

2020-2026年中国批发市场 深度研究与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国批发市场深度研究与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202004/29-345536.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

作为商品流通的重要环节，批发业的发展对于节约全社会的成本、降低交易成本、提高流通效率、促进经济增长具有重要作用。然而随着生产商和零售商向批发环节一体化进程的加快，我国批发业的发展陷入困境，整个流通体系呈现“两头活跃、中间萎缩”的基本格局，“批发无用论”观点开始盛行。从国外批发业的发展经验来看，批发与零售贸易的比率整体呈下降趋势，然而批发商品交易额依然呈上升趋势而且其在商品流通环节依然占有重要的地位。

按照新的大中小微型企业划分标准，2019年中国大中型批发企业达到72944家，年末从业人数达到410.3万人，实现商品购进额30.4万亿元、商品销售额32.7万亿元，期末商品库存额2.12万亿元。从经济效益来看，2019年大中型批发企业实现主营业务收入29.21万亿元，创造利润总额6395亿元，主营业务毛利率为7.7%。

从商品结构来看，中国矿产品、建材及化工产品，食品、饮料及烟草制品，纺织、服装及日用品等行业的批发业务主营业务收入所占的比重最大；而饮料及茶叶、烟草制品、服装、鞋帽、体育用品、图书、中药材及中成药、通讯及广播电视设备等产品的批发业务毛利率较高，均在10%以上。

从世界范围来看，独立批发商经历了先抑后扬的曲折发展过程，最终在社会生产和流通中的地位逐渐趋于稳固。中国批发业不仅将遵循批发发展的一般规律，还会因中国的特殊国情而呈现出更为复杂的发展动向。随着商品流通改革进入纵深阶段，批发萎缩对流通效率的严重制约已经从实践层面对“批发无用论”做出了否定的论断，效率与成本将最终取代环节数量成为衡量商品流通渠道环节合理与否的核心指标。我国批发业面临着与生产环节、零售环节形成以效率为目标的协同机制，重振批发业的重大任务和使命。批发企业需要解放思想，积极转型，利用现代信息技术及物流设施更好地为生产商和零售商服务，从而提高整体流通效率。同时，政府有关部门也需要纠正对批零结构调整的传统政策取向，积极引导批发业的改革创新展。

报告目录

第一部分 批发行业发展环境

第一章 中国批发业发展背景综述 1

第一节 批发业相关概念 1

一、批发的概念与功能 1

二、批发商的分类体系 1

三、批发业的定义	1
四、批发经营的特点及业态	2
第二节 批发业统计口径	7
一、批发业大中小微型企业划分标准	7
二、批发业统计限额标准	8
三、批发业主要统计指标解释	8
第三节 批发业发展环境	12
一、批发业政策环境分析	12
二、批发业经济环境分析	15
1、中国经济环境分析	15
2、国外经济环境分析	54
三、批发业社会环境分析	120
1、需求结构发生变化	131
2、新型产销关系出现	132
3、物流、信息技术发展	132
4、电子商务发展迅猛	135
四、批发业外贸环境分析	137
第二章 国外批发业发展启示	138
第一节 国外主要国家批发业发展现状及特征分析	138
一、美国批发业发展现状及特征分析	138
二、日本批发业发展现状及特征分析	139
三、法国批发业发展现状及特征分析	140
第二节 国外批发业发展对我国的启示	142
一、强化为零售服务的功能	142
二、建立现代信息系统	142
三、充分发挥物流服务作用	143
四、科学合理组织货源	143
第二部分 批发行业发展现状	
第三章 中国批发业发展现状分析	144
第一节 批发业发展规模	144

一、批发业企业单位数和从业人数 144

1、企业单位数 144

2、从业人数 144

二、批发业商品购、销、存规模 145

1、商品购进额 145

2、商品销售额 145

3、期末商品库存额 146

三、批发业实收资本及其构成 146

第二节 批发业经营情况 147

一、批发业主营业务收入 147

二、批发业利润总额 147

三、批发业负债情况 148

四、批发业业务成本 148

五、批发业总资产情况 149

第三节 批发业发展瓶颈 149

一、"重零售轻批发"的思想依然存在 149

二、零售商与生产商的双重挤压 149

三、批发市场结构趋同 150

四、批发企业规模过小 150

五、集约化程度低 151

第四章 中国批发业商品结构分析 152

第一节 批发业商品结构概况 152

一、按国民经济行业分批发业企业单位数及从业人数构成 152

1、企业单位数构成 152

2、从业人数构成 152

二、按国民经济行业分批发业商品购、销、存构成 153

1、商品购进额构成 153

2、商品销售额构成 153

3、期末商品库存额构成 154

三、按国民经济行业分批发业主营业务收入及利润构成 154

1、主营业务收入构成 154

- 2、主营业务利润构成 155
- 3、主营业务成本构成 155

第三部分 批发行业市场分析

第五章 饮料及烟草制品批发市场分析 156

第一节 食品、饮料及烟草制品批发行业商品结构分析 156

- 一、食品、饮料及烟草制品批发行业分行业企业单位数及从业人数构成 156
- 二、食品、饮料及烟草制品批发行业分行业商品购、销、存构成 157
- 三、食品、饮料及烟草制品批发行业分行业主营业务收入及利润构成 157
- 四、食品、饮料及烟草制品批发行业分行业费用比较 158

第二节 酒、饮料及茶叶批发市场分析 158

- 一、酒、饮料及茶叶市场规模分析 158
- 二、酒、饮料及茶叶批零结构分析 159
- 三、酒、饮料及茶叶批发现状及前景分析 159
- 四、大型酒、饮料及茶叶批发企业分析 163

第三节 烟草制品批发市场分析 163

- 一、烟草制品市场规模分析 163
- 二、烟草制品批零结构分析 164
- 三、烟草制品批发现状及前景分析 164
- 四、大型烟草制品批发企业分析 166

第六章 服装及日用品批发市场分析 167

第一节 纺织、服装及日用品批发行业商品结构分析 167

- 一、纺织、服装及日用品批发行业分行业企业单位数及从业人数构成 167
- 二、纺织、服装及日用品批发行业分行业商品购、销、存构成 167
- 三、纺织、服装及日用品批发行业分行业主营业务收入及利润构成 168
- 四、纺织、服装及日用品批发行业分行业费用比较 168

第二节 服装批发市场分析 169

- 一、服装市场规模分析 169
- 二、服装批零结构分析 169
- 三、服装批发现状及前景分析 169
- 四、大型服装批发企业分析 171

第三节 鞋帽批发市场分析 172

一、鞋帽市场规模分析 172

二、鞋帽批零结构分析 172

三、鞋帽批发现状及前景分析 172

四、大型鞋帽批发企业分析 174

第七章 医药及医疗器械批发市场分析 175

第一节 医药及医疗器械批发行业商品结构分析 175

一、医药及医疗器械批发行业分行业企业单位数及从业人数构成 175

二、医药及医疗器械批发行业分行业商品购、销、存构成 175

三、医药及医疗器械批发行业分行业主营业务收入及利润构成 176

四、医药及医疗器械批发行业分行业费用比较 176

第二节 中药材及中成药批发市场分析 177

一、中药材及中成药市场规模分析 177

二、中药材及中成药批零结构分析 177

三、中药材及中成药批发现状及前景分析 177

四、大型中药材及中成药批发企业分析 181

第八章 体育用品及器材批发市场分析 182

第一节 文化、体育用品及器材批发行业商品结构分析 182

一、文化、体育用品及器材批发行业分行业企业单位数及从业人数构成 182

二、文化、体育用品及器材批发行业分行业商品购、销、存构成 183

三、文化、体育用品及器材批发行业分行业利润构成 183

四、文化、体育用品及器材批发行业分行业费用比较 184

第二节 体育用品批发市场分析 184

一、体育用品市场规模分析 184

二、体育用品批零结构分析 185

三、体育用品批发现状及前景分析 185

四、大型体育用品批发企业分析 186

第三节 图书批发市场分析 186

一、图书市场规模分析 186

二、图书批零结构分析 187

三、图书批发现状及前景分析 187

四、大型图书批发企业分析 188

第九章 中国批发业区域市场分析 189

第一节 批发业区域结构特征 189

一、各地区批发业企业单位数及从业人数情况 189

二、各地区批发业企业商品购、销、存情况 190

三、各地区批发业企业主营业务收入及利润情况 191

第二节 北京市批发业发展分析 192

一、北京市批发业发展情况 192

二、北京市批发业发展建议 193

第三节 上海市批发业发展分析 195

一、上海市批发业发展情况 195

二、上海市批发业发展建议 196

第四节 广东省批发业发展分析 198

一、广东省批发业发展情况 198

二、广东省批发业发展建议 199

第五节 江苏省批发业发展分析 201

一、江苏省批发业发展情况 201

二、江苏省批发业发展建议 202

第六节 浙江省批发业发展分析 204

一、浙江省批发业发展情况 204

二、浙江省批发业发展建议 205

第七节 山东省批发业发展分析 206

一、山东省批发业发展情况 206

二、山东省批发业发展建议 208

第八节 天津市批发业发展分析 210

一、天津市批发业发展情况 210

二、天津市批发业发展建议 211

第九节 辽宁省批发业发展分析 213

一、辽宁省批发业发展情况 213

二、辽宁省批发业发展建议 214

第十节 福建省批发业发展分析 222

一、福建省批发业发展规模 222

二、福建省批发业发展建议 222

第十章 中国批发市场发展分析 225

第一节 批发市场概述 225

一、批发市场的性质与功能 225

1、批发市场的产生 225

2、批发市场的概念 225

3、批发市场的功能 225

二、批发市场的类型 227

三、批发市场的主体、交易规则与交易方法 228

1、批发市场的主体 228

2、批发市场的交易规则 229

3、批发市场的交易方法 229

第二节 批发市场发展现状及发展策略分析 229

一、批发市场发展总体状况 229

二、批发市场面临的困境 231

1、来自生产、零售企业的双重挤压 231

2、现代城市建设带来的困境 231

3、批发企业自身发展的局限性 231

三、批发市场转型升级建议 232

1、传统批发市场注入现代商业特色 232

2、批发市场功能走向综合化 232

3、市场中法人经营主体比重增加 233

4、品牌建设和国际化拓展步伐加快 233

5、市场信用体系逐步建立 233

6、批发市场转向郊外集聚发展 234

四、批发市场向现代物流转型建议 234

1、批发市场转型为现代物流企业 234

2、转型后的物流模式 235

3、转型后的批发市场运作 237

- 4、批发市场向现代物流企业转型的保障措施 237
- 五、批发市场发展规划 238
- 六、农产品批发市场发展现状及发展策略研究 242
 - 1、农产品市场流通体系改革发展历程 242
 - 2、农产品批发市场发展现状 251
 - 4、有关国家和地区农产品批发市场建设与运作管理模式借鉴 256
 - 5、农产品批发市场发展面临的形势和任务 260

第四部分 批发行业发展策略及重点企业分析

第十一章 中国批发业发展趋势及振兴策略研究 267

第一节 批发业发展趋势分析 267

- 一、现代批发业将发展成为新的市场主角 267
- 二、批发业的服务功能越发重要 267
- 三、建立现代化物流配送中心的进程将加快 268
- 四、借助电子商务扩大批发交易额 268

第二节 批发业振兴策略研究 271

- 一、批发业相对萎缩的动因分析 271
 - 1、批发业相对萎缩的内生动因 271
 - 2、批发业相对萎缩的外生动因 272
- 二、振兴批发业的战略方向 274
- 三、振兴批发业的策略建议 275
 - 1、理顺政府对批发流通管理的体制 275
 - 2、纠正政府对批零结构调整的传统政策取向 276
 - 3、促进流通产业供应链整体协调与批发创新 276
 - 4、提高批发市场和商品交易所的现代化、组织化和规范化程度 276
 - 5、促进国有批发企业改制，提升其运作效率 276

第十二章 中国大型批发企业经营情况分析 277

第一节 国药控股股份有限公司 277

- 一、公司简介 277
- 二、公司主营业务分析 279
- 三、公司经营情况分析 280

- 四、公司营销渠道及网络分析 284
- 五、公司发展战略分析 284
- 六、公司最新发展动态分析 284
- 第二节 庞大汽贸集团股份有限公司 285
 - 一、公司简介 285
 - 二、公司主营业务分析 286
 - 三、公司经营情况分析 287
 - 四、公司营销渠道及网络分析 288
 - 五、公司发展战略分析 288
 - 六、公司最新发展动态分析 289
- 第三节 九州通医药集团股份有限公司 290
 - 一、公司简介 290
 - 二、公司主营业务分析 291
 - 三、公司经营情况分析 292
 - 四、公司营销渠道及网络分析 293
 - 五、公司发展战略分析 293
 - 六、公司最新发展动态分析 298
- 第四节 上海物资贸易股份有限公司 300
 - 一、公司简介 300
 - 二、公司主营业务分析 300
 - 三、公司经营情况分析 301
 - 四、公司核心竞争力分析 301
 - 五、公司发展战略分析 301
 - 六、公司最新发展动态分析 301
- 第五节 厦门国贸集团股份有限公司 303
 - 一、公司简介 303
 - 二、公司主营业务分析 303
 - 三、公司经营情况分析 304
 - 四、公司经营计划分析 304
 - 五、公司发展战略分析 305
 - 六、公司最新发展动态分析 306

图表目录

图表：批发业大中小微型企业划分标准 7

图表：批发业统计限额标准 8

图表：2019年上半年GDP和工业增加值季度累计同比增速 17

图表：2019年GDP环比增长速度 18

图表：2019年我国规模以上工业企业利润分析 19

图表：2018-2019年主要行业利润增长情况 19

图表：2019年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 20

图表：2019年各月累计每百元主营业务收入的成本与主营业务收入利润表 20

图表：2019年分经济类型主营业务收入与利润总额速度 21

图表：2019年12月规模以上工业企业账款情况 21

图表：固定资产投资（不含农户）同比增速 22

图表：2019年分产业投资情况 23

图表：东、中、西部地区投资相邻两月累计同比增速 23

图表：2019年分登记注册类型投资情况 24

图表：2019年分项目隶属关系投资情况 24

图表：2019年分施工和新开工项目投资情况 25

图表：2019年1-12月份固定资产投资到位资金同比增速 25

图表：2019年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据 26

图表：全国消费价格涨跌幅 28

图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况（2019年12月价格=100） 29

图表：鲜菜、鲜果价格变动情况（2019年12月价格=100） 29

图表：2019年1月份居民消费价格分类别同比涨跌幅 30

图表：2019年1月份居民价格分类别环比涨跌幅 31

图表：2019年1月居民消费价格主要数据 31

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202004/29-345536.html>