

2026-2031年中国批发行业发展深度调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

自1984年中国成立第一家农产品批发市场以来，中国农产品批发市场数量和规模发展迅速。当前中国拥有的农产品批发市场数量超过5000家，交易规模达到亿元的有2000余家。

由于经济发展水平的差异，中国东中西部地区农产品批发市场发展水平也存在较大差异。中国东部地区农产品批发市场发展水平较高，成交量达到亿元以上的批发市场数量超过1300家，占中国成交量达到亿元以上的农产品批发市场总量的65%左右。而中西部地区农产品批发市场发展水平较低，中部地区成交量达到亿元以上的批发市场数量占中国成交量达到亿元以上的农产品批发市场总量的20%左右，西部地区成交量达到亿元以上的批发市场数量占中国成交量达到亿元以上的农产品批发市场总量的15%左右。

在农产品批发市场规模方面，市场占地面积超过100亩的大型农产品批发市场主要集中在中国环渤海地区、长三角地区以及珠三角地区，其他地区农产品批发市场的市场规模较小。从农产品批发市场密度来看，中国农产品批发市场最密集地区是长三角地区，平均每388平方公里就具有一个规模达到亿元以上的农产品批发市场，其它地区在500-900平方公里之间具有一个规模达到亿元以上的农产品批发市场。

当前中国互联网技术较发达地区已经出现了“批发市场+互联网”的新型农产品批发市场，如深圳出现的e批生鲜等。而且中国电子商务企业逐渐和农产品批发市场展开深度合作，阿里巴巴推出的盒马鲜生就是电子商务企业与传统农产品批发市场结合的典型范例。这些新型农产品流通形式拉近了消费者与农业生产者之间的距离，对于中国整体农产品批发市场的转型升级起到了十分重要的作用。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、全国批发商协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国批发及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国批发行业发展状况和特点，以及中国批发行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的批发行业发展态

势作了详细分析，并对批发行业进行了趋向研判，是批发开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前批发业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国批发业发展背景综述

第一节 批发业相关概念

- 一、批发的概念与功能
- 二、批发商的分类体系
- 三、批发经营的特点及业态

- 1、批发经营的一般特点

- 2、批发业态分析

第二节 批发业统计口径

- 一、批发业大中小微企业划分标准
- 二、批发业统计限额标准
- 三、批发业主要统计指标解释
 - 1、批发业主要财务指标解释
 - 2、批发业商品购、销、存情况指标解释
 - 3、批发业主要经济效益分析指标解释

第二章 批发行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 批发行业政治法律环境(p)

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规

三、批发行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

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(s)

一、批发产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、批发产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、批发技术分析

二、批发技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 中国批发业发展现状分析

第一节 批发业发展状况

一、批发业发展历程

二、批发业发展现状

三、批发业发展特点

第二节 批发业发展规模

一、批发业企业单位数和从业人数

1、企业单位数

2、从业人数

二、批发业商品购、销、存规模

1、商品购进额

2、商品销售额

3、期末商品库存额

三、批发业实收资本及其构成

1、批发业实收资本规模

2、批发业实收资本构成

第三节 批发业发展瓶颈

一、“重零售轻批发”的思想依然存在

二、零售商与生产商的双重挤压

三、批发市场结构趋同

四、批发企业规模过小

五、集约化程度低

第四章 中国批发行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国批发行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国批发行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第三部分 市场全景调研

第五章 中国批发业商品结构分析

第一节 批发业商品结构概况

一、按国民经济行业分批发业企业单位数及从业人数构成

1、企业单位数构成

2、从业人数构成

二、按国民经济行业分批发业商品购、销、存构成

1、商品购进额构成

2、商品销售额构成

3、期末商品库存额构成

三、按国民经济行业分批发业主营业务收入及利润构成

1、主营业务收入构成

2、主营业务利润构成

3、利润总额构成

四、按国民经济行业分批发业盈利能力比较

1、主营业务毛利率比较

2、费用率比较

3、人均营业收入比较

第二节 食品、饮料及烟草制品批发市场分析

一、食品、饮料及烟草制品批发行业商品结构分析

1、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

2、食品、饮料及烟草制品批发行业分行业商品购、销、存构成

3、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

4、食品、饮料及烟草制品批发行业分行业盈利能力比较

二、饮料批发市场分析

1、饮料产销规模分析

2、饮料批零结构分析

3、饮料批发现状及前景分析

4、大型饮料批发企业分析

三、茶叶批发市场分析

1、茶叶产销规模分析

2、茶叶批零结构分析

3、茶叶批发现状及前景分析

4、大型茶叶批发企业分析

四、烟草制品批发市场分析

- 1、烟草制品产销规模分析
- 2、烟草制品批零结构分析
- 3、烟草制品批发现状及前景分析
- 4、大型烟草制品批发企业分析

第三节 纺织、服装及日用品批发市场分析

一、纺织、服装及日用品批发行业商品结构分析

- 1、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
- 2、纺织、服装及日用品批发行业分行业商品购、销、存构成
- 3、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
- 4、纺织、服装及日用品批发行业分行业盈利能力比较

二、服装批发市场分析

- 1、服装产销规模分析
- 2、服装批零结构分析
- 3、服装批发现状及前景分析
- 4、大型服装批发企业分析

三、鞋帽批发市场分析

- 1、鞋帽产销规模分析
- 2、鞋帽批零结构分析
- 3、鞋帽批发现状及前景分析
- 4、大型鞋帽批发企业分析

第四节 医药及医疗器材批发市场分析

一、医药及医疗器材批发行业商品结构分析

- 1、医药及医疗器材批发行业分行业企业单位数及从业人数构成
- 2、医药及医疗器材批发行业分行业商品购、销、存构成
- 3、医药及医疗器材批发行业分行业主营业务收入及利润构成
- 4、医药及医疗器材批发行业分行业盈利能力比较

二、中药材及中成药批发市场分析

- 1、中药材及中成药产销规模分析
- 2、中药材及中成药批零结构分析
- 3、中药材及中成药批发现状及前景分析
- 4、大型中药材及中成药批发企业分析

第五节 文化、体育用品及器材批发市场分析

一、文化、体育用品及器材批发行业商品结构分析

- 1、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
- 2、文化、体育用品及器材批发行业分行业商品购、销、存构成
- 3、文化、体育用品及器材批发行业分行业主营业务收入及利润构成
- 4、文化、体育用品及器材批发行业分行业盈利能力比较

二、体育用品批发市场分析

- 1、体育用品产销规模分析
- 2、体育用品批零结构分析
- 3、体育用品批发现状及前景分析
- 4、大型体育用品批发企业分析

三、图书批发市场分析

- 1、图书产销规模分析

2、图书批零结构分析

3、图书批发现状及前景分析

4、大型图书批发企业分析

第四部分 竞争格局分析

第六章 中国批发业区域市场分析

第一节 批发业区域结构特征

一、各地区大中型批发业企业单位数及从业人数情况

二、各地区大中型批发业企业商品购、销、存情况

三、各地区大中型批发业企业主营业务收入及利润情况

四、各地区大中型批发业企业经济效益比较

第二节 北京市批发业发展分析

一、北京市批发业发展规模

1、北京市批发业企业单位数及从业人数

2、北京市批发业商品购、销、存规模

3、北京市批发业资产负债规模

4、北京市批发业营收规模

二、北京市批发业经济效益分析

三、北京市批零结构分析

四、北京市批发业发展特征

五、北京市批发业发展建议

第三节 上海市批发业发展分析

一、上海市批发业发展规模

1、上海市批发业企业单位数及从业人数

2、上海市批发业商品购、销、存规模

3、上海市批发业资产负债规模

4、上海市批发业营收规模

二、上海市批发业经济效益分析

三、上海市批零结构分析

四、上海市批发业发展建议

第四节 广东省批发业发展分析

一、广东省批发业发展规模

1、广东省批发业企业单位数及从业人数

2、广东省批发业商品购、销、存规模

3、广东省批发业资产负债规模

4、广东省批发业营收规模

二、广东省批发业经济效益分析

三、广东省批零结构分析

四、广东省批发业发展建议

第五节 江苏省批发业发展分析

一、江苏省批发业发展规模

1、江苏省批发业企业单位数及从业人数

2、江苏省批发业商品购、销、存规模

3、江苏省批发业资产负债规模

4、江苏省批发业营收规模

二、江苏省批发业经济效益分析

三、江苏省批零结构分析

四、江苏省批发业发展建议

第六节 浙江省批发业发展分析

一、浙江省批发业发展规模

1、浙江省批发业企业单位数及从业人数

2、浙江省批发业商品购、销、存规模

3、浙江省批发业资产负债规模

4、浙江省批发业营收规模

二、浙江省批发业经济效益分析

三、浙江省批零结构分析

四、浙江省批发业发展建议

第七节 山东省批发业发展分析

一、山东省批发业发展规模

1、山东省批发业企业单位数及从业人数

2、山东省批发业商品购、销、存规模

3、山东省批发业资产负债规模

4、山东省批发业营收规模

二、山东省批发业经济效益分析

三、山东省批零结构分析

四、山东省批发业发展建议

第八节 天津市批发业发展分析

一、天津市批发业发展规模

1、天津市批发业企业单位数及从业人数

2、天津市批发业商品购、销、存规模

3、天津市批发业资产负债规模

4、天津市批发业营收规模

二、天津市批发业经济效益分析

三、天津市批零结构分析

四、天津市批发业发展建议

第九节 辽宁省批发业发展分析

一、辽宁省批发业发展规模

1、辽宁省批发业企业单位数及从业人数

2、辽宁省批发业商品购、销、存规模

3、辽宁省批发业资产负债规模

4、辽宁省批发业营收规模

二、辽宁省批发业经济效益分析

三、辽宁省批零结构分析

四、辽宁省批发业发展建议

第十节 福建省批发业发展分析

一、福建省批发业发展规模

1、福建省批发业企业单位数及从业人数

2、福建省批发业商品购、销、存规模

3、福建省批发业资产负债规模

4、福建省批发业营收规模

二、福建省批发业经济效益分析

三、福建省批零结构分析

四、福建省批发业发展建议

第七章 2026-2031年批发行业领先企业经营形势分析

第一节 浙江中捷环洲供应链集团股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第二节 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第三节 广东省轻工进出口股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第四节 浙江省粮油食品进出口股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第五节 安徽省技术进出口股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第六节 宁波市慈溪进出口股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第七节 中基宁波集团股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第八节 南京华能南方实业开发股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第九节 浙商中拓集团股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第十节 中化国际(控股)股份有限公司

一、公司发展概述

二、公司主营业务分析

三、公司经营情况分析

四、公司营销渠道及网络分析

五、公司发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第八章 中国批发市场发展分析

第一节 批发市场概述

一、批发市场的性质与功能

1、批发市场的产生

2、批发市场的概念

3、批发市场的功能

二、批发市场的类型

1、根据交易商品分

2、根据专业化程度分

3、根据市场与生产者或消费者的空间距离分

4、根据交易量及规范程度分

三、批发市场的主体、交易规则与交易方法

1、批发市场的主体

2、批发市场的交易规则

3、批发市场的交易方法

第二节 批发市场发展现状及发展策略分析

一、批发市场发展总体状况

二、批发市场面临的困境

三、批发市场转型升级建议

1、加强品牌市场建设

2、提高市场核心竞争力

3、探索多种融资模式

4、推广物联网技术建设智能市场

四、批发市场向现代物流转型建议

1、批发市场转型为现代物流企业

2、批发市场向现代物流企业转型的保障措施

五、批发市场发展规划

六、农产品批发市场发展现状及发展策略研究

1、农产品市场流通体系改革发展历程

2、农产品批发市场发展现状

3、农产品批发市场存在的主要问题

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

5、农产品批发市场发展策略

第九章 中国批发业发展趋势及振兴策略研究

第一节 批发业发展趋势分析

一、现代批发业将发展成为新的市场主角

二、批发业的服务功能越发重要

三、建立现代化物流配送中心的进程将加快

四、借助电子商务扩大批发交易额

第二节 批发业振兴策略研究

一、批发业相对萎缩的动因分析

1、批发业相对萎缩的内生动因

2、批发业相对萎缩的外生动因

二、振兴批发业的战略方向

三、振兴批发业的策略建议

- 1、理顺政府对批发流通管理的体制
- 2、纠正政府对批零结构调整的传统政策取向
- 3、促进流通产业供应链整体协调与批发创新
- 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
- 5、促进国有批发企业改制，提升其运作效率
- 6、促进批发业电子商务的发展

第六部分 发展战略研究

第十章 2026-2031年批发行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年批发行业面临的困境

第二节 批发企业面临的困境及对策

一、重点批发企业面临的困境及对策

- 1、重点批发企业面临的困境
- 2、重点批发企业对策探讨

二、中小批发企业发展困境及策略分析

- 1、中小批发企业面临的困境
- 2、中小批发企业对策探讨

三、国内批发企业的出路分析

第三节 中国批发行业存在的问题及对策

- 一、中国批发行业存在的问题
- 二、批发行业发展的建议对策

第四节 中国批发市场发展面临的挑战与对策

第十一章 批发行业发展战略研究

第一节 批发行业发展战略研究

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 对中国批发品牌的战略思考

一、批发品牌的重要性

二、批发实施品牌战略的意义

三、批发企业品牌的现状分析

四、中国批发企业的品牌战略

五、批发品牌战略管理的策略

第三节 批发经营策略分析

一、批发市场细分策略

二、批发市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、批发新产品差异化战略

第四节 批发行业投资战略研究

一、2026-2031年批发行业投资战略

二、2026-2031年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 批发行业研究结论及建议

第二节 批发子行业研究结论及建议

图表目录

图表：批发行业生命周期

图表：批发行业产业链结构

图表：2021-2026年全球批发行业市场规模

图表：2021-2026年中国批发行业市场规模

图表：2021-2026年批发行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国批发市场占全球份额比较

图表：2021-2026年批发行业销售收入

图表：2021-2026年批发行业利润总额

图表：2021-2026年批发行业资产总计

图表：2021-2026年批发行业负债总计

图表：2021-2026年批发行业竞争力分析

图表：2021-2026年批发市场价格走势

图表：2021-2026年批发行业主营业务收入

图表：2021-2026年批发行业主营业务成本

图表：2021-2026年批发行业销售费用分析

图表：2021-2026年批发行业管理费用分析

图表：2021-2026年批发行业财务费用分析

图表：2021-2026年批发行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年批发行业销售利润率分析

图表：2021-2026年批发行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年批发行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年批发行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：105455

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190113/105455.shtml>

在线订购：[点击这里](#)