

2022-2028年中国专业市场行业市场发展规划及市场前景趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国专业市场行业市场发展规模及市场前景趋势报告》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/202111/986123.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

传统意义上的专业市场是一种以现货批发为主，集中交易某一类商品或者若干类具有较强互补性或替代性商品的场所，是一种大规模集中交易的坐商式的市场制度安排。专业市场的主要经济功能是通过可共享的规模巨大的交易平台和销售网络，节约中小企业和批发商的交易费用，形成具有强大竞争力的批发价格。专业市场的优势，是在交易方式专业化和交易网络设施共享化的基础上，形成了交易领域的信息规模经济，外部规模经济和范围经济，从而确立商品的低交易费用优势。

专业市场从农场兴起，是传统集贸市场向专业化方向发展的结果，因此其“专业”性是相对于集贸市场而言的。与集贸市场相比，专业市场的“专业”性主要表现在：首先是市场商品的专门性，其次是市场交易以批发为主，再次是交易双方的开放性。将这些特点综合起来，简而言之，专业市场的内涵就是“专门性商品批发市场”。根据以上特点，可以比较清晰地把专业市场同综合市场，超级市场，百货商店，菜市场，零售商店，专卖店，商品期货交易所，集市，庙会等各种市场形态区别开来。

智研咨询发布的《2022-2028年中国专业市场行业市场发展规模及市场前景趋势报告》共十六章。首先介绍了专业市场行业市场发展环境、专业市场整体运行态势等，接着分析了专业市场行业市场运行的现状，然后介绍了专业市场市场竞争格局。随后，报告对专业市场做了重点企业经营状况分析，最后分析了专业市场行业发展趋势与投资预测。您若想对专业市场产业有个系统的了解或者想投资专业市场行业，本报告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：

第一部分 产业环境透视

第一章 专业市场发展综述

第一节 专业市场概述

一、专业市场概述

二、专业市场功能

三、批发型专业市场的形成条件

四、零售型批发型专业市场的形成条件

第二节 专业市场分类

一、按经营形态分类

二、按商业类别分类

三、按区域特征分类

四、按商圈规模分类

第三节 专业市场统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业涵盖数据种类介绍

第四节 专业市场关联产业分析

一、百货店发展状况分析

二、便利店发展状况分析

三、专卖店发展状况分析

四、超级市场发展状况分析

五、购物中心发展状况分析

六、仓储式商城发展状况分析

七、大型综合超市发展状况分析

第二章 专业市场环境及影响分析

第一节 行业政策环境分析

一、《批发市场分类及等级评估》分析

二、《批发零售交易行为规范》分析

三、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、全球消费者消费趋势分析

二、国内通胀水平分析

三、国内产品品类的消费方向

四、国民的收入水平分析

五、消费者的购物渠道分析

六、社会环境对行业的影响

第四节 行业建设用地环境分析

一、国内批准建设用地规模

二、国内建设用地供应情况

三、国内建设用地出让情况

四、重点城市土地价格分析

五、重点城市土地抵押情况

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

第一节 我国专业市场发展状况分析

- 一、我国专业市场发展阶段
- 二、我国专业市场发展总体概况
- 三、我国专业市场发展特点分析
- 四、我国专业市场商业模式分析

第二节 专业市场发展现状分析

第三节 专业市场运行状况分析

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

第四节 专业市场电子商务平台建设分析

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

第五节 专业市场的国际化发展分析

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

第四章 我国专业市场整体运行指标分析

第一节 商品交易市场总体情况

- 第二节 商品交易市场情况（按营业状态分）
- 第三节 商品交易市场情况（按经营方式分）
- 第四节 商品交易市场情况（按经营环境分）
- 第五节 商品交易市场情况（按摊位分）
- 第六节 商品交易市场情况（按摊位与营业状态分）
- 第七节 商品交易市场情况（按摊位与经营方式分）
- 第八节 商品交易市场情况（按摊位与经营环境分）

第五章 中国专业市场建筑设计与规划分析

第一节 国外专业市场建筑发展分析

- 一、国外专业市场的发展沿革
- 二、国外专业市场的建筑功能发展状况
- 三、国外专业市场的建设案例
- 第二节 国内专业市场建筑发展分析
 - 一、国内专业市场发展沿革
 - 二、国内专业市场建筑功能发展状况
 - 三、国内专业市场建设存在的问题分析
- 第三节 专业市场的规划及选址分析
 - 一、专业市场选址与城市结构关系
 - 二、专业市场与地域特征的关系
 - 三、专业市场与城市区位的关系
 - 1、销地型专业市场
 - 2、集散地型专业市场
 - 3、产地型专业市场
- 第四节 专业市场的外部空间设计
 - 一、专业市场的总体布局
 - 二、外部空间的交通组织
 - 三、专业市场的外部环境设计
 - 四、专业市场的造型处理
- 第五节 专业市场的内部空间设计
 - 一、专业市场的内部功能结构设计
 - 1、内部功能的构成
 - 2、内部功能的配置
 - 3、内部功能的组合方式
 - 二、内部空间交通流线组织
 - 三、内部空间构成要素设计
 - 四、专业市场的建筑安全设计
- 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
 - 第一节 细分专业市场发展概述
 - 一、细分专业的研究范围
 - 二、专业市场的市场结构分析
 - 第二节 纺织服装专业市场分析预测
 - 第三节 农产品专业市场分析预测
 - 第四节 小商品专业市场分析预测

第五节 电子专业市场分析预测

第六节 家电专业市场分析预测

第七章 我国专业市场营销趋势及策略分析

第一节 专业市场的招商准备

一、专业市场的招商流程

二、专业市场的招商方式

三、专业市场的招商手册

四、专业市场的招商广告

五、专业市场的招商活动

第二节 专业市场的招商策略

一、国内商贸项目招商现状

二、二三线城市招商困局分析

三、主力店的招商策略与技巧

四、专业市场的创新招商策略

第三节 专业市场的销售分析

一、专业市场的营销要素

二、专业市场的市场定位

三、专业市场客户的把握

四、专业市场的定向认筹

五、专业市场营销活动的推广

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

第一节 专业市场与产业集群的互动分析

一、专业市场与产业集群的关系

二、产业集群与专业市场的联动

三、促进专业市场与产业集群互动的建议

第二节 各地区专业市场发展规模分析

第三节 36城市专业市场发展规模分析

第四节 三大地带专业市场发展规模分析

第五节 专业市场区域市场分析

第九章 专业市场领先企业经营形势

第一节 中国专业市场排名分析

一、商品交易市场排名

二、综合市场排名

三、专业市场排名

第二节 中国领先专业市场运营管理分析

一、浙江绍兴中国轻纺城

- 1、专业市场的发展规模
- 2、专业市场的商业模式
- 3、专业市场的交易情况
- 4、专业市场的辐射能力
- 5、专业市场的平台服务
- 6、专业市场的入驻商户

二、海宁中国皮革城

- 1、专业市场的发展规模
- 2、专业市场的商业模式
- 3、专业市场的交易情况
- 4、专业市场的辐射能力
- 5、专业市场的平台服务
- 6、专业市场的入驻商户

三、义乌中国小商品城

- 1、专业市场的发展规模
- 2、专业市场的商业模式
- 3、专业市场的交易情况
- 4、专业市场的辐射能力
- 5、专业市场的平台服务
- 6、专业市场的入驻商户

四、华强电子世界

- 1、专业市场的发展规模
- 2、专业市场的商业模式
- 3、专业市场的交易情况
- 4、专业市场的辐射能力
- 5、专业市场的平台服务
- 6、专业市场的入驻商户

五、北京新发地农产品批发市场

- 1、专业市场的发展规模
- 2、专业市场的商业模式
- 3、专业市场的交易情况
- 4、专业市场的辐射能力
- 5、专业市场的平台服务

6、专业市场的入驻商户

六、山东金宇装饰家具城

1、专业市场的发展规模

2、专业的服务的服务模式

3、专业市场的交易情况

4、专业市场的辐射能力

5、专业市场的平台服务

6、专业市场的入驻商户

七、上海九星综合市场

1、专业市场的发展规模

2、专业市场的商业模式

3、专业市场的交易情况

4、专业市场的辐射能力

5、专业市场的平台服务

6、专业市场的入驻商户

八、浙江中国科技五金城

1、专业市场的发展规模

2、专业市场的商业模式

3、专业市场的交易情况

4、专业市场的辐射能力

5、专业市场的平台服务

6、专业市场的入驻商户

九、中国（十堰）汽配城

1、专业市场的发展规模

2、专业市场的商业模式

3、专业市场的交易情况

4、专业市场的辐射能力

5、专业市场的平台服务

6、专业市场的入驻商户

十、重庆铠恩国际家居名都

1、专业市场的发展规模

2、专业市场的商业模式

3、专业市场的交易情况

4、专业市场的辐射能力

5、专业市场的平台服务

6、专业市场的入驻商户

第三节 中国领先专业市场企业经营形势分析

一、浙江中国轻纺城集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业营运能力分析

二、海宁中国皮革城股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业营运能力分析

三、浙江中国小商品城集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业经营效率分析
- 6、企业营运能力分析

四、深圳华强实业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营收入分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业经营效率分析
- 6、企业营运能力分析

五、北京市新发地农产品股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业经营模式分析

5、企业项目业绩介绍

6、企业竞争优势分析

六、山东金宇商贸有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业经营模式分析

5、企业项目业绩介绍

6、企业竞争力分析

七、上海九星控股（集团）有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业农方收益分析

4、企业净利润分析

5、企业净资产分析

6、企业上缴税收分析

八、中国科技五金城集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业经营模式分析

5、企业项目业绩介绍

6、企业市场服务体系

九、湖北大明汽车贸易有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业经营模式分析

5、企业项目业绩介绍

6、企业优势项目分析

十、重庆铠恩国际家居名都经营有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业经营模式分析

5、企业项目业绩介绍

6、企业竞争力分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2022-2028年专业市场前景及趋势预测

第一节 2022-2028年专业市场发展前景

- 一、2022-2028年专业市场发展潜力
- 二、2022-2028年专业市场发展前景展望
- 三、2022-2028年专业市场细分行业发展前景分析

第二节 2022-2028年专业市场发展趋势预测

- 一、2022-2028年专业市场建筑的发展趋势
- 二、2022-2028年专业市场的转型与提升趋势
- 三、2022-2028年专业市场发展模式趋势分析
- 四、2022-2028年专业市场发展趋势分析

第三节 2022-2028年中国专业市场供需预测

- 一、2022-2028年中国专业市场供给预测
- 二、2022-2028年中国专业市场需求预测
- 三、2022-2028年中国专业市场供需平衡预测

第十一章 2022-2028年专业市场投资价值评估分析

第一节 专业市场投资特性分析

- 一、专业市场进入壁垒分析
- 二、专业市场盈利因素分析
- 三、专业市场投资价值分析

第二节 专业市场投资价值影响因素分析

第三节 专业市场投资赢利模式分析

第十二章 2022-2028年专业市场投资机会与风险

第一节 专业市场投融资情况

- 一、专业市场的投资现状分析
- 二、专业市场的融资现状分析

第二节 2022-2028年专业市场投资机会

- 一、中小企业规模增长带来的需求
- 二、专业市场租金提升的机会
- 三、专业市场物业价值重估的机会
- 四、新专业市场项目的投资机会

第三节 2022-2028年专业市场投资风险及防范

- 一、专业市场建设与运营的政策环境风险

二、专业市场建设与运营的宏观经济风险

三、专业市场建设与运营的产业环境风险

第四节 中国专业市场投资建议

一、专业市场未来发展方向

二、专业市场主要投资建议

三、中国专业市场企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 2022-2028年专业市场面临的问题及对策

第一节 专业市场开发运营的关键环节分析

第二节 中国专业市场存在的问题分析

一、市场关联度小

二、产品趋同与低价位竞争

三、地区发展不平衡

四、与农业生产和居民生活相关的市场相对滞后

五、市场秩序混乱

第三节 中国专业市场发展对策分析

一、找准市场定位

二、积极推进营销创新

三、提高技术装备水平

四、强化市场监管

第十四章 专业市场mall案例分析研究

第一节 专业市场mall分析

一、中国专业市场mall的概念

二、中国专业市场mall现状分析

三、中国专业市场mall未来发展分析

第二节 义乌中国小商品城案例分析

第三节 华南城案例分析

一、华南城简介

二、华南城产生背景

三、华南城特色模式分析

四、华南城发展现状分析

五、华南城发展优势分析

六、华南城经营管理分析

七、华南城的功能分区

八、华南城的招商

第四节 中国新塘国际牛仔服装纺织城案例分析

- 一、简介
- 二、地方支持分析
- 三、经营策略分析

第十五章 专业市场发展战略研究

第一节 专业市场发展战略研究

第二节 对我国专业市场品牌的战略思考

- 一、专业市场品牌的重要性
- 二、专业市场实施品牌战略的意义
- 三、专业市场企业品牌的现状分析
- 四、我国专业市场企业的品牌战略
- 五、专业市场品牌战略管理的策略

第三节 专业市场运营策略分析

- 一、全面了解行业市场
- 二、完善专业市场的整体配套
- 三、开拓新的交易平台
- 四、充分利用行业协会的优势
- 五、招商严把商户质量关

第四节 专业市场投资战略研究

- 一、专业市场投资关键要素分析
- 二、2021年专业市场投资战略
- 三、2022-2028年专业市场投资战略
- 四、2022-2028年细分行业投资战略

第十六章 研究结论及发展建议

第一节 专业市场研究结论及建议

第二节 专业市场子行业研究结论及建议

第三节 专业市场发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议（ZYZS）

图表目录

图表：专业市场的四大功能

图表：专业市场的分类

图表：销地型专业市场选址模式

图表：集散地型专业市场选址模式

图表：产地型专业市场选址模式

图表：线型平面示意图

图表：片型平面示意图

图表：点型平面示意图

图表：面型平面示意图

图表：综合型平面示意图

图表：专业市场主要功能空间构成

图表：国外专业市场功能配置图

图表：国内专业市场功能配置图

图表：专业市场细分市场结构

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202111/986123.html>