

2016-2022年中国专业行业市场调查与十三五未来趋势研究报告

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《2016-2022年中国专业行业市场调查与十三五未来趋势研究报告》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/diaochang/239969239969.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国专业行业市场调查与十三五未来趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 专业市场发展综述 1

第一节 专业市场概述 1

一、专业市场概述 1

二、专业市场功能 2

三、批发型专业市场的形成条件 2

四、零售型批发型专业市场的形成条件 6

第二节 专业市场分类 9

一、按经营形态分类 9

二、按商业类别分类 10

三、按区域特征分类 10

四、按商圈规模分类 12

第三节 专业市场统计标准 13

一、统计部门和统计口径 13

二、行业涵盖数据种类介绍 13

第四节 专业市场关联产业分析 15

一、百货店发展状况分析 15

二、便利店发展状况分析 19

三、专卖店发展状况分析 21

四、超级市场发展状况分析 22

- 五、购物中心发展状况分析 25
- 六、仓储式商城发展状况分析 34
- 七、大型综合超市发展状况分析 36
- 第二章 专业市场环境及影响分析 39
 - 第一节 行业政策环境分析 39
 - 一、《批发市场分类及等级评估》分析 39
 - 二、《批发零售交易行为规范》分析 39
 - 三、政策环境对行业的影响 39
 - 第二节 行业经济环境分析 40
 - 一、宏观经济形势分析 40
 - 二、宏观经济环境对行业的影响分析 57
 - 第三节 行业社会环境分析 61
 - 一、全球消费者消费趋势分析 61
 - 二、国内通胀水平分析 62
 - 三、国内产品品类的消费方向 65
 - 四、国民的收入水平分析 69
 - 五、消费者的购物渠道分析 70
 - 六、社会环境对行业的影响 73
 - 第四节 行业建设用地环境分析 75
 - 一、国内批准建设用地规模 75
 - 二、国内建设用地供应情况 75
 - 三、国内建设用地出让情况 75
 - 四、重点城市土地价格分析 75
 - 五、重点城市土地抵押情况 77
- 第二部分 行业深度分析
- 第三章 我国专业市场运行现状分析 78
 - 第一节 我国专业市场发展状况分析 78
 - 一、我国专业市场发展阶段 78
 - 二、我国专业市场发展总体概况 81
 - 三、我国专业市场发展特点分析 82
 - 四、我国专业市场商业模式分析 84
 - 1、品牌折扣模式 84
 - 2、总部经济模式 84
 - 3、产业共赢模式 85
 - 4、贸易服务模式 85

第二节 2012-2016年专业市场发展现状 86

- 一、市场建设由数量规模扩张型向质量提升型转变 86
- 二、市场法人主体化 86
- 三、充分利用计算机和网络技术建立电子市场 87
- 四、批发市场向生产和消费两头延伸 87
- 五、提供多种市场服务功能 88
- 六、建立商品交易市场的准入制度 88
- 七、交易形式更加多样化 88
- 八、培育成熟的中介组织进入市场 88
- 九、运用法律和经济手段对交易市场进行管理 89
- 十、充分发挥各类商品交易市场协会作用 89

第三节 2012-2016年专业市场运行分析 89

- 一、结构调整分析 89
- 二、品牌市场建设分析 92
- 三、由收费型向服务型转变 92
- 四、批发交易市场规划分析 92
- 五、市场服务中心转型分析 93

第四节 专业市场电子商务平台建设分析 94

- 一、专业市场电子商务交易规模 94
- 二、专业市场电子商务化需求分析 94
- 三、专业市场电子商务的转型模式 95
- 四、专业市场电子商务化发展的建议 96

第五节 专业市场的国际化发展分析 98

- 一、专业市场国际化发展水平评价指标 98
- 二、专业市场国际化发展的基本模式 99
- 三、专业市场国际化发展路径分析 102
- 四、专业市场国际化发展案例分析 103
- 五、提升专业市场国际化发展水平的策略 110

第四章 我国专业市场整体运行指标分析 112

第一节 2012-2016年商品交易市场总体情况 112

第二节 2012-2016年商品交易市场情况（按营业状态分） 117

- 一、商品交易市场情况（按营业状态分-常年营业） 117
- 三、商品交易市场情况（按营业状态分-其他） 119

第三节 2012-2016年商品交易市场情况（按经营方式分） 122

- 一、商品交易市场情况（按经营方式分-批发为主） 122

二、商品交易市场情况（按经营方式分-零售为主）	124
第四节 2012-2016年商品交易市场情况（按经营环境分）	126
一、商品交易市场情况（按经营环境分-露天式）	126
二、商品交易市场情况（按经营环境分-封闭式）	129
三、商品交易市场情况（按经营环境分-其他）	131
第五节 2012-2016年商品交易市场情况（按摊位分）	133
第六节 2012-2016年商品交易市场情况（按摊位与营业状态分）	135
一、商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-常年营业）	135
二、商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-季节性营业）	136
三、商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-其他）	137
第七节 2012-2016年商品交易市场情况（按摊位与经营方式分）	139
一、商品交易市场情况（按摊位与经营方式分-批发为主）	139
二、商品交易市场情况（按摊位与经营方式分-零售为主）	140
第八节 2012-2016年商品交易市场情况（按摊位与经营环境分）	141
一、商品交易市场情况（按摊位与经营环境分-露天式）	141
二、商品交易市场情况（按摊位与经营环境分-封闭式）	143
三、商品交易市场情况（按摊位与经营环境分-其他）	144
第五章 中国专业市场建筑设计与规划分析	146
第一节 国外专业市场建筑发展分析	146
一、国外专业市场的发展沿革	146
二、国外专业市场的建筑功能发展状况	146
三、国外专业市场的建设案例	147
第二节 国内专业市场建筑发展分析	148
一、国内专业市场发展沿革	148
二、国内专业市场建筑功能发展状况	151
三、国内专业市场建设存在的问题分析	152
第三节 专业市场的规划及选址分析	153
一、专业市场选址与城市结构关系	153
1、专业市场的选址影响因素	153
2、专业市场对城市发展的影响	158
3、专业市场的选址原则	160
二、专业市场与地域特征的关系	160
三、专业市场与城市区位的关系	162
1、销地型专业市场	162
2、集散地型专业市场	162

- 3、产地型专业市场 162
- 第四节 专业市场的外部空间设计 162
 - 一、专业市场的总体布局 162
 - 二、外部空间的交通组织 163
 - 三、专业市场的外部环境设计 163
 - 四、专业市场的造型处理 164
- 第五节 专业市场的内部空间设计 164
 - 一、专业市场的内部功能结构设计 164
 - 1、内部功能的构成 164
 - 2、内部功能的配置 164
 - 3、内部功能的组合方式 165
 - 二、内部空间交通流线组织 166
 - 三、内部空间构成要素设计 167
 - 四、专业市场的建筑安全设计 168
- 第三部分 市场全景调研
- 第六章 我国专业市场的细分市场分析及预测 169
 - 第一节 细分专业市场发展概述 169
 - 一、细分专业的研究范围 169
 - 二、专业市场的市场结构分析 169
 - 第二节 纺织服装专业市场分析预测 169
 - 一、纺织服装行业运行分析 169
 - 二、纺织服装市场供需形势分析 174
 - 三、纺织服装专业市场的发展概述 175
 - 1、纺织服装专业市场的范围分类 175
 - 2、纺织服装专业市场的业态分类 175
 - 3、纺织服装专业市场的功能分类 175
 - 4、纺织服装专业市场的商圈特征分类 175
 - 四、纺织服装专业市场的发展规模 175
 - 1、纺织服装专业市场数量 175
 - 2、纺织服装专业市场总摊位数 176
 - 3、纺织服装专业市场出租摊位数 177
 - 4、纺织服装专业市场的营业面积 177
 - 5、纺织服装专业市场的交易规模 178
 - 五、纺织服装专业市场的细分市场分析 178
 - 1、布料及纺织品专业市场运行分析 178

- 2、服装专业市场运行分析 178
- 3、鞋帽专业市场运行分析 179
- 4、其他纺织服装专业市场运行分析 179
- 六、纺织服装专业市场的竞争格局 179
- 七、纺织服装专业市场电子商务的应用 179
- 八、2016-2022年纺织服装专业市场的发展趋势 181
- 第三节 农产品专业市场分析预测 181
 - 一、农产品行业运行分析 181
 - 二、农产品市场供需形势分析 182
 - 三、农产品专业市场的发展概述 183
 - 四、农产品专业市场的发展规模 183
 - 1、农产品专业市场数量 183
 - 2、农产品专业市场总摊位数 184
 - 3、农产品专业市场出租摊位数 184
 - 4、农产品专业市场的营业面积 185
 - 5、农产品专业市场的交易规模 185
 - 五、农产品专业市场的细分市场分析 186
 - 1、粮油专业市场运行分析 186
 - 2、肉禽蛋专业市场运行分析 186
 - 3、蔬菜专业市场运行分析 186
 - 4、干鲜果品专业市场运行分析 187
 - 5、棉麻土畜、烟叶专业市场运行分析 187
 - 6、其他农产品专业市场运行分析 187
 - 六、农产品专业市场的竞争格局 187
 - 七、农产品专业市场电子商务的应用 188
 - 八、2016-2022年农产品专业市场的发展趋势 192
- 第四节 小商品专业市场分析预测 192
 - 一、小商品行业运行分析 192
 - 二、小商品专业市场的发展特征 193
 - 三、小商品专业市场的发展规模 193
 - 四、小商品专业市场的竞争格局 193
 - 五、小商品专业市场电子商务的应用 194
 - 六、2016-2022年小商品专业市场的发展趋势 197
- 第五节 电子专业市场分析预测 197
 - 一、电子行业运行分析 197

- 二、电子市场供需形势分析 203
- 三、电子专业市场的发展特征 203
- 四、电子专业市场的发展规模 203
- 五、电子专业市场的竞争格局 204
- 六、电子专业市场电子商务的应用 204
- 七、2016-2022年电子专业市场的发展趋势 205
- 第六节 家电专业市场分析预测 205
 - 一、家电行业运行分析 205
 - 二、家电市场供需形势分析 209
 - 三、家电专业市场的发展特征 210
 - 四、家电专业市场的发展规模 210
 - 五、家电专业市场的竞争格局 210
 - 六、家电专业市场电子商务的应用 211
 - 七、2016-2022年家电专业市场的发展趋势 215
- 第七节 家具专业市场分析预测 215
 - 一、家具行业运行分析 215
 - 二、家具市场供需形势分析 216
 - 三、家具专业市场的发展特征 217
 - 四、家具专业市场的发展规模 217
 - 五、家具专业市场的竞争格局 217
 - 六、家具专业市场电子商务的应用 218
 - 七、2016-2022年家具专业市场的发展趋势 220
- 第八节 建筑材料专业市场分析预测 220
 - 一、建材行业运行分析 220
 - 二、建材市场供需形势分析 221
 - 三、建筑材料专业市场的发展特征 221
 - 四、建筑材料专业市场的发展规模 221
 - 五、建筑材料专业市场的竞争格局 222
 - 六、建筑材料专业市场电子商务的应用 222
 - 七、2016-2022年建筑材料专业市场的发展趋势 224
- 第九节 化工专业市场分析预测 224
 - 一、化工行业运行分析 224
 - 二、化工市场供需形势分析 226
 - 三、化工专业市场的发展特征 226
 - 四、化工专业市场的发展规模 227

- 五、化工专业市场的竞争格局 227
- 六、化工专业市场电子商务的应用 227
- 七、2016-2022年化工专业市场的发展趋势 227
- 第十节 五金专业市场分析预测 228
 - 一、五金行业市场运行分析 228
 - 二、五金行业市场的市场容量预测 232
 - 三、五金专业市场的发展特征 233
 - 四、五金专业市场的发展规模 233
 - 五、五金专业市场的竞争格局 233
 - 六、五金专业市场电子商务的应用 233
 - 七、2016-2022年五金专业市场的发展趋势 235
- 第十一节 汽车配件专业市场分析预测 235
 - 一、汽车配件行业运行分析 235
 - 二、汽车配件市场供需形势分析 236
 - 三、汽车配件专业市场的发展特征 237
 - 四、汽车配件专业市场的发展规模 237
 - 五、汽车配件专业市场的竞争格局 238
 - 六、汽车配件专业市场电子商务的应用 238
 - 七、2016-2022年汽车配件专业市场的发展趋势 239
- 第十二节 其他专业市场分析预测 241
 - 一、光伏产品专业市场的投资潜力 241
 - 二、古玩专业市场的投资潜力 244
 - 三、金属材料专业市场的投资潜力 245
 - 四、中药材专业市场的投资潜力 248
- 第七章 我国专业市场营销趋势及策略分析 250
 - 第一节 专业市场的招商准备 250
 - 一、专业市场的招商流程 250
 - 二、专业市场的招商方式 250
 - 三、专业市场的招商手册 252
 - 四、专业市场的招商广告 253
 - 五、专业市场的招商活动 253
 - 第二节 专业市场的招商策略 253
 - 一、国内商贸项目招商现状 253
 - 二、二三线城市招商困局分析 254
 - 三、主力店的招商策略与技巧 254

四、专业市场的创新招商策略	254
第三节 专业市场的销售分析	258
一、专业市场的营销要素	258
二、专业市场的市场定位	258
三、专业市场客户的把握	259
四、专业市场的定向认筹	260
五、专业市场营销活动的推广	260
第四部分 竞争格局分析	
第八章 专业市场（产业集群）及区域市场分析	261
第一节 专业市场与产业集群的互动分析	261
一、专业市场与产业集群的关系	261
二、产业集群与专业市场的联动	261
1、产业集群对专业市场的影响	261
2、专业市场对产业集群的作用	262
三、促进专业市场与产业集群互动的建议	264
第二节 各地区专业市场发展规模分析	265
一、各地区商品交易市场总体情况	265
二、各地区商品交易市场情况（按营业状态分）	266
三、各地区商品交易市场情况（按经营方式分）	269
四、各地区商品交易市场情况（按经营环境分）	271
五、各地区商品交易市场情况（按摊位分）	274
第三节 36城市专业市场发展规模分析	282
一、36城市商品交易市场总体情况	282
二、36城市商品交易市场情况（按营业状态分）	283
三、36城市商品交易市场情况（按经营方式分）	286
四、36城市商品交易市场情况（按经营环境分）	288
五、36城市商品交易市场情况（按摊位分）	292
第四节 三大地带专业市场发展规模分析	303
一、三大地带商品交易市场总体情况	303
二、三大地带商品交易市场情况（按市场类别分）	304
三、三大地带商品交易市场情况（按营业状态分）	306
四、三大地带商品交易市场情况（按经营方式分）	310
五、三大地带商品交易市场情况（按经营环境分）	312
六、三大地带商品交易市场情况（按摊位分）	315
第五节 专业市场区域市场分析	325

- 一、上海市专业市场分析 325
- 二、浙江省专业市场分析 325
- 三、江苏省专业市场分析 326
- 四、北京市专业市场分析 326
- 五、天津市专业市场分析 327
- 六、山东省专业市场分析 327
- 七、广东省专业市场分析 328
- 八、辽宁省专业市场分析 328
- 九、其他区域专业市场分析 329
- 第九章 2016-2022年专业市场领先企业经营形势 330
- 第一节 中国专业市场排名分析 330
 - 一、商品交易市场排名 330
 - 二、综合市场排名 332
 - 三、专业市场排名 333
- 第二节 中国领先专业市场运营管理分析 334
 - 一、浙江绍兴中国轻纺城 334
 - 1、专业市场的发展规模 334
 - 2、专业市场的商业模式 334
 - 3、专业市场的交易情况 335
 - 4、专业市场的辐射能力 335
 - 5、专业市场的平台服务 335
 - 6、专业市场的入驻商户 336
 - 7、专业市场的核心优势 336
 - 二、海宁中国皮革城 336
 - 1、专业市场的发展规模 336
 - 2、专业市场的商业模式 338
 - 3、专业市场的交易情况 338
 - 4、专业市场的辐射能力 338
 - 5、专业市场的平台服务 339
 - 6、专业市场的入驻商户 339
 - 7、专业市场的核心优势 340
 - 三、义乌中国小商品城 342
 - 1、专业市场的发展规模 342
 - 2、专业市场的商业模式 343
 - 3、专业市场的交易情况 343

- 4、专业市场的辐射能力 343
- 5、专业市场的平台服务 344
- 6、专业市场的入驻商户 345
- 7、专业市场的核心优势 345
- 四、华强电子世界 347
 - 1、专业市场的发展规模 347
 - 2、专业市场的商业模式 348
 - 3、专业市场的交易情况 349
 - 4、专业市场的辐射能力 349
 - 5、专业市场的平台服务 349
 - 6、专业市场的入驻商户 349
 - 7、专业市场的核心优势 350
- 五、北京新发地农产品批发市场 350
 - 1、专业市场的发展规模 350
 - 2、专业市场的商业模式 351
 - 3、专业市场的交易情况 351
 - 4、专业市场的辐射能力 351
 - 5、专业市场的平台服务 351
 - 6、专业市场的入驻商户 352
 - 7、专业市场的核心优势 353
- 六、山东金宇装饰家具城 355
 - 1、专业市场的发展规模 355
 - 2、专业市场的商业模式 356
 - 3、专业市场的交易情况 356
 - 4、专业市场的辐射能力 356
 - 5、专业市场的平台服务 356
 - 6、专业市场的入驻商户 357
 - 7、专业市场的核心优势 357
- 七、上海九星综合市场 357
 - 1、专业市场的发展规模 357
 - 2、专业市场的商业模式 358
 - 3、专业市场的交易情况 358
 - 4、专业市场的辐射能力 358
 - 5、专业市场的平台服务 358
 - 6、专业市场的入驻商户 359

- 7、专业市场的核心优势 359
- 八、浙江中国科技五金城 360
 - 1、专业市场的发展规模 360
 - 2、专业市场的商业模式 361
 - 3、专业市场的交易情况 361
 - 4、专业市场的辐射能力 362
 - 5、专业市场的平台服务 365
 - 6、专业市场的入驻商户 365
 - 7、专业市场的核心优势 366
- 九、中国(十堰)汽配城 368
 - 1、专业市场的发展规模 368
 - 2、专业市场的商业模式 369
 - 3、专业市场的交易情况 369
 - 4、专业市场的辐射能力 370
 - 5、专业市场的平台服务 371
 - 6、专业市场的入驻商户 371
 - 7、专业市场的核心优势 372
- 十、重庆铠恩国际家居名 373
 - 1、专业市场的发展规模 373
 - 2、专业市场的商业模式 373
 - 3、专业市场的交易情况 374
 - 4、专业市场的辐射能力 374
 - 5、专业市场的平台服务 375
 - 6、专业市场的入驻商户 375
 - 7、专业市场的核心优势 376
- 十一、信地安徽大市场 376
 - 1、专业市场的发展规模 376
 - 2、专业市场的商业模式 377
 - 3、专业市场的交易情况 377
 - 4、专业市场的辐射能力 378
 - 5、专业市场的平台服务 378
 - 6、专业市场的入驻商户 378
 - 7、专业市场的核心优势 379
- 十二、富森美家居装饰建材总部 380
 - 1、专业市场的发展规模 380

- 2、专业市场的商业模式 381
- 3、专业市场的交易情况 381
- 4、专业市场的辐射能力 381
- 5、专业市场的平台服务 382
- 6、专业市场的入驻商户 382
- 7、专业市场的核心优势 383
- 十三、天津天保大宗煤炭交易市场 384
 - 1、专业市场的发展规模 384
 - 2、专业市场的商业模式 385
 - 3、专业市场的交易情况 385
 - 4、专业市场的辐射能力 385
 - 5、专业市场的平台服务 385
 - 6、专业市场的入驻商户 387
 - 7、专业市场的核心优势 387
- 十四、重庆陈家坪机电市场 389
 - 1、专业市场的发展规模 389
 - 2、专业市场的商业模式 389
 - 3、专业市场的交易情况 390
 - 4、专业市场的辐射能力 390
 - 5、专业市场的平台服务 390
 - 6、专业市场的入驻商户 391
 - 7、专业市场的核心优势 391
- 十五、深圳赛格电子市场 393
 - 1、专业市场的发展规模 393
 - 2、专业市场的商业模式 393
 - 3、专业市场的交易情况 394
 - 4、专业市场的辐射能力 394
 - 5、专业市场的平台服务 395
 - 6、专业市场的入驻商户 396
 - 7、专业市场的核心优势 397
- 第三节 中国领先专业市场企业经营形势分析 398
 - 一、浙江中国轻纺城集团股份有限公司 398
 - 1、企业简介 398
 - 2、企业经营及财务分析 399
 - 3、企业未来发展战略分析 405

二、海宁中国皮革城股份有限公司 406

- 1、企业简介 406
- 2、企业经营及财务分析 407
- 3、企业未来发展战略分析 412

三、浙江中国小商品城集团股份有限公司 413

- 1、企业简介 413
- 2、企业经营及财务分析 414
- 3、企业未来发展战略分析 420

四、深圳华强实业股份有限公司 422

- 1、企业简介 422
- 2、企业经营及财务分析 423
- 3、企业未来发展战略分析 428

五、北京市新发地农产品股份有限公司 429

- 1、企业简介 429
- 2、企业经营及财务分析 430
- 3、企业未来发展战略分析 431

六、山东金宇商贸有限公司 431

- 1、企业简介 431
- 2、企业经营及财务分析 433
- 3、企业未来发展战略分析 433

七、上海九星控股（集团）有限公司 434

- 1、企业简介 434
- 2、企业经营及财务分析 435
- 3、企业未来发展战略分析 437

八、中国科技五金城集团有限公司 437

- 1、企业简介 437
- 2、企业经营及财务分析 438
- 3、企业未来发展战略分析 438

九、湖北大明汽车贸易有限公司 440

- 1、企业简介 440
- 2、企业经营及财务分析 441
- 3、企业未来发展战略分析 441

十、重庆铠恩国际家居名都经营有限公司 442

- 1、企业简介 442
- 2、企业经营及财务分析 442

- 3、企业未来发展战略分析 443
- 十一、香港信地集团 443
 - 1、企业简介 443
 - 2、企业经营及财务分析 443
 - 3、企业未来发展战略分析 444
- 十二、成都富森美家居股份有限公司 444
 - 1、企业简介 444
 - 2、企业经营及财务分析 445
 - 3、企业未来发展战略分析 445
- 十三、天津天保大宗煤炭交易市场有限公司 445
 - 1、企业简介 445
 - 2、企业经营及财务分析 446
 - 3、企业未来发展战略分析 446
- 十四、重庆绅帝富达实业发展（集团）有限公司 447
 - 1、企业简介 447
 - 2、企业经营及财务分析 447
 - 3、企业未来发展战略分析 447
- 十五、深圳赛格股份有限公司 448
 - 1、企业简介 448
 - 2、企业经营及财务分析 449
 - 3、企业未来发展战略分析 454
- 第五部分 投资前景展望
- 第十章 2016-2022年专业市场前景及趋势预测 455
 - 第一节 2016-2022年专业市场发展前景 455
 - 一、2016-2022年专业市场发展潜力 455
 - 二、2016-2022年专业市场发展前景展望 456
 - 三、2016-2022年专业市场细分行业发展前景分析 459
 - 第二节 2016-2022年专业市场发展趋势预测 461
 - 一、2016-2022年专业市场建筑的发展趋势 461
 - 1、专业市场的空间集聚趋势 461
 - 2、专业市场功能复合化趋势 462
 - 3、专业市场规模大型化趋势 464
 - 4、专业市场的可再生化趋势 469
 - 5、专业市场的数字化趋势 469
 - 二、2016-2022年专业市场的转型与提升趋势 469

- 1、专业市场与电子商务的融合趋势 469
- 2、专业市场与现代物流的融合趋势 474
- 3、专业市场与会展经济的融合趋势 480
- 三、2016-2022年专业市场发展模式趋势分析 484
 - 1、政府主导全面改造升级模式 484
 - 2、特色专业市场提升模式 484
 - 3、东货西进模式 485
 - 4、批发市场全国连锁模式 485
 - 5、电子商务批发市场模式 485
 - 6、总部基地、产业基地、供应链集成模式 486
 - 7、商贸、物流共建模式 486
- 四、2016-2022年专业市场发展趋势分析 487
 - 1、专业市场的规模化和专业化趋势 487
 - 2、专业市场的品牌化和连锁化趋势 489
 - 3、专业市场的多元化和多样化趋势 490
 - 4、专业市场的功能整合趋势 490
- 第三节 2016-2022年中国专业市场供需预测 492
 - 一、2016-2022年中国专业市场供给预测 492
 - 二、2016-2022年中国专业市场需求预测 492
- 第十一章 2016-2022年专业市场投资价值评估分析 494
 - 第一节 专业市场投资特性分析 494
 - 一、专业市场进入壁垒分析 494
 - 二、专业市场盈利因素分析 503
 - 三、专业市场投资价值分析 503
 - 第二节 专业市场投资价值影响因素分析 504
 - 一、商业氛围 504
 - 二、客流量 504
 - 三、可视性 505
 - 四、楼层 505
 - 五、交通条件 505
 - 六、停车设施 505
 - 七、硬件条件 505
 - 八、项目规划的科学性 505
 - 九、经营商品的类型 506
 - 十、运营特点 506

- 十一、买入价格 506
- 十二、周边房地产发展趋势 506
- 第三节 专业市场投资赢利模式分析 506
 - 一、相关专业市场开发模式 506
 - 二、多元化的专业市场模式 507
 - 三、中高档的专业市场模式 507
 - 四、更大规模的专业市场模式 508
 - 五、与区域发展同步的专业市场模式 508
 - 六、超市制的专业市场模式 509
 - 七、铺位销售型的专业市场模式 509
 - 八、低成本型的专业市场模式 510
 - 九、配套服务开发的专业市场模式 510
 - 十、为商家提供金融担保服务的模式 510
 - 十一、与政府合作的专业市场模式 511
 - 十二、专业市场的周边效应模式 511
 - 十三、开发配套的工业园区模式 512
 - 十四、引入战略投资者的模式 512
 - 十五、产业联盟的模式 512
 - 十六、交通优势型的专业市场模式 513
 - 十七、连锁经营型的专业市场模式 513
 - 十八、海外专业市场模式 514
- 第十二章 2016-2022年专业市场投资机会与风险 515
 - 第一节 专业市场投融资情况 515
 - 一、专业市场的投资现状分析 515
 - 1、专业市场的规划设计特性 515
 - 2、专业市场的名称特点 515
 - 3、专业市场的投资规模 515
 - 4、专业市场的投资回收形式 516
 - 二、专业市场的融资现状分析 516
 - 1、专业市场的融资现状 516
 - 2、专业市场的创新融资方案 517
 - 第二节 2016-2022年专业市场投资机会 519
 - 一、中小企业规模增长带来的需求 519
 - 二、专业市场提升的机会 519
 - 三、专业市场物业价值重估的机会 520

- 四、新专业市场项目的投资机会 521
- 第三节 2016-2022年专业市场投资风险及防范 522
 - 一、政策风险及防范 522
 - 二、宏观经济风险及防范 524
 - 三、环境风险 528
 - 四、市场风险 529
- 第四节 中国专业市场投资建议 539
 - 一、专业市场未来发展方向 539
 - 二、专业市场主要投资建议 544
 - 三、中国专业市场企业融资分析 547
- 第六部分 投资战略研究
- 第十三章 2016-2022年专业市场面临的问题及对策 549
 - 第一节 专业市场开发运营的关键环节分析 549
 - 一、开发模式 549
 - 二、立项选址 549
 - 三、定位规划 549
 - 四、招商运营 550
 - 五、经营管理 550
 - 第二节 中国专业市场存在的问题分析 551
 - 一、缺乏合理规划和布局,重复建设严重 551
 - 二、摊位式经营,缺乏规范化管理,导致无序竞争 551
 - 三、市场环境差,功能单一,制度不健全 552
 - 四、专业市场缺乏产业支撑,经营的商品质量差、技术含量低 552
 - 第三节 中国专业市场发展对策分析 553
 - 一、坚定推进专业市场"二次创业"的信心 553
 - 二、加强对传统专业市场转型升级的引导 553
 - 三、加强对有形市场布局的协调,避免重复建设、恶性竞争 554
 - 四、大力推进专业市场国际化 554
- 第十四章 专业市场MALL案例分析研究 555
 - 第一节 专业市场MALL分析 555
 - 一、中国专业市场mall的概念 555
 - 1、Shoppingmall 555
 - 2、专业市场 556
 - 3、专业市场mall的概念 556
 - 4、专业市场mall与购物中心之间的比较 557

- 5、相关概念 558
- 二、中国专业市场mall现状分析 559
 - 1、中国专业市场mall发展现状 559
 - 2、中国专业市场mall热的产生原因 559
 - 3、中国专业市场mall热所引起的问题 561
 - 4、正确的认识中国专业市场mall 562
- 三、中国专业市场mall未来发展分析 562
 - 1、国家政府方面可以做的努力 563
 - 2、市场本身可以做出的规划 563
 - 3、总体判断 563
- 第二节 义乌中国小商品城案例分析 564
 - 一、小商品城介绍 564
 - 二、批发市场主营品类结构 567
 - 三、小商品城的运营情况 568
 - 四、小商品城的经营模式 569
 - 五、小商品城的盈利模式 571
 - 六、招商策略 572
 - 七、电子商务支持 579
- 第三节 华南城案例分析 580
 - 一、华南城简介 580
 - 二、华南城产生背景 580
 - 1、天时 580
 - 2、地利 580
 - 3、人和 581
 - 三、华南城特色模式分析 581
 - 1、制度模式 581
 - 2、服务模式 581
 - 3、集成服务中心模式 581
 - 4、华南城模式的核心因素 582
 - 四、华南城发展现状分析 582
 - 1、规模巨大 582
 - 2、结构完整 582
 - 3、配套完善 583
 - 4、地理优势 583
 - 5、资金雄厚 583

- 五、华南城发展优势分析 583
 - 1、华南城十大核心优势 583
 - 2、华南城十大组合运营平台 585
 - 3、华南城四大投资保障 587
- 六、华南城经营管理分析 588
- 七、华南城的功能分区 589
- 八、华南城的招商 589
- 第四节 中国新塘国际牛仔服装纺织城案例分析 590
 - 一、简介 590
 - 二、经营策略分析 591
- 第十五章 专业市场投资战略研究 593
 - 第一节 专业市场发展战略研究 593
 - 一、战略综合规划 593
 - 二、技术开发战略 593
 - 三、业务组合战略 594
 - 四、区域战略规划 596
 - 五、产业战略规划 596
 - 六、营销品牌战略 597
 - 七、竞争战略规划 597
 - 第二节 对我国专业市场品牌的战略思考 599
 - 一、专业市场品牌的重要性 599
 - 二、专业市场实施品牌战略的意义 600
 - 三、专业市场企业品牌的现状分析 601
 - 四、我国专业市场企业的品牌战略 602
 - 五、专业市场品牌战略管理的策略 602
 - 第三节 专业市场运营策略分析 603
 - 一、全面了解行业市场 603
 - 二、完善专业市场的整体配套 603
 - 三、开拓新的交易平台 604
 - 四、充分利用行业协会的优势 604
 - 五、招商严把商户质量关 605
 - 第四节 专业市场分区混乱分析 605
 - 一、前期招商工作须严格控制经营分区 606
 - 二、后期市场管理要保持经营分区 606
 - 第五节 专业市场信息进化分析 607

- 一、信息产业影响专业市场 607
- 二、传统专业市场面临挑战 607
- 三、专业市场全面升级换代 608
- 第六节 专业市场投资战略研究 608
 - 一、专业市场投资关键要素分析 608
 - 1、市场基础 608
 - 2、政府支持 609
 - 3、物流条件 609
 - 4、规划设计 609
 - 5、经营管理 609
 - 6、品牌效应 610
 - 7、主流走向 610
 - 8、其他因素 610
 - 二、2016年专业市场投资战略 611
 - 三、2016-2022年专业市场投资战略 612
 - 四、2016-2022年细分行业投资战略 614
 - 五、2016-2022年专业市场未来发展前景 614

第十六章 研究结论及投资建议 617

- 第一节 专业市场研究结论及建议 617
- 第二节 专业市场子行业研究结论及建议 621
- 第三节 专业市场投资建议 626
 - 一、行业发展策略建议 626
 - 二、行业投资方向建议 629
 - 三、行业投资方式建议 629

图表目录

- 图表：专业市场按商业类别分类 10
- 图表：专业市场基本经济数据调查表 13
- 图表：2006-2016年国内生产总值及其增长速度 41
- 图表：2013-2016年国内生产总值增长速度（累计同比） 41
- 图表：2016年我国居民消费价格上涨情况（月度同比） 42
- 图表：2013-2016年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度 43
- 图表：2013-2016年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比） 44
- 图表：2006-2016年全社会固定资产投资及其增长速度 46
- 图表：2006-2016年公共财政收入及其增长速度 47
- 图表：2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 51

- 图表：2016年我国汇率变化情况 52
- 图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表 54
- 图表：2010-2016年我国存款准备金率调整一览表 55
- 图表：2010-2016年社会消费品零售总额及其增长速度 56
- 图表：2006-2016年我国货物进出口总额 57
- 图表：2015年全国土地出让金前十排行榜 76
- 图表：2016年全国土地出让金前五排行榜 76
- 图表：2004-2015年我国新增专业市场数量 81
- 图表：2006-2015年中国专业市场数量及同比增长情况 82
- 图表：2006-2015年专业市场成交额及增长情况 82
- 图表：专业市场发展形成的四种基本模式 99
- 图表：2015年商品交易市场总体情况 112
- 图表：2015年中国商品交易市场总体状况 114
- 图表：2015年商品交易市场情况（按营业状态分-常年营业） 117
- 图表：2015年商品交易市场情况（按营业状态分-其他） 119
- 图表：2015年我国商品交易市场情况（按经营方式分-批发为主） 122
- 图表：2015年我国商品交易市场情况（按经营方式分-零售为主） 124
- 图表：2015年商品交易市场情况（按经营环境分-露天式） 126
- 图表：2012年商品交易市场情况（按经营环境分-封闭式） 129
- 图表：2015年商品交易市场情况（按经营环境分-其他） 131
- 图表：2015年商品交易市场情况（按摊位分） 133
- 图表：2015年商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-常年营业） 135
- 图表：2015年商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-季节性营业） 136
- 图表：2015年商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-其他） 137
- 图表：2015年商品交易市场情况（按摊位与经营方式分-批发为主） 139
- 图表：2015年商品交易市场情况（按摊位与经营方式分-零售为主） 140
- 图表：2015年商品交易市场情况（按摊位与经营环境分-封闭式） 143
- 图表：2015年商品交易市场情况（按摊位与经营环境分-其他） 144
- 图表：专业市场的布局模式比较 162
- 图表：内部功能关系 165
- 图表：货流示意图 166
- 图表：义乌国际商贸城示意图 166
- 图表：内部通道宽度设计 167
- 图表：商铺的布置 167
- 图表：商铺尺寸设计 167

- 图表：自动扶梯和电梯数量 168
- 图表：2016年1-3月纺织服装行业产量 174
- 图表：2016年1-3月纺织服装业销售额 175
- 图表：2010-2016年纺织服装专业市场数量增长 176
- 图表：2010-2016年纺织服装专业市场总摊位数增长 176
- 图表：2010-2016年纺织服装专业市场年末出租摊位数增长 177
- 图表：2010-2016年纺织服装专业市场营业面积增长 177
- 图表：2010-2016年纺织服装专业市场交易规模增长 178
- 图表：2010-2015年布料及纺织品专业市场运行情况 178
- 图表：2010-2015年服装专业市场运行情况 178
- 图表：2010-2015年鞋帽专业市场运行情况 179
- 图表：2010-2015年其他纺织服装专业市场运行情况 179
- 图表：2016-2022年我国纺织服装专业市场交易规模增长 181
- 图表：2010-2015年粮食供需 182
- 图表：2010-2015年食用植物油供需 182
- 图表：2010-2015年棉花供需 182
- 图表：2010-2015年糖料供需 183
- 图表：2010-2016年农产品专业市场数量变化 183
- 图表：2010-2016年农产品专业市场总摊位数变化 184
- 图表：2010-2016年农产品专业市场出租摊位数变化 184
- 图表：2010-2016年农产品专业市场营业面积变化 185
- 图表：2010-2016年农产品专业市场交易规模 185
- 图表：2010-2015年粮油专业市场运行情况 186
- 图表：2010-2015年肉禽蛋专业市场运行情况 186
- 图表：2010-2015年蔬菜专业市场运行情况 186
- 图表：2010-2015年干鲜果专业市场运行情况 187
- 图表：2010-2015年棉麻土畜、烟叶专业市场运行情况 187
- 图表：2010-2015年其他农产品业市场运行情况 187
- 图表：农产品专业市场的竞争格局 188
- 图表：2016-2022年农产品专业市场交易规模趋势 192
- 图表：2010-2016年中国小商品专业市场的发展规模 193
- 图表：各地小商品市场成交额占比 193
- 图表：2016-2022年小商品专业市场的发展趋势 197
- 图表：2015年-2016年3月电子信息制造业增速对比情况 198
- 图表：2015年-2016年3月电子信息制造业主要行业销售产值增速对比 200

- 图表：2012年-2016年3月电子信息制造业内外销增速对比 201
- 图表：2012年-2016年3月电子信息制造业东、中、西、东北产值情况 202
- 图表：2013-2016年电子工业销售产值 203
- 图表：2010-2016年我国电子专业市场的发展规模 203
- 图表：各地区成交额占比 204
- 图表：2016-2022年电子专业市场的发展趋势 205
- 图表：2016年全国百家重点大型零售企业家电市场零售额月度增速 209
- 图表：2010-2016年我国家电专业市场的发展规模 210
- 图表：全国各地区家电专业市场成交额占比 210
- 图表：2016-2022年家电专业市场的发展趋势 215
- 图表：2010-2016年我国家具专业市场的发展规模 217
- 图表：全国各地区家具专业市场成交额占比 217
- 图表：2016-2022年家具专业市场交易规模 220
- 图表：2010-2016年我国建筑材料专业市场的发展规模 221
- 图表：全国各地区建筑材料专业市场成交额占比 222
- 图表：2016-2022年建筑材料专业市场的发展趋势 224
- 图表：2010-2016年我国化工专业市场的发展规模 227
- 图表：全国各地区化工专业市场成交额占比 227
- 图表：2010-2016年我国五金专业市场的发展规模 233
- 图表：全国各地区五金专业市场成交额占比 233
- 图表：2010-2016年我国汽车配件专业市场的发展规模 237
- 图表：全国各地区汽车配件专业市场成交额占比 238
- 图表：招商工作流程 250
- 图表：2013各地区商品交易市场总体情况 265
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按营业状态分--常年营业） 266
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按营业状态分--季节性营业） 267
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按营业状态分--其他） 268
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按经营方式分--批发为主） 269
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按经营方式分--零售为主） 270
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按经营环境分--露天） 271
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按经营环境分--封闭） 272
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按经营环境分--其他） 273
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按摊位分一） 274
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按摊位分二） 275
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按摊位分三） 276

- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按摊位分四） 277
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按摊位分五） 278
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按摊位分六） 279
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按摊位分七） 280
- 图表：2015年各地区商品交易市场情况（按摊位分八） 281
- 图表：2015年36城市商品交易市场总体情况 282
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按营业状态分--常年营业） 283
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按营业状态分--季节性营业） 284
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按营业状态分--其他） 285
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按经营方式分--批发为主） 286
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按经营方式分--零售为主） 287
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按经营环境分--露天式） 288
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按经营环境分--封闭式） 290
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按经营环境分--其他） 291
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分一） 292
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分二） 293
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分三） 294
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分四） 295
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分五） 297
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分六） 298
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分七） 299
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分八） 300
- 图表：2015年36城市商品交易市场情况（按摊位分九） 302
- 图表：三大地带商品交易市场总体情况 303
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（纺织.服装.鞋帽市场） 304
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（食品饮料市场） 305
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按营业状态分--常年由于） 306
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按营业状态分--季节性营业） 307
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按营业状态分--其他） 308
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按经营方式分--批发为主） 310
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按经营方式分--零售为主） 311
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按经营环境分--露天式） 312
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按经营环境分--封闭式） 313
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按经营环境分--其他） 314
- 图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按摊位分一） 315

图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按摊位分二） 316

图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按摊位分三） 317

图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按摊位分四） 319

图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按摊位分五） 320

图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按摊位分六） 321

图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按摊位分七） 322

图表：2015年三大地带商品交易市场情况（按摊位分八） 323

图表：2015上海市专业市场数量占全国比 325

图表：2015浙江省专业市场数量占全国比 325

图表：2015年江苏省专业市场数量占全国比 326

图表：2015年北京市专业市场数量占全国比 326

图表：2015年天津市专业市场数量占全国比 327

图表：2015年山东省专业市场数量占全国比 327

图表：2015年广东省专业市场数量占全国比 328

图表：2015年辽宁省专业市场数量占全国比 328

图表：2015年其他区域专业市场数量占全国比 329

图表：商品交易市场前100名 330

图表：中国综合市场前十名 332

图表：全国专业市场竞争力50强 333

图表：2013-2016年浙江绍兴中国轻纺城交易额情况 335

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY ZM

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/239969239969.html>