

2019-2025年中国专业行业 市场分析与投资机遇预测报告

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

《2019-2025年中国专业行业市场分析与投资机遇预测报告》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.abaogao.com/b/qita/G35327SZJ5.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

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。

在适度扩大总需求和供给侧结构性改革政策措施、引导良好发展预期的综合作用下，2016年国内纺织服装专业市场总体运行平稳，成交额保持稳中有进的发展态势。

2016年1~12月，中国纺织工业联合会流通分会重点监测的41家专业市场总成交额达到9745.12亿元，同比增长5.5%，低于同期国内生产总值增速（6.7%）1.2个百分点。其中，26家市场成交额上涨，平均增幅为6.85%；15家市场成交额下降，平均降幅为6.54%。

东部地区成交额增长较快

从区域结构看，东部地区专业市场33家，总体运行质量较好，2016年1-12月成交额达到8571.57亿元，同比增长6.08%；中部地区专业市场4家，成交额达到499.92亿元，同比增长1.92%；西部地区专业市场4家，成交额达到673.63亿元，同比增长1.19%。

产地型市场保持较高增速

从流通层级来看，41家专业市场中包括24家产地型市场、17家销地型市场。2016年1-12月，产地型市场总成交额保持较高增速。

数据显示，产地型市场总成交额8656.41亿元，同比增长6.59%；销地型市场成交额1088.71亿元，同比下降2.44%。

产业集群增速高出单体市场6.85个百分点

2016年1-12月，以柯桥中国轻纺城、常熟服装城为代表的9家市场集群总成交额达到7473.28亿元，同比增长7.18%。32家单体市场总成交额2271.74亿元，同比增长0.33%。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国专业行业市场分析与投资机遇预测报告》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 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 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 市场全景调研 第六章 我国专业市场的细分市场分析 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、纺织服装专业市场的发展概述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

2016年新增专业市场情况

新开工市场投资增大 新开业市场投资减缓

据流通分会统计，2016年新增纺织服装类专业市场32家，新增市场数量同比降低8.57%；新增专业市场总投资额为575.2亿元，同比下降8.38%；新增专业市场总建筑面积为1019.65万平方米，同比下降32.25%。

其中，新开工市场5家，较2015年增加2家；新开工市场投资额188亿元，同比上涨133.54%；新开工市场建筑面积216.5万平米，同比上涨78.04%。

新开业市场27家，较2015年减少5家；新开业市场投资额386.2亿元，同比下降29.29%；新开业市场建筑面积802.15万平米，同比下降41.96%。

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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、五金行业市场容量的市场容量预测三、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、2019-2025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、2019-2025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、中医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 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、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、企业未来发展战略四、深圳华强实业股份有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、企业未来发展战略八、中国科技五金城集团有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、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、

企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、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、企业经营状况分析3、企业未来发展战略 第五部分 发展前景展望第十章 2019-2025年专业市场前景及趋势预测第. 一节 2019-2025年专业市场发展前景一、2019-2025年专业市场发展潜力二、2019-2025年专业市场发展前景展望第二节 2019-2025年专业市场发展趋势预测一、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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 2019-2025年中国专业市场供需预测一、2019-2025年中国专业市场供给预测二、2019-2025年中国专业市场需求预测三、2019-2025年中国专业市场供需平衡预测 第十一章 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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

2019-2025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 2019-2025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 mall2、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、2017年专业市场投资战略三、2019-2025年专业市场投资战略四、2019-2025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：2015-2017年中国商品交易市场总体情况图表：2015-2017年商品交易市场情况（按营业状态分）图表：2015-2017年商品交易市场情况（按经营方式分）图表：2015-2017年商品交易市场情况（按经营环境分）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/G35327SZJ5.html>