12.3.2 市场运营现状

12.3.3 转型升级分析

12.3.4 市场发展动向

12.4 永康中国科技五金城

12.4.1 市场基本概况

12.4.2 市场运营现状

12.4.3 发展特点分析

12.4.4 市场发展动向

12.5 余姚中国塑料城

12.5.1 市场基本概况

12.5.2 市场运营现状

12.5.3 发展经验分析

12.5.4 市场发展动向

12.6 诸暨华东国际珠宝城

12.6.1 市场基本概况

12.6.2 市场运营现状

12.6.3 市场发展特色

12.6.4 市场发展动向

12.7 杭州四季青服装市场

- 12.7.1 市场基本概况
- 12.7.2 市场运营现状
- 12.7.3 转型升级态势
- 12.7.4 发展经验分析

第十三章 浙江省专业市场转型升级的发展方向探析

- 13.1 浙江省专业市场转型的迫切性
 - 13.1.1 “专业市场消亡论”概述
 - 13.1.2 浙江专业市场需加快转型
- 13.2 浙江省专业市场转型升级的主要思路
 - 13.2.1 完善专业市场功能
 - 13.2.2 改变传统经营模式
 - 13.2.3 创新专业市场制度
 - 13.2.4 增强品牌建设意识
- 13.3 “后批发时代”浙江省专业市场的发展战略
 - 13.3.1 发展的挑战
 - 13.3.2 指数化竞争战略
 - 13.3.3 总部经济战略
 - 13.3.4 综合贸易改革战略
- 13.4 浙江省专业市场“二次创业”的策略
 - 13.4.1 面临的形势
 - 13.4.2 发展的瓶颈
 - 13.4.3 转型的机遇
 - 13.4.4 发展的方向
- 13.5 浙江省专业市场创新发展的路径
 - 13.5.1 创新的重要性
 - 13.5.2 制约因素分析
 - 13.5.3 与电商的联动
 - 13.5.4 发展路径分析
- 13.6 浙江省专业市场集约化发展的分析
 - 13.6.1 主要问题分析
 - 13.6.2 产生原因分析

13.6.3 不良后果分析

13.6.4 发展方向建议

第十四章 2020-2023年浙江省专业市场典型运营企业分析

14.1 浙江东日股份有限公司

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 经营效益分析

14.1.3 业务经营分析

14.1.4 财务状况分析

14.1.5 核心竞争力分析

14.1.6 公司发展战略

14.1.7 未来前景展望

14.2 浙江中国小商品城集团股份有限公司

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 经营效益分析

14.2.3 业务经营分析

14.2.4 财务状况分析

14.2.5 核心竞争力分析

14.2.6 公司发展战略

14.2.7 未来前景展望

14.3 浙江中国轻纺城集团股份有限公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 经营效益分析

14.3.3 业务经营分析

14.3.4 财务状况分析

14.3.5 核心竞争力分析

14.3.6 公司发展战略

14.3.7 未来前景展望

14.4 海宁中国皮革城股份有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 经营效益分析

14.4.3 业务经营分析

- 14.4.4 财务状况分析
- 14.4.5 核心竞争力分析
- 14.4.6 公司发展战略
- 14.4.7 未来前景展望

第十五章 专业市场的开发建设规划分析

15.1 专业市场成功开发运营的关键

- 15.1.1 开发模式
- 15.1.2 立项选址
- 15.1.3 定位规划
- 15.1.4 招商运营
- 15.1.5 经营管理

15.2 建设区域性专业市场的定位要素

- 15.2.1 结合城市产业基础
- 15.2.2 实地依托物流交通的网络面
- 15.2.3 完美衔接消费诉求及能力
- 15.2.4 尊重城市商业特性
- 15.2.5 考虑商业支撑

15.3 新建专业市场的定位分析

- 15.3.1 问题及误区
- 15.3.2 产业规划
- 15.3.3 商圈判别
- 15.3.4 “商家型市场”
- 15.3.5 “集成式招商”
- 15.3.6 “双向运营”
- 15.3.7 “价值链延伸”
- 15.3.8 “短流程终端”

15.4 区域专业市场的布局规律

- 15.4.1 考虑空间布局
- 15.4.2 考虑与城市的空间组织关系
- 15.4.3 考虑辐射效应

15.5 专业市场的选址策略

- 15.5.1 商业氛围
- 15.5.2 支撑条件
- 15.5.3 区位交通
- 15.5.4 放眼未来
- 15.6 专业市场建设与培育的要点
 - 15.6.1 市场专业选择的准确性
 - 15.6.2 市场内外环境的宽松性
 - 15.6.3 市场建设发展的渐进性
- 15.7 培育专业市场需要的政策支持
 - 15.7.1 土地供给与财政扶持
 - 15.7.2 政府服务水平
 - 15.7.3 让利吸引投资者
 - 15.7.4 发挥市场经营者作用
 - 15.7.5 精心培育市场

第十六章 专业市场的投资潜力及风险预警

- 16.1 投资价值
 - 16.1.1 特性优势
 - 16.1.2 发展空间
 - 16.1.3 成长速度
 - 16.1.4 重估价值
- 16.2 投资机会
 - 16.2.1 打造升级项目
 - 16.2.2 专业市场群项目
 - 16.2.3 专业市场MALL
 - 16.2.4 挖掘新兴产业
- 16.3 投资项目的选择
 - 16.3.1 项目地段
 - 16.3.2 项目品牌
 - 16.3.3 整体定位
 - 16.3.4 操作模式
 - 16.3.5 项目配套

16.3.6 交通体系

16.3.7 招商运营

16.4 投资风险

16.4.1 市场隐忧

16.4.2 土地风险

16.4.3 回报无保障

第十七章 对浙江省专业市场的前景预测

17.1 中国专业市场的未来发展环境

17.1.1 工业化背景

17.1.2 城市化背景

17.1.3 全球化背景

17.1.4 信息化背景

17.2 浙江省专业市场的发展规划

17.2.1 发展政策导向

17.2.2 建成“市场强省”

17.3 对2024-2030年浙江省专业市场发展预测

17.3.1 总体发展形势预判

17.3.2 市场发展总量预测

17.3.3 市场成交规模预测

附录

附录一：《浙江省商品交易市场管理条例》

附录二：《浙江省人民政府关于进一步推进商品交易市场提升发展的意见》

附录三：《浙江省商品交易市场发展财政专项资金使用管理办法》

图表目录

图表 专业市场按商业类别分类

图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2021年浙江省主要经济指标

图表 市场规模与产业集聚

图表 按国民经济行业计算的义乌周边地区相对专业化指数变动

图表 按国民经济行业计算的金华各县市地区间专业化指数的平均值比较

图表 按国民经济行业计算的临沂各区县市相对专业化指数变动

图表 按国民经济行业计算的临沂各区县市地区间专业化指数的平均值比较

图表 温州亿元以上专业市场增速与相关指标比较

图表 温州主城区专业市场布局

图表 变量说明表

图表 中国东方丝绸市场变量相关性

图表 绍兴轻纺城变量相关性

图表 回归分析结果

图表 华东国际珠宝城珍珠年交易额情况

图表 2019-2022年浙江东日股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年浙江东日股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年浙江东日股份有限公司净利润及增速

图表 2022年浙江东日股份有限公司主营业务分行业、产品、地区

图表 2019-2022年浙江东日股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年浙江东日股份有限公司净资产收益率

图表 2019-2022年浙江东日股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年浙江东日股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年浙江东日股份有限公司运营能力指标

图表 2019-2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司净利润及增速

图表 2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司主营业务分行业、产品、地区

图表 2019-2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司净资产收益率

图表 2019-2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司资产负债率水平

- 图表 2019-2022年浙江中国小商品城集团股份有限公司运营能力指标
- 图表 2019-2022年浙江中国轻纺城集团股份有限公司总资产及净资产规模
- 图表 2019-2022年浙江中国轻纺城集团股份有限公司营业收入及增速
- 图表 2019-2022年浙江中国轻纺城集团股份有限公司净利润及增速
- 图表 2022年浙江中国轻纺城集团股份有限公司主营业务分行业、产品、地区
- 图表 2019-2022年浙江中国轻纺城集团股份有限公司营业利润及营业利润率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/413004.html>