

# 中国专业市场建设行业发展现状与前景规划方向分析报告2024-2030年

产品名称	中国专业市场建设行业发展现状与前景规划方向分析报告2024-2030年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国专业市场建设行业发展现状与前景规划方向分析报告2024-2030年【报告编号】：424937【出版时间】：2024年4月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元  
免费售后服务一年，具体内容及订流程欢迎咨询客服人员。

第1章：中国专业市场的发展背景351.1 专业市场的相关概述351.1.1 专业市场的内涵351.1.2 专业市场的商业业态351.1.3 专业市场的主要功能371.1.4 专业市场对品牌的孵化371.1.5 专业市场经营分区的控制38（1）专业市场经营分区的意义38（2）经营分区的具体措施381.2 专业市场的分类391.2.1 按照发展程度分类40（1）集贸市场40（2）区域性市场40（3）全国性市场40（4）国际化贸易中心411.2.2 按照地域特点分类41（1）产地型专业市场41（2）集散地型专业市场41（3）销地型专业市场411.2.3 按照商品交换方式分类42（1）专业批发市场42（2）专业零售市场42（3）批零兼营专业市场421.2.4 按照商品属性分类42（1）农副产品专业市场42（2）工业品专业市场421.3 专业市场与产业集群的互动机理431.3.1 专业市场与产业集群的关系431.3.2 产业集群与专业市场的联动43（1）产业集群对专业市场的影响43（2）专业市场对产业集群的作用441.3.3 促进专业市场与产业集群互动的建议451.4 专业市场发展的SWOT分析461.4.1 专业市场发展的优势461.4.2 专业市场发展的劣势471.4.3 专业市场发展的机会471.4.4 专业市场发展的威胁481.5 其他商业业态的发展影响分析481.5.1 货店运营状况分析481.5.2 便利店运营状况分析491.5.3 专卖店运营状况分析501.5.4 超级市场运营状况分析511.5.5 购物中心运营状况分析521.5.6 仓储式商城运营状况分析531.5.7 大型综合超市运营状况分析54第2章：中国专业市场运营环境分析562.1 专业市场运营的政策环境562.1.1 年专业市场相关政策562.1.2 年专业市场相关政策572.1.3 年专业市场相关政策592.2 专业市场运营的经济环境592.2.1 专业市场与GDP增长关系分析592.2.2 专业市场与社会消费品零售总额的关系602.2.3 专业市场对经济结构转型的影响612.2.4 专业市场对传统产业升级转型的影响61（1）专业市场与产业升级两者相互作用，共同发展61（2）专业市场引领产业转型升级622.2.5 国家宏观经济发展预测622.3 专业市场运营的消费环境642.3.1 全球消费者消费趋势分析642.3.2 国内通胀水平分析652.3.3 国内产品品类的消费方向662.3.4 国民的收入水平分析672.3.5

消费者的购物渠道分析682.4 专业市场建设的用地环境692.4.1 国内批准建设用地规模692.4.2 国内建设用地供应情况702.4.3 国内建设用地出让情况712.4.4 重点城市土地价格分析722.4.5 重点城市土地抵押情况722.5 专业市场建设与运营的风险预警732.5.1 专业市场建设与运营的政策环境风险732.5.2 专业市场建设与运营的宏观经济风险732.5.3 专业市场建设与运营的产业环境风险73 (1) 网络化、信息化对专业市场带来的影响73 (2) 产业结构调整与升级对专业市场产生的影响74 (3) 企业规模及经营方式的转变对专业市场带来的影响74 (4) 专业市场重复建设、定位雷同对整体专业市场运营带来的影响74第3章：中国专业市场建筑设计与规划分析753.1 国外专业市场建筑发展分析753.1.1 国外专业市场的发展沿革75 (1) 起步阶段75 (2) 成熟阶段75 (3) 分化阶段753.1.2 国外专业市场的建筑功能发展状况753.1.3 国外专业市场的建设案例773.2 国内专业市场建筑发展分析783.2.1 国内专业市场发展沿革783.2.2 国内专业市场建筑功能发展状况783.2.3 国内专业市场建设存在的问题分析79 (1) 区域布局不均衡79 (2) 城市环境影响大80 (3) 市场环境档次差异大80 (4) 缺乏建筑设计的研究803.3 专业市场的规划及选址分析803.3.1 专业市场选址与城市结构关系81 (1) 专业市场的选址影响因素81 (2) 专业市场对城市发展的影响84 (3) 专业市场的选址原则843.3.2 专业市场与地域特征的关系853.3.3 专业市场与城市区位的关系85 (1) 销地型专业市场86 (2) 集散地型专业市场86 (3) 产地型专业市场873.4 专业市场的外部空间设计883.4.1 专业市场的总体布局88 (1) 总体布局的影响因素88 (2) 总体布局形态893.4.2 外部空间的交通组织94 (1) 静态交通系统94 (2) 动态交通系统973.4.3 专业市场的外部环境设计100 (1) 入口广场设计形式及特点100 (2) 外部空间界面的设计102 (3) 标志及图示设计1073.4.4 专业市场的造型处理108 (1) 体量组合108 (2) 比例尺度的控制108 (3) 外轮廓线的设计109 (4) 材质与色彩的选择110 (5) 广告效果的展示1113.5 专业市场的内部空间设计1123.5.1 专业市场的内部功能结构设计112 (1) 内部功能的构成113 (2) 内部功能的配置114 (3) 内部功能的组合方式1173.5.2 内部空间交通流线组织118 (1) 人流交通组织118 (2) 车流交通组织124 (3) 标识系统对内部交通流线的影响1253.5.3 内部空间构成要素设计1253.5.4 专业市场的建筑安全设计131 (1) 防火设计要点131 (2) 防火分区132 (3) 安全疏散132第4章：中国专业市场的投资要素分析1344.1 专业市场产业链分析1344.1.1 专业市场的上游供应商分析134 (1) 专业市场的厂房供应商分析134 (2) 专业市场的设计研发分析1354.1.2 专业市场的下游消费市场分析1354.2 专业市场的发展现状分析1364.2.1 专业市场的数量及分布1364.2.2 专业市场的经营面积1374.2.3 专业市场的交易规模1384.2.4 专业市场的在建项目1394.3 专业市场的定位及开发要素1404.3.1 专业市场的市场基础1404.3.2 专业市场的zhengfu支持1414.3.3 专业市场的物流条件1414.3.4 专业市场的规划设计1424.3.5 专业市场的经营管理1424.3.6 考虑市场的长远需求1424.3.7 考虑市场的辐射能力1424.4 专业市场的经营状况分析1434.4.1 专业市场商铺的选择因素143 (1) 宏观环境143 (2) 商圈因素143 (3) 地段因素143 (4) 交通因素144 (5) 消费需求因素144 (6) 广场及品牌店效应144 (7) 商铺自身所具有的特点1454.4.2 专业市场的建设运营成本1454.4.3 专业市场的经营效益分析1454.4.4 专业市场的租金变化趋势1454.5 专业市场的竞争格局分析1464.5.1 专业市场建设的主要竞争主体1464.5.2 专业市场运营的主要竞争主体1464.5.3 专业市场的区域竞争格局分析1474.6 专业市场商业模式案例分析1484.6.1 品牌折扣模式1484.6.2 总部经济模式1484.6.3 产业共赢模式1494.6.4 贸易服务模式1504.7 专业市场管理水平的提升路径1514.7.1 管理团队整体素质的提升1514.7.2 商户综合素质的提升1514.7.3 市场诚信度的提升1514.7.4 youxiu商户榜样力量的宣传1524.7.5 综合运营服务能力的提升152第5章：中国专业市场的细分市场投资吸引力分析1535.1 细分专业市场发展概述1535.1.1 细分专业的研究范围1535.1.2 专业市场的市场结构分析1535.2 纺织服装专业市场的投资吸引力分析1555.2.1 纺织服装行业的产销需求分析1555.2.2 纺织服装行业的市场容量预测1565.2.3 纺织服装专业市场的发展特征156 (1) 纺织服装专业市场的范围分类156 (2) 纺织服装专业市场的业态分类157 (3) 纺织服装专业市场的功能分类158 (4) 纺织服装专业市场的商圈特征分类1585.2.4 纺织服装专业市场的发展规模159 (1) 纺织服装专业市场规模及分布159 (2) 纺织服装专业市场的经营面积160 (3) 纺织服装专业市场的交易规模1615.2.5 纺织服装专业市场的竞争格局162 (1) 区域竞争格局162 (2) 规模竞争格局1625.2.6 纺织服装专业市场电子商务的应用1635.2.7 纺织服装专业市场的发展趋势163 (1) 品牌化163 (2) 功能多元化、专业化164 (3) 世界性的caigou基地和caigou中心164 (4) 有形市场和无形市场结合1645.3 农产品专业市场的投资吸引力分析1645.3.1 农产品行业的产销需求分析1645.3.2 农产品行业的市场容量预测1665.3.3 农产品专业市场的发展特征1695.3.4 农产品专业市场的发展规模170 (

1) 农产品专业市场数量及分布170 (2) 农产品专业市场的经营面积171 (3) 农产品专业市场的交易规模173 (4) 农产品专业市场的租金分析174 (5) 农产品专业市场细分产品分析1755.3.5  
农产品专业市场区域竞争格局1755.3.6 农产品专业市场电子商务的应用1755.3.7 农产品专业市场的发展趋势176 (1) 横向网络化176 (2) 纵向一体化176 (3) 竖向虚拟化177 (4) 专业市场建设1775.4  
小商品专业市场的投资吸引力分析1775.4.1 小商品行业的发展现状分析1775.4.2  
小商品行业的市场容量预测1775.4.3 小商品专业市场的发展特征1775.4.4 小商品专业市场的发展规模178 (1) 小商品专业市场数量及分布178 (2) 小商品专业市场的经营面积179 (3) 小商品专业市场的交易规模180 (4) 小商品专业市场的租金分析181 (5) 小商品专业市场细分产品分析1815.4.5  
小商品专业市场区域竞争格局1825.4.6  
小商品专业市场电子商务的应用182 (1) 应用现状182 (2) 应用瓶颈183 (3) 改进方向1845.4.7 小商品专业市场的发展趋势185 (1) 从制度上创新, 实行“管办分离” 185 (2) 塑造市场品牌和市场形象185 (3) 变重收费为重管理和服务, 提高批发市场的效应185 (4) 采用多种经营方式185 (5) 充分发挥专业市场的功能1865.5 电子专业市场的投资吸引力分析1865.5.1 电子行业的供需平衡分析1865.5.2  
电子行业的市场容量预测1875.5.3 电子专业市场的发展特征1885.5.4 电子专业市场的发展规模189 (1) 电子专业市场数量及分布189 (2) 电子专业市场的经营面积190 (3) 电子专业市场的交易规模192 (4) 电子专业市场的租金分析193 (5) 电子专业市场细分产品分析1935.5.5  
电子专业市场的竞争格局196 (1) 区域市场竞争格局196 (2) 市场集中度格局1975.5.6  
电子专业市场电子商务的应用1975.5.7 电子专业市场的发展趋势1975.6  
家电专业市场的投资吸引力分析1985.6.1 家电行业的供需平衡分析1985.6.2  
家电行业的市场容量预测1995.6.3 家电专业市场的发展特征2005.6.4 家电专业市场的发展规模200 (1) 家电专业市场数量及分布200 (2) 家电专业市场的经营面积201 (3) 家电专业市场的交易规模202 (4) 家电专业市场的租金分析203 (5) 家电专业市场细分产品分析2035.6.5 家电专业市场的竞争格局2045.6.6  
家电专业市场电子商务的应用2045.6.7 家电专业市场的发展趋势2055.7  
家具专业市场的投资吸引力分析2055.7.1 家具行业的供需平衡分析2055.7.2  
家具行业的市场容量预测2075.7.3 家具专业市场的发展特征2085.7.4 家具专业市场的发展规模208 (1) 家具专业市场数量及分布208 (2) 家具专业市场的经营面积209 (3) 家具专业市场的交易规模211 (4) 家具专业市场的租金分析212 (5) 家具专业市场细分产品分析2125.7.5 家具专业市场的区域竞争格局2135.7.6  
家具专业市场电子商务的应用2135.7.7 家具专业市场的发展趋势2135.8  
建筑材料专业市场的投资吸引力分析2145.8.1 建材行业的供需平衡分析2145.8.2  
建材行业的市场容量预测2155.8.3 建筑材料专业市场的发展特征2165.8.4 建筑材料专业市场的发展规模217 (1) 建筑材料专业市场数量及分布217 (2) 建筑材料专业市场的经营面积218 (3) 建筑材料专业市场的交易规模220 (4) 建筑材料专业市场的租金分析221 (5) 建筑材料专业市场细分产品分析2225.8.5  
建筑材料专业市场的竞争格局2225.8.6 建筑材料专业市场电子商务的应用2235.8.7  
建筑材料专业市场的发展趋势2235.9 化工专业市场的投资吸引力分析2245.9.1  
化工行业的供需平衡分析2245.9.2 化工行业的市场容量预测2255.9.3 化工专业市场的发展特征2265.9.4 化工专业市场的发展规模227 (1) 化工专业市场数量及分布227 (2) 化工专业市场的经营面积227 (3) 化工专业市场的交易规模228 (4) 化工专业市场的租金分析229 (5) 化工专业市场细分产品分析2305.9.5  
化工专业市场的竞争格局2305.9.6 化工专业市场电子商务的应用2315.9.7 化工专业市场的发展趋势2325.10  
金专业市场的投资吸引力分析2325.10.1 金行业市场供需平衡分析232 (1) 五金行业供给状况分析232 (2) 五金行业销售状况分析233 (3) 五金行业供需平衡分析2335.10.2 金行业市场容量预测2355.10.3  
金专业市场的发展特征2355.10.4 金专业市场的发展规模236 (1) 五金专业市场数量及分布236 (2) 五金专业市场的经营面积237 (3) 五金专业市场的交易规模238 (4) 五金专业市场的租金比较239 (5) 五金专业市场细分产品分析2395.10.5  
金专业市场的竞争格局240 (1) 五金行业供给格局分析240 (2) 五金行业销售格局分析2425.10.6  
金专业市场电子商务的应用2455.10.7 金专业市场的发展趋势2465.11  
汽车配件市场的投资吸引力分析2475.11.1 汽车配件行业的供需平衡分析2475.11.2  
汽车配件行业的市场容量预测2495.11.3 汽车配件专业市场的发展特征2505.11.4 汽车配件专业市场的发展规模250 (1) 汽车配件专业市场数量及分布250 (2) 汽车配件专业市场的经营面积251 (3) 汽车配件专业市场的交易规模252 (4) 汽车配件专业市场的租金比较253 (5) 汽车配件专业市场细分产品分析2535.11.5  
汽车配件专业市场的竞争格局2535.11.6 汽车配件专业市场电子商务的应用2545.11.7  
汽车配件专业市场的发展趋势2545.12 花卉专业市场的投资吸引力分析2555.12.1

花卉行业的供需平衡分析2555.12.2 花卉行业的市场容量预测2565.12.3 花卉专业市场的发展特征2575.12.4  
花卉专业市场的发展规模257 (1) 花卉专业市场数量及分布257 (2) 花卉专业市场的经营面积258 (3) 花  
卉专业市场的交易规模259 (4) 花卉专业市场的租金比较260 (5) 花卉专业市场细分产品分析2615.12.5  
花卉专业市场的竞争格局2615.12.6 花卉专业市场电子商务的应用2655.12.7  
花卉专业市场的发展趋势2655.13 其他专业市场的投资吸引力分析2665.13.1  
光伏产品专业市场的投资潜力2665.13.2 古玩专业市场的投资潜力2665.13.3  
金属材料专业市场的投资潜力2685.13.4  
中药材专业市场的投资潜力272第6章：中国重点区域专业市场投资可行性分析2766.1  
长三角地区专业市场区域发展格局2766.1.1 长三角地区产业集群特征分析2766.1.2  
长三角的集群模式及地区优势2766.1.3 长三角产业战略布局与发展规划2776.1.4 长三角地区重点省市专业  
市场分析278 (1) 浙江省专业市场调研与投资可行性分析2781) 浙江省专业市场政策与规划2782) 浙江省  
专业市场的需求潜力2813) 浙江省专业市场的市场结构2824) 浙江省专业市场的位置分布2845) 浙江省专  
业市场的竞争格局2846) 浙江省专业市场的经营效益2847) 浙江省重点城市的投资建议285 (2) 江苏省专  
业市场调研与投资可行性分析2851) 江苏省专业市场政策与规划2852) 江苏省专业市场的需求潜力2863)  
江苏省专业市场的市场结构2864) 江苏省专业市场的位置分布2885) 江苏省专业市场的竞争格局2896) 江  
苏省专业市场的经营效益2897) 江苏省重点城市的投资建议290 (3) 上海市专业市场调研与投资可行性  
分析2901) 上海市专业市场政策与规划2902) 上海市专业市场的需求潜力2913) 上海市专业市场的市场结  
构2914) 上海市专业市场的位置分布2935) 上海市专业市场的竞争格局2936) 上海市专业市场的经营效益  
2947) 上海市专业市场的策划运营2956.2 珠三角及福建地区专业市场区域发展格局2956.2.1  
珠三角及福建地区产业集群特征分析2956.2.2 珠三角及福建地区的集群模式及地区优势2966.2.3  
珠三角及福建地区产业战略布局与发展规划2976.2.4 珠三角重点省市及福建地区专业市场分析299 (1) 广  
东省专业市场调研与投资可行性分析2991) 广东省专业市场政策与规划2992) 广东省专业市场的需求潜  
力2993) 广东省专业市场的市场结构3004) 广东省专业市场的位置分布3025) 广东省专业市场的竞争格局  
3026) 广东省专业市场的经营效益3027) 广东省重点城市的投资建议304 (2) 福建省专业市场调研与投资  
可行性分析3041) 福建省专业市场政策与规划3042) 福建省专业市场的需求潜力3043) 福建省专业市场的  
市场结构3054) 福建省专业市场的位置分布3075) 福建省专业市场的竞争格局3076) 福建省专业市场的经  
营效益3077) 福建省重点城市的投资建议3086.3 环渤海湾地区专业市场区域发展格局3096.3.1  
环渤海湾地区产业集群特征分析3096.3.2 环渤海湾的集群模式及地区优势3096.3.3  
环渤海湾产业战略布局与发展规划3116.3.4 环渤海湾地区重点省市专业市场分析313 (1) 北京市专业市场  
调研与投资可行性分析3131) 北京市专业市场政策与规划3132) 北京市专业市场的需求潜力3153) 北京市  
专业市场的市场结构3164) 北京市专业市场的位置分布3185) 北京市专业市场的竞争格局3186) 北京市专  
业市场的经营效益3187) 北京市专业市场的策划运营319 (2) 天津市专业市场调研与投资可行性分析3201  
) 天津市专业市场政策与规划3202) 天津市专业市场的需求潜力3213) 天津市专业市场的市场结构3214)  
天津市专业市场的位置分布3235) 天津市专业市场的竞争格局3236) 天津市专业市场的经营效益3237) 天  
津市专业市场的策划运营324 (3) 河北省专业市场调研与投资可行性分析3251) 河北省专业市场政策与  
规划3252) 河北省专业市场的需求潜力3253) 河北省专业市场的市场结构3264) 河北省专业市场的位置分  
布3275) 河北省专业市场的竞争格局3276) 河北省专业市场的经营效益3287) 河北省重点城市的投资建议  
329 (4) 山东省专业市场调研与投资可行性分析3291) 山东省专业市场政策与规划3292) 山东省专业市场的  
需求潜力3303) 山东省专业市场的市场结构3304) 山东省专业市场的位置分布3325) 山东省专业市场的  
竞争格局3326) 山东省专业市场的经营效益3337) 山东省重点城市的投资建议3346.4  
东北地区专业市场区域发展格局3346.4.1 东北地区产业集群特征分析3346.4.2  
东北地区的集群模式及地区优势3346.4.3 东北地区产业战略布局与发展规划3356.4.4 辽宁省专业市场调研  
与投资可行性分析336 (1) 辽宁省专业市场政策与规划336 (2) 辽宁省专业市场的需求潜力337 (3) 辽宁  
省专业市场的市场结构338 (4) 辽宁省专业市场的位置分布340 (5) 辽宁省专业市场的竞争格局340 (6)  
辽宁省专业市场的经营效益3401) 辽宁省重点城市的投资建议3416.5  
西北地区专业市场区域发展格局3416.5.1 西北地区产业集群特征分析3416.5.2  
西北地区的集群模式及地区优势3416.5.3 西北地区产业战略布局与发展规划3426.5.4 陕西省专业市场调研  
与投资可行性分析343 (1) 陕西省专业市场政策与规划3431) 陕西省专业市场的需求潜力3442) 陕西省专  
业市场的市场结构3443) 陕西省专业市场的位置分布3464) 陕西省专业市场的竞争格局3465) 陕西省专业  
市场的经营效益3466) 陕西省重点城市的投资建议3476.6 西南地区专业市场区域发展格局3486.6.1  
西南地区产业集群特征分析3486.6.2 西南地区的集群模式及地区优势3496.6.3

西南地区产业战略布局与发展规划3496.6.4 西南地区重点省市专业市场分析350 (1) 重庆市专业市场调研与投资可行性分析3501) 重庆市专业市场政策与规划3502) 重庆市专业市场的需求潜力3513) 重庆市专业市场的市场结构3514) 重庆市专业市场的位置分布3535) 重庆市专业市场的竞争格局3536) 重庆市专业市场的经营效益3537) 重庆市专业市场的策划运营354 (2) 四川省专业市场调研与投资可行性分析3551) 四川省专业市场政策与规划3552) 四川省专业市场的需求潜力3553) 四川省专业市场的市场结构3564) 四川省专业市场的位置分布3585) 四川省专业市场的竞争格局3586) 四川省专业市场的经营效益3587) 四川省重点城市的投资建议3596.7 中部地区专业市场区域发展格局3596.7.1 中部地区产业集群特征分析3596.7.2 中部地区的集群模式及地区优势3606.7.3 中部地区产业战略布局与发展规划3616.7.4 中部地区重点省市专业市场分析363 (1) 湖北省专业市场调研与投资可行性分析3631) 湖北省专业市场政策与规划3632) 湖北省专业市场的需求潜力3633) 湖北省专业市场的市场结构3634) 湖北省专业市场的位置分布3655) 湖北省专业市场的竞争格局3656) 湖北省专业市场的经营效益3657) 湖北省重点城市的投资建议366 (2) 河南省专业市场调研与投资可行性分析3671) 河南省专业市场政策与规划3672) 河南省专业市场的需求潜力3683) 河南省专业市场的市场结构3684) 河南省专业市场的位置分布3705) 河南省专业市场的竞争格局3706) 河南省专业市场的经营效益3707) 河南省重点城市的投资建议371 (3) 湖南省专业市场调研与投资可行性分析3721) 湖南省专业市场政策与规划3722) 湖南省专业市场的需求潜力3723) 湖南省专业市场的市场结构3734) 湖南省专业市场的位置分布3745) 湖南省专业市场的竞争格局3756) 湖南省专业市场的经营效益3757) 湖南省重点城市的投资建议376 (4) 安徽省专业市场调研与投资可行性分析3761) 安徽省专业市场政策与规划3762) 安徽省专业市场的需求潜力3773) 安徽省专业市场的市场结构3784) 安徽省专业市场的位置分布3795) 安徽省专业市场的竞争格局3796) 安徽省专业市场的经营效益3797) 安徽省重点城市的投资建议380第7章：中国lingxian专业市场的运营管理分析3827.1 商品交易市场竞争力排名分析3827.1.1 商品交易市场排名状况3827.1.2 综合贸易市场排名状况3827.1.3 专业市场排名状况分析3837.2 专业市场运行管理失败原因分析3847.2.1 专业市场建设运营失败原因分析3847.2.2 专业市场建设运营失败案例分析3857.3 专业市场成功运营管理个案分析3867.3.1 义乌中国小商品城386 (1) 专业市场的发展规模386 (2) 专业市场的商业模式386 (3) 专业市场的交易情况386 (4) 专业市场的辐射能力387 (5) 专业市场的平台服务387 (6) 专业市场的入驻商户387 (7) 专业市场的成功要素3877.3.2 杭州四季青服装市场388 (1) 专业市场的发展规模388 (2) 专业市场的商业模式388 (3) 专业市场的交易情况388 (4) 专业市场的辐射能力388 (5) 专业市场的平台服务388 (6) 专业市场的入驻商户389 (7) 专业市场的核心优势3897.3.3 海宁中国皮革城389 (1) 专业市场的发展规模389 (2) 专业市场的商业模式389 (3) 专业市场的辐射能力389 (4) 专业市场的平台服务390 (5) 专业市场的入驻商户390 (6) 专业市场的核心优势3907.3.4 嘉兴中国茧丝绸交易市场390 (1) 专业市场的发展规模391 (2) 专业市场的商业模式391 (3) 专业市场的交易情况391 (4) 专业市场的辐射能力392 (5) 专业市场的平台服务392 (6) 专业市场的入驻商户392 (7) 专业市场的核心优势3937.3.5 浙江颐高数码连锁广场393 (1) 专业市场的发展规模393 (2) 专业市场的商业模式393 (3) 专业市场的交易情况393 (4) 专业市场的辐射能力394 (5) 专业市场的平台服务394 (6) 专业市场的入驻商户394 (7) 专业市场的核心优势3947.3.6 浙江汽配城395 (1) 专业市场的发展规模395 (2) 专业市场的商业模式395 (3) 专业市场的辐射能力395 (4) 专业市场的成功要素3957.3.7 萧山商业城396 (1) 专业市场的发展规模396 (2) 专业市场的商业模式396 (3) 专业市场的交易情况396 (4) 专业市场的辐射能力397 (5) 专业市场的平台服务397 (6) 专业市场的入驻商户397 (7) 专业市场的核心优势3977.3.8 绍兴中国轻纺城398 (1) 专业市场的发展规模398 (2) 专业市场的商业模式398 (3) 专业市场的交易情况398 (4) 专业市场的辐射能力399 (5) 专业市场的优惠政策399 (6) 专业市场的平台服务400 (7) 专业市场的入驻商户401 (8) 专业市场的成功要素4017.3.9 中国舟山国际水产城402 (1) 专业市场的发展规模402 (2) 专业市场的交易情况402 (3) 专业市场的辐射能力403 (4) 专业市场的平台服务403 (5) 专业市场的入驻商户403 (6) 专业市场的核心优势403 (7) 专业市场的发展规划4047.3.10 永康中国科技五金城404 (1) 专业市场的发展规模404 (2) 专业市场的商业模式404 (3) 专业市场的辐射能力405 (4) 专业市场的营收情况405 (5) 专业市场的辐射能力405 (6) 专业市场的平台服务405 (7) 专业市场的核心优势4067.3.11 路桥中国日用品商城406 (1) 专业市场的发展规模406 (2) 专业市场的商业模式406 (3) 专业市场的交易情况406 (4) 专业市场的平台服务406 (5) 专业市场的入驻商户407 (6) 专业市场的成功要素407 (7) 专业市场的发展规划4077.3.12 上海宝山钢材交易市场407 (1) 专业市场的发展规模407 (2) 专业市场的商业模式408 (3) 专业市场的辐射能力408 (4) 专业市场的平台服务408 (5) 专业市场的入驻商户408 (6) 专业市场的核心优势4087.3.13 石家庄新华集贸市场409 (1) 专业市场的发展规模409 (2) 专业市场的商业模式409 (3) 专业市场的交易情况409 (4) 专业市场的辐射能力409 (5) 专业市场的平台服务409 (6) 专业市场的入驻商户409 (7) 专业市场的核心优势4097.3.14 山东寿

光蔬菜批发市场410(1)专业市场的发展规模410(2)专业市场的商业模式410(3)专业市场的辐射能力410(4)专业市场的入驻商户410(5)专业市场的核心优势4107.315 辽宁沈阳中国家具城411(1)专业市场的发展规模411(2)专业市场的商业模式412(3)专业市场的交易情况412(4)专业市场的辐射能力412(5)专业市场的平台服务412(6)专业市场的入驻商户413(7)专业市场的核心优势4137.3.16 深圳布吉农产品中心批发市场413(1)专业市场的发展规模413(2)专业市场的商业模式413(3)专业市场的交易情况413(4)专业市场的辐射能力414(5)专业市场的平台服务414(6)专业市场的入驻商户414(7)专业市场的核心优势4147.3.17 重庆国际五金机电城414(1)专业市场的发展规模414(2)专业市场的商业模式415(3)专业市场的优惠政策415(4)专业市场的入驻商户415(5)专业的成功要素4157.3.18 安庆光彩大市场415(1)专业市场的发展规模416(2)专业市场的商业模式416(3)专业市场的辐射能力416(4)专业市场的优惠政策416(5)专业市场的入驻商户417(6)专业市场的核心优势4177.3.19 南昌洪城大市场417(1)专业市场的发展规模417(2)专业市场的商业模式418(3)专业市场的辐射能力418(4)专业市场的入驻商户418(5)专业的成功要素418(6)专业市场的发展规划4187.3.20 大连保税区国际车城418(1)专业市场的发展规模419(2)专业市场的市场功能419(3)专业市场的营收情况419(4)专业市场的辐射能力419(5)专业的优惠政策419(6)专业市场的入驻商户419(7)专业的核心优势4197.3.21 郑州粮食批发市场420(1)专业市场的发展规模420(2)专业的经营状况420(3)专业的商业模式421(4)专业的辐射能力421(5)专业的平台服务421(6)专业的核心优势4217.3.22 河北安国东方药城422(1)专业市场的发展规模422(2)专业的商业模式422(3)专业的交易规模422(4)专业的辐射能力422(5)专业的平台服务422(6)专业的入驻商户423(7)专业的核心优势4237.3.23 深圳华强电子世界423(1)专业市场的发展规模423(2)专业市场的主营业务424(3)专业的营收情况424(4)专业的辐射能力425(5)专业的平台服务425(6)专业的入驻商户425(7)专业的核心优势425(8)专业市场的发展规划4267.3.24 深圳赛格电子市场426(1)专业市场的发展规模426(2)专业的经营范围427(3)专业的商业模式427(4)专业的交易规模427(5)专业的辐射能力427(6)专业的入驻商户427(7)专业的核心优势4277.3.25 广西食糖中心批发市场428(1)专业市场的发展简况428(2)专业的商业模式428(3)专业的辐射能力429(4)专业的平台服务429(5)专业的入驻商户429(6)专业的核心优势430(7)专业的成功要素4307.3.26 中国常熟服装城430(1)专业市场的发展规模430(2)专业的商业模式430(3)专业的交易规模430(4)专业的辐射能力431(5)专业的平台服务431(6)专业的入驻商户431(7)专业的核心优势4327.3.27 佰腾数码广场432(1)专业市场的发展规模432(2)专业的商业模式433(3)专业的营收情况433(4)专业的辐射能力433(5)专业的平台服务433(6)专业的核心优势4337.3.28 华南国际工业原料城433(1)专业市场的发展规模433(2)专业的业务范围433(3)专业的商业模式434(4)专业的辐射能力434(5)专业的优惠政策434(6)专业的平台服务434(7)专业的入驻商户434(8)专业的核心优势4347.3.29 福建石狮服装城435(1)专业市场的发展规模435(2)专业的商业模式436(3)专业的辐射能力436(4)专业的平台服务436(5)专业的入驻商户437(6)专业的核心优势4377.3.30 广州国际服装展贸中心437(1)专业市场的发展规模437(2)专业的商业模式437(3)专业的平台服务438(4)专业的入驻商户438(5)专业的发展策略438(6)专业的核心优势4397.3.31 淄川建材城439(1)专业市场的发展规模439(2)专业的经营范围439(3)专业的商业模式439(4)专业的辐射能力440(5)专业的平台服务440(6)专业的入驻商户440(7)专业的核心优势440第8章：中国专业市场建设运营企业经营状况分析4418.1 专业市场建设运营企业总体经营状况分析4418.2 专业市场建设运营企业个案经营状况分析4438.2.1 浙江中国轻纺城集团股份有限公司经营情况分析443(1)企业发展简况分析443(2)企业主营业务分析443(3)企业营收情况分析444(1)主要经济指标分析444(2)企业盈利能力分析444(3)企业运营能力分析445(4)企业偿债能力分析445(5)企业发展能力分析446(4)企业组织结构分析446(5)企业项目业绩介绍447(6)企业竞争优势劣势分析4488.2.2 海宁中国皮革城股份有限公司经营情况分析449(1)企业发展简况分析449(2)企业主营业务分析450(3)企业营收情况分析451(1)主要经济指标分析451(2)企业盈利能力分析452(3)企业运营能力分析452(4)企业偿债能力分析453(5)企业发展能力分析453(4)企业组织结构分析454(5)企业经营模式分析454(6)企业项目业绩介绍455(7)企业竞争优势劣势分析4578.2.3 浙江中国小商品城集团股份有限公司经营情况分析457(1)企业发展简况分析457(2)企业主营业务分析458(3)企业营收情况分析460(1)主要经济指标分析460(2)企业盈利能力分析460(3)企业运营能力分析461(4)企业偿债能力分析461(5)企业发展能力分析461(4)企业组织结构分析463(5)企业经营模式分析463(6)企业项目业绩介绍464(7)企业竞争优势劣势分析4658.2.4 深圳华强实业股份有限公司经营情况分析465(1)企业发展简

况分析465 (2) 企业主营业务分析466 (3) 企业营收情况分析4671) 主要经济指标分析4672) 企业盈利能力分析4683) 企业运营能力分析4684) 企业偿债能力分析4685) 企业发展能力分析469 (4) 企业组织结构分析469 (5) 企业经营模式分析470 (6) 企业项目业绩介绍470 (7) 企业竞争优劣势分析4718.2.5 深圳赛格股份有限公司经营情况分析471 (1) 企业发展简况分析472 (2) 企业主营业务分析472 (3) 企业营收情况分析4731) 主要经济指标分析4732) 企业盈利能力分析4733) 企业运营能力分析4744) 企业偿债能力分析4745) 企业发展能力分析475 (4) 企业组织结构分析475 (5) 企业经营模式分析476 (6) 企业项目业绩介绍476 (7) 企业竞争优劣势分析4778.2.6 广州市广百展贸股份有限公司经营情况分析478 (1) 企业发展简况分析478 (2) 企业主营业务分析479 (3) 企业营收情况分析479 (4) 企业组织结构分析479 (5) 企业经营模式分析479 (6) 企业项目业绩介绍480 (7) 企业竞争优劣势分析4818.2.7 四季青服装集团有限公司经营情况分析481 (1) 企业发展简况分析481 (2) 企业主营业务分析482 (3) 企业营收情况分析482 (4) 企业组织结构分析482 (5) 企业经营模式分析483 (6) 企业项目业绩介绍483 (7) 企业竞争优劣势分析484 (8) 企业最新发展动向4848.2.8 颐高集团有限公司经营情况分析485 (1) 企业发展简况分析485