

# 2020-2026年中国批发业市场深度分析与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国批发业市场深度分析与未来发展趋势报告》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.cction.com/report/202001/150027.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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

### 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) 公司简介
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
  - 1) 主要经济指标分析
  - 2) 企业盈利能力分析
  - 3) 企业运营能力分析
  - 4) 企业偿债能力分析
  - 5) 企业发展能力分析
- (4) 公司营销渠道及网络分析
- (5) 公司发展战略分析
- (6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.2 庞大汽贸集团股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
  - 1) 主要经济指标分析
  - 2) 企业盈利能力分析
  - 3) 企业运营能力分析
  - 4) 企业偿债能力分析
  - 5) 企业发展能力分析

(4) 公司营销渠道及网络分析

(5) 公司发展战略分析

(6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.3 九州通医药集团股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 公司营销渠道及网络分析

(5) 公司发展战略分析

(6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.4 上海物资贸易股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 公司营销渠道及网络分析

(5) 公司发展战略分析

(6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.5 厦门国贸集团股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (4) 公司营销渠道及网络分析
- (5) 公司发展战略分析
- (6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.6 辽宁成大股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (4) 公司营销渠道及网络分析
- (5) 公司发展战略分析
- (6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.7 南京医药股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (4) 公司营销渠道及网络分析
- (5) 公司发展战略分析
- (6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.8 中化国际（控股）股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 公司营销渠道及网络分析

(5) 公司发展战略分析

(6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.9 江苏舜天股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 公司营销渠道及网络分析

(5) 公司发展战略分析

(6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.10 南京纺织品进出口股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 公司营销渠道及网络分析

(5) 公司发展战略分析

(6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.11 华东医药股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 公司营销渠道及网络分析

(5) 公司发展战略分析

(6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.12 南方建材股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 公司营销渠道及网络分析

(5) 公司发展战略分析

(6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.13 浙江震元股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司主营业务分析

(3) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析



- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (4) 公司营销渠道及网络分析
- (5) 公司发展战略分析
- (6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.14 厦门信达股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (4) 公司营销渠道及网络分析
- (5) 公司发展战略分析
- (6) 公司最新发展动态分析

#### 8.2.15 中国石化山东泰山石油股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (4) 公司营销渠道及网络分析
- (5) 公司发展战略分析
- (6) 公司最新发展动态分析

## 部分图表目录:

图表1：2014-2019年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5：2014-2019年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7：2014-2019年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9：2014-2019年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11：2014-2019年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13：2014-2019年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15：2014-2019年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17：2014-2019年批发业大中型企业主要经营指标（单位：亿元）

图表18：2014-2019年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20：2014-2019年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：%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150027.html>