



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国农产品批发市场发展研究深度报告（2006 ~ 2007）

## 一、调研说明

《中国农产品批发市场发展研究深度报告（2006～2007）》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/46514.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

2006年2月,商务部启动“双百市场工程”,优选出100家辐射面广、带动能力强的大型农产品批发市场和100家有实力的大型农产品流通企业,加以重点扶持,以构建农产品现代流通体系,解决农产品卖难问题,促进农民增收。当前,中国农产品总量短缺问题已得到基本解决,但随着市场格局由卖方市场转变为买方市场,农民卖难问题非常突出,造成近几年农民增产不增收。可见农业发展的障碍已经从生产领域转向流通领域。我国农产品流通体系薄弱,流通不畅,效率不高,国内现有4300个农产品批发市场,承担着七成以上农产品的流通。由于缺乏必要的资金投入和规范统一的标准,大多数农产品批发市场基础设施差,装备水平低,经营秩序不规范,服务功能单一,流通成本高、效率低、效益差。此次商务部拨付的5亿元资金补贴将采取直补和贴息相结合的方式支持“双百市场工程”。可是资金支持只是外因在发挥作用,构建现代农产品批发市场体系,完善批发市场的运作体制,健全批发市场的管理机制才是发展我国农产品批发市场的内在因素。在事物的发展过程中,内因是根本,外因是条件,只有内因和外因共同发挥作用才能更好地推进事物的发展,所以如何构建现代化的农产品批发市场体系将是我国农产品流通体制改革的重中之重。本报告在大量周密的市场调研基础上,依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料,组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性,深度研究与实际应用的有机结合,具有一定参考价值。

### 【目录】

#### 绪言10-15

##### 第1章：农产品批发市场的内涵及相关概念界定10-15

###### 第1节：关于市场10

###### 第2节：关于农产品批发市场10-11

###### 第3节：农产品批发市场与集贸市场、期货市场11-12

###### 第4节：农产品批发市场的类型及功能12-15

###### 农产品批发市场的类型12-14

###### 现代化农产品批发市场的功能14-15

#### 第1篇：发展篇15-37

## 第1章：我国农产品批发市场发展分析15-37

### 第1节：相关数据分析15-18

### 第2节：发展现状分析19-29

#### 市场结构分析19-22

#### 市场行为分析22-26

#### 市场绩效分析26-29

### 第3节：我国农产品批发市场发展问题分析29-35

#### 规划与布局问题29-31

#### 市场功能问题31-33

#### 市场主体化问题33-34

#### 价格形成问题34

#### 批零兼售问题34

#### 市场管理问题34-35

### 第4节：发展对策及其相关建议35-37

#### 整合参与主体35

#### 发展交易方式35-36

#### 市场准入制度36

#### 完善法律法规36

#### 转变管理方式37

## 第2篇：地域篇37-66

### 第1章：重庆农产品批发市场发展分析37-44

#### 第1节：相关数据分析37-38

#### 第2节：发展问题分析38-40

#### 第3节：发展对策分析40-44

##### 完善批发市场的布局规划40

##### 多渠道筹措建设资金41

##### 稳妥推行拍卖制、销售代理制、配送制和电子商务等现代交易方式41-42

##### 完善服务功能,拓展市场的外延与内涵42

##### 努力培育规模化经营的现代批发商42-43

##### 加强宏观调控和科学管理,使农产品市场功能运作具有良好的环境43-44

### 第2章：浙江农产品批发市场发展分析44-59

#### 第1节：相关数据分析44-45

#### 第2节：发展历程分析46-47

1978-1984年: 萌芽发展阶段46

1985-1991年: 快速发展阶段46

1992-1999年: 发展提高阶段46

2000年-至今: 质量提升、品牌培育阶段47

#### 第3节：发展现状分析47-51

#### 第4节：发展特点分析51-53

产业化趋势明显51-52

市场管理和服务水平不断提高52

市场投资主体趋向多元化52-53

#### 第5节：发展问题分析53-54

缺乏统一规划, 管理体制不顺53

标准化管理和质量管理刚刚起步53

管理规范化程度偏低53-54

市场功能定位不明确, 服务内容单一54

市场经营主体的组织化程度低54

#### 第6节：发展对策分析54-59

周边兄弟省市农产品批发市场发展经验及启示54-55

西方发达国家农产品批发市场发展经验及启示55-57

加快发展的对策及建议57-59

### 第3章：河北省农产品批发市场发展分析59-66

#### 第1节：相关数据分析59-61

#### 第2节：发展问题分析61-62

基础设施简陋，管理粗放61

交易规模小，交易方式落后61-62

交易主体规模小。组织化程度低62

农产品安全检测设施和制度不健全62

#### 第3节：发展对策分析62-66

国内外成熟农产品批发市场发展模式 62-64

借鉴经验发展河北省农产品批发市场64-66

### 第3篇：国际借鉴篇 67-103

#### 第1章：国外发展模式的比较研究67-72

##### 第1节：北美模式67

政府不参与农产品批发市场的开设,市场多由企业或私人投资兴建67

政府通过制定法律法规和派出人员对批发市场进行管理,监管体系健全合理、富有成效67

场内交易以大批发商为主67

##### 第2节：欧盟模式67-68

##### 第3节：东亚模式68-70

农产品批发市场作为一项社会公益事业来建设68

政府统一规划,审批严格69

行业协会在批发市场的运行中扮演着及其重要的角色69

有完善健全的批发市场法律法规作保障69

实行严格的市场准入制度,高度重视食品安全管理70

##### 第4节：国外发展经验的启示和借鉴70-72

政府应当加强对农产品批发市场的调控和规划,加大支持投入力度70

要努力培育市场内规模化经营的现代大批发商,提升经营主体的组织化70-71

积极发挥行业协会和中介组织在联结农户与市场、沟通产销之间的作用71

积极探索、逐步推进农产品交易方式的改进和创新71

完善批发市场法律法规71-72

#### 第2章：农产品物流模式的国际比较研究72-77

##### 第1节：欧盟的农产品直销制度72

##### 第2节：日本农产品物流体制73-75

##### 第3节：国际发展经验的启示和借鉴76-77

我国农产品物流的现实主流状态76

我国农产品物流理想模式构建77

#### 第3章：法国农产品批发市场发展分析77-84

##### 第1节：农产品批发市场法制分析77-79

##### 第2节：农产品批发市场管理分析79-84

##### 第3节：法国农产品批发市场布局与规模分析84

#### 第4章：韩国农产品批发市场发展分析85-93

##### 第1节：发展现状分析85-89

建设现状分析85

分类与分布分析85-86

流通环节分析86-89

## 第2节：发展趋势分析89-93

农产品批发市场面临的新形势 89-90

农产品批发市场发展新趋势90-93

## 第5章：美国农产品批发市场发展分析94-98

### 第1节：美国农产品批发市场分类94-95

农产品期货交易所94

现代食物批发分销中心94

农场主直销市场94-95

### 第2节：美国农产品批发市场特点分析95-96

政府大力支持农产品批发市场的建设95

灵活的管理方式96

政府重视食品安全96

农产品批发市场的交易方式96

管理有序96

### 第3节：经验借鉴与启示96-98

加强政府对农产品批发市场的统一规划和管理96-97

培育规模化经营的批发商97

建立批发市场协会97

继续开发必要的硬件设施97

开展加工、配送服务。配送是现代流通的重要形式98

## 第6章：日本农产品批发市场发展分析98-103

### 第1节：发展现状分析98-100

有健全的法律法规作支撑 98-99

有组织化程度极高的农民协会 99

有高效运行的竞争机制 99-100

有严格的农产品市场准入制度 100

有现代化的交易方式和手段 100

### 第2节：对我国农产品批发市场发展的启示101-103

加快我国农产品批发市场的法规体系建设 101

培育规模化经营的现代批发商，激活农产品批发市场 101

培育农产品流通中介组织，提高农民参与流通的组织化程度 101-102

积极稳妥地推行拍卖制，健全农产品价格形成机制 102

实施质量安全市场准入制度，保障农产品质量安全 102-103

#### 第4篇：机制篇103-111

##### 第1章：组织机制研究103-111

###### 第1节：发达国家农产品批发市场组织机制的特点103-106

实施严格的市场准入制度103-104

实行规范的拍卖交易机制104-106

###### 第2节：我国农产品批发市场组织机制的缺陷106-108

市场进入壁垒低106

交易机制不完善107

管理体制落后107-108

###### 第3节：我国农产品批发市场组织机制的对策108-111

完善市场准入机制108

逐步引入拍卖交易机制108-109

规范市场管理体制109-111

#### 第5篇：功能篇111-121

##### 第1章：市场功能研究111-121

###### 第1节：我国农产品批发市场新形势分析111-114

###### 第2节：农产品批发市场硬件技术水平研究114-115

经营环境114

经营设施114-115

电子计算机信息网络系统115

###### 第3节：农产品批发市场功能拓展研究115-119

商品质量管理115

经销商管理116

场内交易管理116

从业人员管理117

维护批发市场的公益性117-119



对接国际市场119

第4节：拓展农产品批发市场功能的建议120-121

科学决策、统筹规划120

借鉴国外经验要因地制宜120

政企合作, 吸收社会力量参与120-121

第6篇：产地市场研究篇121-128

第1章：产地农产品批发市场研究121-128

第1节：产地市场存在和发展的社会经济条件121-123

产地市场是国情与农业生产特点所决定的市场形态121-122

产地市场是小规模生产满足社会大规模需求的内在要求与有效实现方式122

产地市场是与市场交易机制和价格形成机制相吻合的市场组织形式122-123

第2节：产地市场在我国农产品市场体系中的地位123-125

我国产地市场发展的现状与态势123-124

产地市场是农产品市场流通体系的枢纽124-125

第3节：产地市场的农业经济组织特性125-127

产地市场的存在和发展是我国农业经济新的组织形式125-126

产地市场作为农业经济组织的优势与特点126-127

第4节：产地市场的创新性功能127-128

组织农业生产127

组织农产品加工127

组织农业科技服务和农民教育培训127

提高农产品质量, 保障农产品安全128

促进农业一体化生产经营128

促进农村社会和城镇社会经济发展功能128

第7篇：物流篇129-137

第1章：农产品批发市场物流模式研究129-132

第1节：农产品物流体系的评价129-130

第2节：发展农产品物流的政策建议130-132

逐步改善农产品物流市场组织经营的外部环境130

大力提高农产品物流市场体系的组织化程度,同时鼓励有条件的企业走外向型发展之

路130-131

积极稳妥地推行拍卖制,健全农产品价格形成机制131

加强市场管理与相关法规建设131-132

第2章：电子结算系统研究132-137

第1节：电子结算系统交易模式设计研究132-133

第2节：实施电子结算系统的意义133-134

第3节：电子结算系统结构和功能134-135

第4节：电子结算系统在农产品批发市场的应用136-137

集中开票模式136

电子磅计量打票模式136

手持IC卡终端模式136-137

## 主要图表

图1：2007年中国农产品批发市场规模及其与上年比较

图2：2007年前由农业部认定的定点农产品批发市场及其与2006年前比较

图3：2006和1988年中国农产品批发市场规模及其与2000年比较

图4：2006年中国农产品批发市场成交额及其与2002和1988年比较

图5：2006年中国亿元以上（含亿元）农产品批发市场规模及其与2002年比较

图6：2006年中国亿元以上农产品批发市场成交额及其与2002年比较

图7：2006年中国平均每个亿元交易市场的成交额及其与2002年比较

图8：2006年中国超亿元大型农产品批发市场的区域分布图

图9：2006年中国亿元以上农产品批发市场数量占比

图10：2006年中国亿元农产品专业批发市场规模及其与2002年比较

图11：2006年中国亿元农产品专业批发市场规模及其与2005年比较

图12：2006年中国亿元综合农产品批发市场规模及其与2005年比较

图13：2006年亿元以上农产品市场成交的占比

图14：2006年中国亿元农产品综合批发市场成交额及其与2002年比较

图15：2007年纳入“双百市场工程”的农产品批发市场的占比

图16：2006年中国亿元以上农产品批发市销售规模分析

图17：2006年中国农产品批发市场物流环节损失率及其与发达国家比较

图18：2000年中国亿元以上农产品批发专业市场的区域分析

图19：2000年中国亿元以上农产品批发市场的区域分析

图20：2006年中国亿元农产品批发市场的城市分布

图21：2006年中国农产品批发市场传统和现代交易方式的比重

图22：2006年中国农产品批发市场的购销大户和农户的比重

图23：重庆市主要农产品市场结构分析图

图24：重庆市农产品批发市场交易额最大的前四家

图25：1984～2006年浙江省农产品批发市场规模变化分析

图26：1984～2006年浙江省农产品批发市场规模变化分析

图27：2006年浙江省农产品批发市场占农副产品批发市场的比重

图28：2006年浙江省农产品批发市场交易额占农副产品批发市场总交易额的比重

图29：2006年浙江省超亿元农副产品批发市场的占比

图30：2006年浙江省超亿元农副产品批发市场交易额的占比

图31：2006年浙江省10超亿元农副产品批发市场的占比

图32：2006年浙江省超亿元农副产品批发市场交易额的占比

图33：2006年义乌农贸城和余姚农副产品批发市场的市场份额

图34：浙江省大中型农产品批发市场实现多元化投资主体的比重

图35：2006年河北省农产品批发市场规模及其占全国的比重

图36：2006年河北省农产品批发市场规模及其与上年比较

图37：2006年河北省农产品批发市场成交额及其与上年比较

图38：欧盟农产品直销模式

图39：日本农产品批发市场结构分析图

图40：日本生产者生产的农副产品通过农产品批发市场出货的比重

图41：日本农产品物流拍卖系统

图42：日本农产品竞卖招标委托集中上市的手续费占比

图43：我国农产品物流系统的主流状态

图44：我国农产品物流理想模式构建

图45：韩国农产品批发市场结构分析

图46：韩国国营农产品批发市场的结构分析

图47：韩国农产品流通方式的结构分析

图48：韩国农产品批发市场对手交易方式的占比

图49：韩国农产品批发市场对手交易成交额的占比

图50：日本批发组织内部类型

图51：农产品拍卖的一般程序

图52：2006年前由我国农业部认定的定点农产品批发市场的比重

图53：课题组对164个定点农产品批发市场的调查分析

图54：2006中国产地市场规模及其占全国的比重

图55：2006中国产地市场结构分析

图56：中国农产品市场流通示意图

图57：农产品批发市场统一电子结算系统交易流程

图58：农产品批发市场电子结算系统功能结构图

表1：农产品批发市场与农产品期货市场的区别

表2：三种不同形式发展而来的农产品批发市场的组织机制比较

表3：全国农产品质量安全专项整治情况表

表4：农民教育培训情况表

表5：农业部近期对全国100家农产品批发市场的监督抽查情况表

表6：中国农产品批发市场2006年基本情况表

表7：农产品批发市场主要硬件设施升级改造项目内容

表8：农产品批发市场功能提升效果

表9：中国农户每个平均经营土地情况

表10：主要国家或地区农产品物流体系综合评价与比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46514.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](http://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。