



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国批发业市场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国批发业市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/283807.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

报告目录：

第1章：中国批发业发展背景综述

1.1 批发业相关概念

1.1.1 批发的概念与功能

(1) 批发的概念

(2) 批发的功能

1.1.2 批发商的分类体系

1.1.3 批发业的定义

1.1.4 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

1.2 批发业统计口径

1.2.1 批发业大中小微型企业划分标准

1.2.2 批发业统计限额标准

1.2.3 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

1.3 批发业发展环境

1.3.1 批发业政策环境分析

1.3.2 批发业经济环境分析

1.3.3 批发业社会环境分析

(1) 需求结构发生变化

(2) 新型产销关系出现

(3) 物流、信息技术发展

(4) 电子商务发展迅猛

1.3.4 批发业外贸环境分析

第2章：国外批发业发展启示

2.1 国外主要国家批发业发展现状及特征分析

2.1.1 美国批发业发展现状及特征分析

- 2.1.2 日本批发业发展现状及特征分析
- 2.1.3 法国批发业发展现状及特征分析
- 2.1.4 俄罗斯批发业发展现状及特征分析

2.2 国外批发业发展对我国的启示

- 2.2.1 强化为零售服务的功能
- 2.2.2 建立现代信息系统
- 2.2.3 充分发挥物流服务作用
- 2.2.4 科学合理组织货源

第3章：中国批发业发展现状分析

3.1 批发业发展规模

3.1.1 批发业企业单位数和从业人数

- (1) 企业单位数
- (2) 从业人数

3.1.2 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

3.1.3 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

3.2 批发业经营情况

3.2.1 批发业主要经营指标

3.2.2 批发业盈利能力分析

3.2.3 批发业运营能力分析

3.2.4 批发业偿债能力分析

3.2.5 批发业发展能力分析

3.3 批发业发展瓶颈

3.3.1 "重零售轻批发"的思想依然存在

3.3.2 零售商与生产商的双重挤压

3.3.3 批发市场结构趋同

3.3.4 批发企业规模过小

3.3.5 集约化程度低

第4章：中国批发业商品结构分析

4.1 批发业商品结构概况

4.1.1 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

4.1.2 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

4.1.3 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

4.1.4 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

4.2 食品、饮料及烟草制品批发市场分析

4.2.1 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

4.2.2 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

4.2.3 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

4.2.4 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

4.3 纺织、服装及日用品批发市场分析

4.3.1 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

4.3.2 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

4.3.3 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

4.4 医药及医疗器材批发市场分析

4.4.1 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

4.4.2 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

4.5 文化、体育用品及器材批发市场分析

4.5.1 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

4.5.2 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

4.5.3 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5章：中国批发业区域市场分析

5.1 批发业区域结构特征

5.1.1 各地区大中型批发业企业单位数及从业人数情况

5.1.2 各地区大中型批发业企业商品购、销、存情况

5.1.3 各地区大中型批发业企业主营业务收入及利润情况

5.1.4 各地区大中型批发业企业经济效益比较

5.2 北京市批发业发展分析

5.2.1 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

5.2.2 北京市批发业经济效益分析

5.2.3 北京市批零结构分析

5.2.4 北京市批发业发展特征

5.2.5 北京市批发业发展建议

5.3 上海市批发业发展分析

5.3.1 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

5.3.2 上海市批发业经济效益分析

5.3.3 上海市批零结构分析

5.3.4 上海市批发业发展建议

5.4 广东省批发业发展分析

5.4.1 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

5.4.2 广东省批发业经济效益分析

5.4.3 广东省批零结构分析

5.4.4 广东省批发业发展建议

5.5 江苏省批发业发展分析

5.5.1 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

5.5.2 江苏省批发业经济效益分析

5.5.3 江苏省批零结构分析

5.5.4 江苏省批发业发展建议

5.6 浙江省批发业发展分析

5.6.1 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

5.6.2 浙江省批发业经济效益分析

5.6.3 浙江省批零结构分析

5.6.4 浙江省批发业发展建议

5.7 山东省批发业发展分析

5.7.1 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

5.7.2 山东省批发业经济效益分析

5.7.3 山东省批零结构分析

5.7.4 山东省批发业发展建议

5.8 天津市批发业发展分析

5.8.1 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

5.8.2 天津市批发业经济效益分析

5.8.3 天津市批零结构分析

5.8.4 天津市批发业发展建议

5.9 辽宁省批发业发展分析

5.9.1 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

5.9.2 辽宁省批发业经济效益分析

5.9.3 辽宁省批零结构分析

5.9.4 辽宁省批发业发展建议

5.10 福建省批发业发展分析

5.10.1 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

5.10.2 福建省批发业经济效益分析

5.10.3 福建省批零结构分析

5.10.4 福建省批发业发展建议

第6章：中国批发市场发展分析

6.1 批发市场概述

6.1.1 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

6.1.2 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

6.1.3 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

6.2 批发市场发展现状及发展策略分析

6.2.1 批发市场发展总体状况

6.2.2 批发市场面临的困境

- (1) 来自生产、零售企业的双重挤压
- (2) 现代城市建设带来的困境
- (3) 批发企业自身发展的局限性

6.2.3 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

6.2.4 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
 - 1) 转型后的物流模式
 - 2) 转型后的批发市场运作
- (2) 批发市场向现代物流企业转型的保障措施

6.2.5 批发市场发展规划

6.2.6 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7章：中国批发业发展趋势及振兴策略研究

7.1 批发业发展趋势分析

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

7.2 批发业振兴策略研究

- 7.2.1 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
- 7.2.2 振兴批发业的战略方向
- 7.2.3 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8章：中国大型批发企业经营情况分析(AK WZY)

8.1 大型批发企业发展概况

8.2 部分大型批发企业经营情况分析

8.2.1 国药控股股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.2 庞大汽贸集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.3 九州通医药集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.4 上海物资贸易股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.5 厦门国贸集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.6 辽宁成大股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.7 南京医药股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.8 中化国际（控股）股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.2.9 江苏舜天股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.2.10 南京纺织品进出口股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

略……..

部分图表目录：

图表1：2009年以来批发业大中型企业单位数（单位：个）

图表2：批发业限额以上企业单位数（单位：个）

图表3：批发业大中型企业与限额以上企业登记注册类型构成对比（单位：%）

图表4：批发业大中型企业与限额以上企业控股情况对比（单位：%）

图表5：2009年以来批发业大中型企业从业人数（单位：万人）

图表6：批发业限额以上企业从业人数（单位：万人）

图表7：2009年以来批发业大中型企业商品购进额（单位：亿元）

图表8：批发业限额以上企业商品购进额（单位：亿元）

图表9：2009年以来批发业大中型企业商品销售额（单位：亿元）

图表10：批发业限额以上企业商品销售额（单位：亿元）

图表11：2009年以来批发业大中型企业期末商品库存额（单位：亿元）

图表12：批发业限额以上企业期末商品库存额（单位：亿元）

图表13：2009年以来批发业大中型企业实收资本（单位：亿元）

图表14：批发业限额以上企业实收资本（单位：亿元）

图表15：2009年以来批发业大中型企业实收资本构成比较（单位：%）

图表16：批发业限额以上企业实收资本构成（单位：%）

图表17：2009年以来批发业大中型企业主要经营指标（单位：亿元）

图表18：2009年以来中国批发业大中型企业盈利能力分析（单位：%）

图表19：中国批发业大中型企业运营能力分析（单位：次）
图表20：2009年以来中国批发业大中型企业偿债能力分析（单位：% ， 倍）
图表21：中国批发业大中型企业发展能力分析（单位：%）
图表22：批发业大中型企业单位数按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表23：批发业限额以上企业单位数按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表24：批发业大中型企业从业人数按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表25：批发业限额以上企业从业人数按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表26：批发业大中型企业商品购进额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表27：批发业限额以上企业商品购进额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表28：批发业大中型企业商品销售额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表29：批发业限额以上企业商品销售额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表30：批发业大中型企业期末商品库存额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表31：批发业限额以上企业期末商品库存额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表32：批发业大中型企业主营业务收入按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表33：批发业限额以上企业主营业务收入按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表34：批发业大中型企业主营业务利润按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表35：批发业限额以上企业主营业务利润按国民经济行业划分构成图（单位：%）
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283807.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。