

2017-2022年中国专业行业 全景调研及战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国专业行业全景调研及战略咨询报告》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.abaogao.com/b/qita/998477ERB3.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

中国的专业市场大多以批发为主。目前，全国已初步形成了以农副产品批发市场、小商品批发市场、建筑装饰材料市场、生产资料市场等为主的，包括皮革、五金、家居、服装、纺织、电器、IT、化工、医药、汽配等在内各类综合性专业市场。经过近几十年的发展，专业市场在扩大内需、引导生产、搞活流通、推动经济发展等方面发挥了重要作用。但在发展中也存在一些严重问题，如：法制不健全，运作不规范，开发门槛低，盲目上马、无序竞争、假冒伪劣商品充斥的现象严重；重复建设现象严重，不顾市场和商户的需求，导致恶性低层次竞争，如北京的建材市场、广州的服装市场等；选址不合理、定位不准确、规划不专业、设计不科学、功能配套不完善，招商、经营乏力，交通、安全、消防隐患多；市场发展缺乏创新，重数量轻质量，管理落后，竞争意识、品牌意识薄弱，市场适应性慢，发展后劲不足；部分市场管理人员和交易人员素质低，服务意识差，交易方式陈旧，不懂现代商贸物流，产品市场网络化和电子商务化建设缓慢。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国专业行业全景调研及战略咨询报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 专业市场产业环境透视

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

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

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 专业市场行业深度分析

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

1、品牌折扣模式

2、总部经济模式

3、产业共赢模式

4、贸易服务模式

第二节 专业市场发展现状分析

一、市场建设由数量规模扩张型向质量提升型转变

二、市场法人主体化

三、充分利用计算机和网络技术建立电子市场

四、批发市场向生产和消费两头延伸

五、提供多种市场服务功能

六、建立商品交易市场的准入制度

七、交易形式更加多样化

八、培育成熟的中介组织进入市场

九、运用法律和经济手段对交易市场进行管理

十、充分发挥各类商品交易市场协会作用

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）

一、商品交易市场情况（按营业状态分-常年营业）

二、商品交易市场情况（按营业状态分-季节性营业）

三、商品交易市场情况（按营业状态分-其他）

第三节 商品交易市场情况（按经营方式分）

一、商品交易市场情况（按经营方式分-批发为主）

二、商品交易市场情况（按经营方式分-零售为主）

第四节 商品交易市场情况（按经营环境分）

一、商品交易市场情况（按经营环境分-露天式）

二、商品交易市场情况（按经营环境分-封闭式）

三、商品交易市场情况（按经营环境分-其他）

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）

一、商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-常年营业）

二、商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-季节性 营业）

三、商品交易市场情况（按摊位与营业状态分-其他）

第七节 商品交易市场情况（按摊位与经营方式分）

一、商品交易市场情况（按摊位与经营方式分-批发为主）

二、商品交易市场情况（按摊位与经营方式分-零售为主）

第八节 商品交易市场情况（按摊位与经营环境分）

一、商品交易市场情况（按摊位与经营环境分-露天式）

二、商品交易市场情况（按摊位与经营环境分-封闭式）

三、商品交易市场情况（按摊位与经营环境分-其他）

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

1、专业市场的选址影响因素

2、专业市场对城市发展的影响

3、专业市场的选址原则

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 专业市场全景调研

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

一、纺织服装行业运行分析

二、纺织服装市场供需形势分析

三、纺织服装专业市场发展概述

1、纺织服装专业市场的范围分类

2、纺织服装专业市场的业态分类

3、纺织服装专业市场的功能分类

4、纺织服装专业市场的商圈特征分类

四、纺织服装专业市场的发展规模

1、纺织服装专业市场数量

2、纺织服装专业市场总摊位数

3、纺织服装专业市场出租摊位数

4、纺织服装专业市场的营业面积

5、纺织服装专业市场的交易规模

五、纺织服装专业市场的细分市场分析

1、布料及纺织品专业市场运行分析

- 2、服装专业市场运行分析
- 3、鞋帽专业市场运行分析
- 4、其他纺织服装专业市场运行分析
- 六、纺织服装专业市场的竞争格局
- 七、纺织服装专业市场电子商务的应用
- 八、2017-2022年纺织服装专业市场的发展趋势

第三节 农产品专业市场分析预测

- 一、农产品行业运行分析
- 二、农产品市场供需形势分析
- 三、农产品专业市场的发展概述
- 四、农产品专业市场的发展规模
 - 1、农产品专业市场数量
 - 2、农产品专业市场总摊位数
 - 3、农产品专业市场出租摊位数
 - 4、农产品专业市场的营业面积
 - 5、农产品专业市场的交易规模
- 五、农产品专业市场的细分市场分析
 - 1、粮油专业市场运行分析
 - 2、肉禽蛋专业市场运行分析
 - 3、蔬菜专业市场运行分析
 - 4、干鲜果品专业市场运行分析
 - 5、棉麻土畜、烟叶专业市场运行分析
 - 6、其他农产品专业市场运行分析
- 六、农产品专业市场的竞争格局
- 七、农产品专业市场电子商务的应用
- 八、2017-2022年农产品专业市场的发展趋势

第四节 小商品专业市场分析预测

- 一、小商品行业运行分析
- 二、小商品市场供需形势分析
- 三、小商品专业市场的发展特征
- 四、小商品专业市场的发展规模
 - 1、小商品专业市场数量

- 2、小商品专业市场总摊位数
- 3、小商品专业市场出租摊位数
- 4、小商品专业市场的营业面积
- 5、小商品专业市场的交易规模
- 五、小商品专业市场的竞争格局
- 六、小商品专业市场电子商务的应用
- 七、2017-2022年小商品专业市场的发展趋势

第五节 电子专业市场分析预测

- 一、电子行业运行分析
- 二、电子市场供需形势分析
- 三、电子专业市场的发展特征
- 四、电子专业市场的发展规模
 - 1、电子专业市场数量
 - 2、电子专业市场总摊位数
 - 3、电子专业市场出租摊位数
 - 4、电子专业市场的营业面积
 - 5、电子专业市场的交易规模
 - 五、电子专业市场的竞争格局
 - 六、电子专业市场电子商务的应用
 - 七、2017-2022年电子专业市场的发展趋势

第六节 家电专业市场分析预测

- 一、家电行业运行分析
- 二、家电市场供需形势分析
- 三、家电专业市场的发展特征
- 四、家电专业市场的发展规模
 - 1、家电专业市场数量
 - 2、家电专业市场总摊位数
 - 3、家电专业市场出租摊位数
 - 4、家电专业市场的营业面积
 - 5、家电专业市场的交易规模
 - 五、家电专业市场的竞争格局
 - 六、家电专业市场电子商务的应用

七、2017-2022年家电专业市场的发展趋势

第七节 家具专业市场分析预测

一、家具行业运行分析

二、家具市场供需形势分析

三、家具专业市场的发展特征

四、家具专业市场的发展规模

1、家具专业市场数量

2、家具专业市场总摊位数

3、家具专业市场出租摊位数

4、家具专业市场的营业面积

5、家具专业市场的交易规模

五、家具专业市场的竞争格局

六、家具专业市场电子商务的应用

七、2017-2022年家具专业市场的发展趋势

第八节 建筑材料专业市场分析预测

一、建材行业运行分析

二、建材市场供需形势分析

三、建筑材料专业市场的发展特征

四、建筑材料专业市场的发展规模

1、建筑材料专业市场数量及分布

2、建筑材料专业市场的经营面积

3、建筑材料专业市场的交易规模

4、建筑材料专业市场的租金分析

五、建筑材料专业市场的竞争格局

六、建筑材料专业市场电子商务的应用

七、2017-2022年建筑材料专业市场的发展趋势

第九节 化工专业市场分析预测

一、化工行业运行分析

二、化工市场供需形势分析

三、化工专业市场的发展特征

四、化工专业市场的发展规模

1、化工专业市场数量

- 2、化工专业市场总摊位数
- 3、化工专业市场出租摊位数
- 4、化工专业市场的营业面积
- 5、化工专业市场的交易规模
- 五、化工专业市场的竞争格局
- 六、化工专业市场电子商务的应用
- 七、2017-2022年化工专业市场的发展趋势

第十节 五金专业市场分析预测

- 一、五金行业市场运行分析
- 二、五金行业市场容量预测
- 三、五金专业市场的发展特征
- 四、五金专业市场的发展规模
 - 1、五金专业市场数量
 - 2、五金专业市场总摊位数
 - 3、五金专业市场出租摊位数
 - 4、五金专业市场的营业面积
 - 5、五金专业市场的交易规模
 - 五、五金专业市场的竞争格局
 - 六、五金专业市场电子商务的应用
 - 七、2017-2022年五金专业市场的发展趋势

第十一节 汽车配件专业市场分析预测

- 一、汽车配件行业运行分析
- 二、汽车配件市场供需形势分析
- 三、汽车配件专业市场的发展特征
- 四、汽车配件专业市场的发展规模
 - 1、汽车配件专业市场数量
 - 2、汽车配件专业市场总摊位数
 - 3、汽车配件专业市场出租摊位数
 - 4、汽车配件专业市场的营业面积
 - 5、汽车配件专业市场的交易规模
 - 五、汽车配件专业市场的竞争格局
 - 六、汽车配件专业市场电子商务的应用

七、2017-2022年汽车配件专业市场的发展趋势

第十二节 其他专业市场分析预测

- 一、光伏产品专业市场的投资潜力
- 二、古玩专业市场的投资潜力
- 三、金属材料专业市场的投资潜力
- 四、中药材专业市场的投资潜力

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 专业市场竞争格局分析

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
 - 1、产业集群对专业市场的影响

2、专业市场对产业集群的作用

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

一、各地区商品交易市场总体情况

二、各地区商品交易市场情况（按市场类别分）

三、各地区商品交易市场情况（按营业状态分）

四、各地区商品交易市场情况（按经营方式分）

五、各地区商品交易市场情况（按经营环境分）

六、各地区商品交易市场情况（按摊位分）

第三节 36城市专业市场发展规模分析

一、36城市商品交易市场总体情况

二、36城市商品交易市场情况（按市场类别分）

三、36城市商品交易市场情况（按营业状态分）

四、36城市商品交易市场情况（按经营方式分）

五、36城市商品交易市场情况（按经营环境分）

六、36城市商品交易市场情况（按摊位分）

第四节 三大地带专业市场发展规模分析

一、三大地带商品交易市场总体情况

二、三大地带商品交易市场情况（按市场类别分）

三、三大地带商品交易市场情况（按营业状态分）

四、三大地带商品交易市场情况（按经营方式分）

五、三大地带商品交易市场情况（按经营环境分）

六、三大地带商品交易市场情况（按摊位分）

第五节 专业市场区域市场分析

一、上海市专业市场分析

二、浙江省专业市场分析

三、江苏省专业市场分析

四、北京市专业市场分析

五、天津市专业市场分析

六、山东省专业市场分析

七、广东省专业市场分析

八、辽宁省专业市场分析

九、其他区域专业市场分析

第九章 2017-2022年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

7、专业市场的核心优势

8、专业市场的发展动向

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

7、专业市场的成功要素

8、专业市场的发展动向

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
- 7、专业市场的格局分布
- 8、专业市场的发展动向

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
- 7、专业市场的创新产业
- 8、专业市场的发展动向

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
- 7、市场的产品来源分布
- 8、专业市场的发展动向

六、山东金宇装饰家具城

- 1、专业市场的发展规模
- 2、专业市场的服务模式
- 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
- 7、专业市场的核心优势
- 8、专业市场的发展动向

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
- 7、专业市场的核心优势
- 8、专业市场的发展动向

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
- 7、专业市场的核心优势
- 8、专业市场的工程建设

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
- 7、专业市场的核心优势
- 8、专业市场的发展动向

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

7、专业市场的核心优势

8、专业市场的发展动向

十一、信地安徽大市场

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

7、专业市场的核心优势

8、专业市场的发展动向

十二、富森美家居装饰建材总部

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

7、专业市场的核心优势

8、专业市场的发展动向

十三、天津天保大宗煤炭交易市场

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

7、专业市场的核心优势

8、专业市场的发展动向

十四、重庆陈家坪机电市场

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
- 7、专业市场的核心优势
- 8、专业市场的发展动向

十五、深圳赛格电子市场

- 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
- 7、专业市场的核心优势
- 8、专业市场的发展动向

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
- 7、企业经营效率分析
- 8、企业经营模式分析
- 9、企业现金流量分析
- 10、企业项目业绩介绍
- 11、企业竞争优势分析
- 12、企业未来发展战略

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
- 7、企业经营效率分析
- 8、企业投资收益分析
- 9、企业现金流量分析
- 10、企业项目业绩介绍
- 11、企业竞争优势劣势分析
- 12、企业未来发展战略

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
- 7、企业盈利能力分析
- 8、企业投资收益分析
- 9、企业现金流量分析
- 10、企业项目业绩介绍
- 11、企业竞争优势劣势分析
- 12、企业发展计划分析

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
- 7、企业盈利能力分析
- 8、企业经营模式分析

- 9、企业投资收益分析
- 10、企业项目业绩介绍
- 11、企业竞争优劣势分析
- 12、企业未来发展战略

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、企业竞争优劣势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

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
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

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
- 7、企业农民福利分析
- 8、企业劳均水平分析
- 9、企业经营模式分析

10、企业最新发展动向

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
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

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
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

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
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

十一、香港信地集团

- 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
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

十二、成都富森美家居股份有限公司

- 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、企业组织结构分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

十三、天津天保大宗煤炭交易市场有限公司

- 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、企业服务优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

十四、重庆绅帝富达实业发展（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、企业竞争力分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

十五、深圳赛格股份有限公司

- 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
- 7、企业盈利能力分析
- 8、企业经营模式分析
- 9、企业投资收益分析
- 10、企业项目业绩介绍
- 11、企业竞争优势分析
- 12、企业未来发展战略

第五部分 专业市场发展前景展望

第十章 2017-2022年专业市场前景及趋势预测

第一节 2017-2022年专业市场发展前景

- 一、2017-2022年专业市场发展潜力
- 二、2017-2022年专业市场发展前景展望
- 三、2017-2022年专业市场细分行业发展前景分析

第二节 2017-2022年专业市场发展趋势预测

- 一、2017-2022年专业市场建筑的发展趋势
 - 1、专业市场的空间集聚趋势
 - 2、专业市场功能复合化趋势
 - 3、专业市场规模大型化趋势
 - 4、专业市场的可再生化趋势
 - 5、专业市场的数字化趋势
- 二、2017-2022年专业市场的转型与提升趋势
 - 1、专业市场与电子商务的融合趋势
 - 2、专业市场与现代物流的融合趋势
 - 3、专业市场与会展经济的融合趋势
- 三、2017-2022年专业市场发展模式趋势分析

- 1、政府主导全面改造升级模式
- 2、特色专业市场提升模式
- 3、东货西进模式
- 4、批发市场全国连锁模式
- 5、电子商务批发市场模式
- 6、总部基地、产业基地、供应链集成模式
- 7、商贸、物流共建模式

四、2017-2022年专业市场发展趋势分析

- 1、专业市场的规模化和专业化趋势
- 2、专业市场的品牌化和连锁化趋势
- 3、专业市场的多元化和多样化趋势
- 4、专业市场的功能整合趋势

第三节 2017-2022年中国专业市场供需预测

- 一、2017-2022年中国专业市场供给预测
- 二、2017-2022年中国专业市场需求预测
- 三、2017-2022年中国专业市场供需平衡预测

第十一章 2017-2022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

- 一、商业氛围
- 二、客流量
- 三、可视性
- 四、楼层
- 五、交通条件
- 六、停车设施
- 七、硬件条件
- 八、项目规划的科学性
- 九、经营商品的类型

十、运营特点

十一、买入价格

十二、周边房地产发展趋势

第三节 专业市场投资赢利模式分析

一、相关专业市场开发模式

二、多元化的专业市场模式

三、中高档的专业市场模式

四、更大规模的专业市场模式

五、与区域发展同步的专业市场模式

六、超市制的专业市场模式

七、铺位销售型的专业市场模式

八、低成本型的专业市场模式

九、配套服务开发的专业市场模式

十、为商家提供金融担保服务的模式

十一、与政府合作的专业市场模式

十二、专业市场的周边效应模式

十三、开发配套的工业园区模式

十四、引入战略投资者的模式

十五、产业联盟的模式

十六、交通优势型的专业市场模式

十七、连锁经营型的专业市场模式

十八、海外专业市场模式

第十二章 2017-2022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

1、专业市场的投资特性

2、专业市场的投资风险

3、专业市场的投资规模

4、专业市场项目建设现状

二、专业市场的融资现状分析

1、专业市场的融资现状

2、专业市场的创新融资方案

第二节 2017-2022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 2017-2022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 专业市场发展战略研究

第十三章 2017-2022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

- 一、开发模式
- 二、立项选址
- 三、定位规划
- 四、招商运营
- 五、经营管理

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

- 1、Shopping mall
- 2、专业市场
- 3、专业市场mall的概念
- 4、专业市场mall与购物中心之间的比较
- 5、相关概念

二、中国专业市场mall现状分析

- 1、中国专业市场mall发展现状
- 2、中国专业市场mall热的产生原因
- 3、中国专业市场mall热所引起的问题
- 4、正确地认识中国专业市场mall

三、中国专业市场mall未来发展分析

- 1、国家政府方面可以做的努力
- 2、市场本身可以做出的规划
- 3、总体判断

第二节 义乌中国小商品城案例分析

- 一、市场概况与布局分析
- 二、发展的历史原因分析
- 三、义乌人分析
- 四、地方产业支持分析
- 五、政府政策支持分析
- 六、经营决策分析

第三节 华南城案例分析

- 一、华南城简介
- 二、华南城产生背景
- 1、天时
- 2、地利

3、人和

三、华南城特色模式分析

1、制度模式

2、服务模式

3、集成服务中心模式

4、华南城模式的核心因素

四、华南城发展现状分析

1、规模巨大

2、配套完善

3、地理优势

4、资金雄厚

五、华南城发展优势分析

1、华南城十大核心优势

2、华南城十大组合运营平台

3、华南城四大投资保障

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

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

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

1、市场基础

2、政府支持

3、物流条件

4、规划设计

5、经营管理

6、市场的中长远需求

7、市场的辐射能力

二、2016年专业市场投资战略

三、2017-2022年专业市场投资战略

四、2017-2022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

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：2013-2015年中国商品交易市场总体情况

图表：2013-2015年商品交易市场情况（按营业状态分）

图表：2013-2015年商品交易市场情况（按经营方式分）

图表：2013-2015年商品交易市场情况（按经营环境分）

图表：2013-2015年商品交易市场情况（按摊位分）

图表：2013-2015年各地区商品交易市场总体情况

图表：2013-2015年36城市商品交易市场总体情况

图表：2013-2015年三大地带商品交易市场总体情况

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

图表：2017-2022年中国商品交易市场数量预测

图表：2017-2022年中国商品交易市场摊位预测

图表：2017-2022年中国商品交易市场营业面积预测

图表：2017-2022年中国商品交易市场交易规模预测

图表：2017-2022年纺织服装专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年农产品专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年小商品专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年电子专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年家电专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年家具专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年建筑材料专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年化工专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年五金专业市场交易规模预测

图表：2017-2022年汽车配件专业市场交易规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/998477ERB3.html>