

2021-2027年中国商品交易行业市场行情动态及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国商品交易行业市场行情动态及投资前景分析报告》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/202010/905644.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

打包形式是最早出现的外卖形式，虽然古老，却延续至今。随着电话、手机、网络的普及，外卖行业得到迅速的发展。

商品交易市场指有固定场所，设施，有若干经营者入场经营，分别纳税，由市场经营管理者负责经营管理，实行集中，公开商品交易的场所。

主要包括消费品综合市场，农产品市场，工业消费品市场，生产资料综合市场，工业生产资料市场，农业生产资料市场等类型。

商品交易市场的类型

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国商品交易行业市场行情动态及投资前景分析报告》共七章。首先介绍了商品交易行业市场发展环境、商品交易整体运行态势等，接着分析了商品交易行业市场运行的现状，然后介绍了商品交易市场竞争格局。随后，报告对商品交易做了重点企业经营状况分析，最后分析了商品交易行业发展趋势与投资预测。您若想对商品交易产业有个系统的了解或者想投资商品交易行业，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：

第一章 中国商品交易市场发展概况分析

第一节 商品交易市场的相关概述

一、商品交易市场相关概述

（一）商品交易市场的定义

（二）商品交易市场的分类

（三）在经济发展中的作用

二、商品交易市场的产生条件

（一）商品交易市场产生的制度根源

（二）商品交易市场产生的经济根源

（三）商品交易市场产生的社会根源

三、报告的研究范围与方法

第二节 商品交易市场的发展概况

一、商品交易市场的发展阶段

- (一) 商品交易市场发展起步阶段
- (二) 商品交易市场全面建设阶段
- (三) 商品交易市场数量扩张阶段
- (四) 商品交易市场升级转型阶段

二、商品交易市场发展规模分析

(一) 商品交易市场的数量规模

在新时代创新发展、高质量发展成为大势所趋的背景下，商品交易市场传统扩张模式遇阻，市场数量呈逐年减少态势。在市场数量整体大幅减少的情况下，亿元以上市场数量也逐年减少，2019年中亿元以上商品交易市场数量4037个，比上年减少259个，同比下降6.03%。从商品交易市场数量调整趋势看，未来几年内商品交易市场数会继续减少。

2014-2019年中国亿元以上商品交易市场数量及增长

资料来源：国家统计局、智研咨询整理

- (二) 商品交易市场出租摊位数
- (三) 商品交易市场的营业面积
- (四) 商品交易市场的成交金额

三、商品交易市场的发展建议

- (一) 商品交易市场的发展特点
- (二) 商品交易市场的发展态势
- (三) 商品交易市场存在的问题
- (四) 商品交易市场的发展建议

第三节 大宗商品交易市场发展分析

一、大宗商品交易市场的发展状况

- (一) 大宗商品流通业的发展现状
- (二) 大宗商品流通业的发展阶段
- (三) 大宗商品流通业的解决途径
- (四) 电商对大宗商品交易的影响

二、大宗商品电子类交易市场分析

- (一) 大宗商品电子类交易市场总体概况
- (二) 大宗商品电子类交易市场地域分布
- (三) 大宗商品电子类交易市场行业分布

三、大宗商品交易市场的前景展望

第二章 中国商品交易市场发展环境分析

第一节 商品交易市场政策环境分析

一、商品交易市场的监管体系

二、商品交易市场的政策解读

三、商品交易市场的监管现状

第二节 商品交易市场经济环境分析

一、国内宏观经济环境分析

- (一) 国内生产总值及增长情况
- (二) 工业增加值及其增长情况
- (三) 农业增加值及其增长情况
- (四) 人民币汇率及其变化趋势
- (五) 居民消费价格指数及变化
- (六) 居民人均收入情况及增长
- (七) 固定资产投资额及其增长
- (八) 消费品零售总额及其增长
- (九) 货币供应量及其增长情况

二、国际宏观经济环境分析

- (一) 世界主要国家国内生产总值
- (二) 主要经济体的经济形势分析
- (三) 世界主要国家和地区 C P I
- (四) 主要国家就业结构与失业率
- (五) 主要国家货物进出口贸易额
- (六) 世界经济运行主要影响因素
- (七) 世界经济展望最新预测分析
- (八) 外部环境对中国经济的影响

第三节 商品交易市场贸易环境分析

一、货物进出口总额变化情况

- (一) 货物进出口总额及增长
- (二) 货物出口总额及其增长
- (三) 货物进口总额及其增长

二、对国家和地区货物贸易情况

三、国际商品市场走势分析

- (一) 国际商品市场表现分析
- (二) 国际商品市场影响因素
- (三) 主要商品市场发展前景

四、中国对外贸易发展环境分析

第三章 各类别商品交易市场发展分析

第一节 综合市场

一、综合市场发展规模分析

- (一) 数量规模
- (二) 出租摊位
- (三) 营业面积
- (四) 成交金额

二、生产资料综合市场分析

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) TOP 20

三、工业消费品综合市场分析

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) TOP 20

四、农产品综合市场分析

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) TOP 20

五、其他综合市场分析

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) TOP 20

第二节 专业市场

一、专业市场的相关概述

- (一) 专业市场的基本概念
 - (二) 专业市场的特点分析
 - (三) 专业市场的类别划分
 - 二、专业市场发展规模分析
 - (一) 专业市场的数量规模
 - (二) 专业市场出租摊位数
 - (三) 专业市场的营业面积
 - (四) 专业市场的成交金额
 - 三、专业市场与网上市场互动分析
 - (一) 专业市场发展电子商务的路径
 - (二) 专业市场发展电子商务的困难
 - (三) 实体与网络互动发展对策措施
 - 四、网上轻纺城建设实例分析
 - (一) 中国轻纺城的发展现状分析
 - (二) 网上轻纺城的发展优势分析
 - (三) 网上轻纺城的核心功能介绍
 - (四) 网上轻纺城的信用安全体系
 - (五) 网上轻纺城的主要交易模式
 - 五、浙江专业市场转型升级分析
 - (一) 专业市场面临的挑战
 - (二) 专业市场转型的机遇
 - (三) 专业市场发展的建议
 - 六、专业市场发展趋势分析
- #### 第四章 中国电子商务市场发展分析
- ##### 第一节 电子商务市场规模分析
- 一、中国网民规模情况分析
 - (一) 总体网民规模分析
 - (二) 手机网民规模分析
 - (三) 分省网民规模分析
 - (四) 农村网民规模分析
 - 二、电子商务发展规模分析
 - (一) 电子商务市场交易规模
 - (二) 电子商务细分市场构成
 - (三) 电子商务企业从业人员
- ##### 第二节 电子商务细分市场分析

一、B2B电子商务发展分析

- (一) B2B电子商务市场规模
- (二) B2B电子商务企业规模
- (三) B2B电子商务营收规模
- (四) B2B电子商务市场份额
- (五) B2B电子商务用户规模

二、跨境电子商务发展分析

- (一) 跨境电子商务市场规模
- (二) 跨境电商进口出口结构
- (三) 跨境电商交易模式结构

三、网络零售市场发展分析

- (一) 网络零售市场交易规模
- (二) 占消费品零售总额比例
- (三) 网络购物交易市场份额
- (四) 网络购物用户规模分析
- (五) 移动网络交易规模分析
- (六) 移动网络市场份额分析
- (七) 网络零售市场发展趋势

第三节 电子商务园区发展分析

一、电子商务园区发展概况

- (一) 电子商务园区数量规模
- (二) 电子商务园区地理分布
- (三) 电子商务园区建筑规模
- (四) 电子商务园区入驻企业
- (五) 电子商务园区盈利模式

二、电子商务园区重要特征

- (一) 规模化涌现
- (二) 集成化服务
- (三) 生态化集聚

三、电子商务园区持续进化

- (一) 网商集聚
- (二) 服务聚合
- (三) 创新整合

四、电子商务园区战略价值

- (一) 本地电子商务服务枢纽

- (二) 大众创业创新的孵化器
- (三) 富有活力的知识社区
- (四) 促进电商发展的政策载体

五、电子商务园区的未来展望

第五章 中国各类专业市场发展分析

第一节 生产资料市场分析

一、生产资料市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

二、农业生产用具市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

三、农用生产资料市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

四、煤炭市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

五、木材市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积

(五) 成交金额

六、建材市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

七、化工材料及制品市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

八、金属材料市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

九、机械设备市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

第二节 农产品市场分析

一、农产品市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

二、粮油市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

三、肉禽蛋市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

四、水产品市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

五、蔬菜市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

六、干鲜果品市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

第三节 食品饮料及烟酒市场分析

一、食品饮料及烟酒市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

(六) TOP 20

二、食品饮料市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) TOP 20

三、茶叶市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) TOP 20

四、烟酒市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 烟酒市场

第四节 纺织服装及鞋帽市场分析

一、纺织服装及鞋帽市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) TOP 20

二、布料及纺织品市场

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

(六) TOP 20

三、服装市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

(六) TOP 20

四、鞋帽市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

(六) TOP 20

第五节 日用品及文化用品市场分析

一、日用品及文化用品市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

二、小商品市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

三、箱包市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

四、玩具市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

五、文具市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

六、图书及报刊杂志市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

七、音像制品及电子出版物市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

八、体育用品市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

第六节 其他专业市场分析

一、黄金珠宝玉石等首饰市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

二、家电市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

三、中药材市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

四、家具市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

五、装饰材料市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

六、五金材料市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

七、汽车市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

八、花卉市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

九、旧货市场

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

第六章 中国各区域商品交易市场分析

第一节 各区域商品交易市场分析

一、东部地区

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

二、中部地区

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

三、西部地区

(一) 市场数量

(二) 总摊位数

(三) 出租摊位

(四) 营业面积

(五) 成交金额

四、东北地区

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

第二节 东部地区商品交易市场分析

一、北京市

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

二、江苏省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

三、浙江省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

四、上海市

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

五、山东省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

六、广东省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

七、河北省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

八、天津市

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

第三节 中部地区商品交易市场分析

一、湖南省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

二、安徽省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

三、河南省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

四、湖北省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

五、江西省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

六、山西省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

第四节 西部地区商品交易市场分析

一、重庆市

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

二、四川省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

三、新疆

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

四、广西

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

五、云南省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

第五节 东北地区商品交易市场分析

一、辽宁省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

二、黑龙江

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额

三、吉林省

- (一) 市场数量
- (二) 总摊位数
- (三) 出租摊位
- (四) 营业面积
- (五) 成交金额
- (六) 未来展望

第七章 中国商品交易市场领先企业分析（ZY ZS）

一、上海物资贸易股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

二、浙江中国小商品城集团股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

三、浙江中国轻纺城集团股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

四、江苏吴江中国东方丝绸市场股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

五、海宁中国皮革城股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

六、深圳市农产品股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

七、深圳华强实业股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

八、上海豫园旅游商城股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

九、浙江中国科技五金城集团有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

十、上海石化物资交易中心有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业股权结构分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业经营状况分析
- (五) 企业盈利能力分析
- (六) 企业营运能力分析

附件：

附件一：本报告专业术语解释速查

附件二：本报告主要政策/规划速查

图表目录：

图表1：报告研究方法介绍

图表2：商品交易市场的数量规模（单位：个）

图表3：商品交易市场数量规模增长情况（单位：%）

图表4：商品交易市场的出租摊位数（单位：个）

图表5：商品交易市场出租摊位数增长情况（单位：%）

图表6：商品交易市场的营业面积（单位：万平方米）

图表7：商品交易市场营业面积增长情况（单位：%）

图表8：商品交易市场的成交金额（单位：亿元）

图表9：商品交易市场成交金额增长情况（单位：%）

图表10：2020年大宗商品电子类交易市场地域分布表（单位：家）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/905644.html>