

中国大宗商品行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2023-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国大宗商品行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2023-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202301/623075.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

大宗商品（Commodities）是指可进入流通领域，但非零售环节，具有商品属性并用于工农业生产与消费使用的大批量买卖的物质商品。在金融投资市场，大宗商品指同质化、可交易、被广泛作为工业基础原材料的商品，如原油、有色金属、钢铁、农产品、铁矿石、煤炭等。包括3个类别，即能源商品、基础原材料和农副产品。

我国大宗商品行业相关政策

近些年来，为了促进大宗商品行业的发展，我国陆续发布了许多政策，如2022年国务院发布的《“十四五”现代物流发展规划》提出完善大宗商品物流体系，优化粮食、能源、矿产等大宗商品物流服务，提升沿海、内河水运通道大宗商品物流能力，扩大铁路货运班列、“点对点”货运列车、大宗货物直达列车开行范围，发展铁路散粮运输、棉花集装箱运输、能源和矿产重载运输。

我国大宗商品行业相关政策

发布时间

发布部门

政策名称

主要内容

2016年6月

国务院办公厅

国务院办公厅关于转发国家发展改革委营造良好市场环境推动交通物流融合发展实施方案的通知

支持社会资本有序建设综合运输信息、物流资源交易、大宗商品交易服务等专业化经营平台，提供信息发布、线路优化、仓配管理、追踪溯源、数据分析、信用评价、客户咨询等服务。

2018年4月

中共中央、国务院

关于支持海南全面深化改革开放的指导意见

支持依法合规在海南设立国际能源、航运、大宗商品、产权、股权、碳排放权等交易场所。

2019年2月

中共中央、国务院

粤港澳大湾区发展规划纲要

支持广州完善现代金融服务体系，建设区域性私募股权交易市场，建设产权、大宗商品区域交易中心，提升国际化水平。

2020年6月

国务院办公厅

国务院办公厅转发国家发展改革委交通运输部关于进一步降低物流成本实施意见的通知
落实好大宗商品仓储用地城镇土地使用税减半征收等物流减税降费政策。

2021年5月

国家发展改革委

关于“十四五”时期深化价格机制改革行动方案的通知

做好大宗商品价格异动应对，加强对铁矿石、铜、原油、天然气、玉米、大豆、食用油等大宗商品市场动态和价格形势的跟踪分析，深入研判输入性影响，及时提出储备、进出口、财税、金融等综合调控措施建议，推动有关方面做好保供稳价工作。

2021年9月

国务院

关于推进自由贸易试验区贸易投资便利化改革创新若干措施

加强自贸试验区内现有期货产品国际交易平台建设，发挥自贸试验区在交割仓库、仓储物流、金融服务等方面的功能，提升大宗商品期货市场对外开放水平。

2021年12月

国家发展改革委

关于振作工业经济运行 推动工业高质量发展的实施方案的通知

进一步强化大宗商品期现货市场监管，坚决遏制过度投机炒作。

2022年1月

国务院办公厅

关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见

做好大宗商品进口工作，积极保障大宗商品国内供给，统筹保障大宗商品进口各环节稳定运行。

2022年5月

国务院

关于印发扎实稳住经济一揽子政策措施的通知

统筹加大对物流枢纽和物流企业的支持力度，加快宁波舟山大宗商品储运基地建设，开展大宗商品储运基地整体布局规划研究。

2022年12月

国务院办公厅

“十四五”现代物流发展规划

完善大宗商品物流体系，优化粮食、能源、矿产等大宗商品物流服务，提升沿海、内河水运通道大宗商品物流能力，扩大铁路货运班列、“点对点”货运列车、大宗货物直达列车开行范围，发展铁路散粮运输、棉花集装箱运输、能源和矿产重载运输。

资料来源：观研天下整理

部分省市大宗商品行业相关政策

为了响应国家号召，各省市积极推动大宗商品行业的发展，比如江西省发布的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的实施意见》提出持续开展好大宗商品消费促进活动，抢抓国家阶段性减征部分乘用车车辆购置税和鼓励家电生产企业回收行动等政策机遇，稳定增加汽车、家电等大宗消费。

部分省市大宗商品行业相关政策

省份

发布时间

政策名称

主要内容

天津市

2021年12月

天津市加快发展外贸新业态新模式的若干措施

结合城市功能定位和区域产业发展实际，重点围绕大宗商品贸易、对外承包工程、跨国企业全球供应链、跨境电商和跨境租赁等5大场景，大力吸引跨国公司地区总部、总部机构在津落户。

江西省

2022年10月

江西省人民政府办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的实施意见

持续开展好大宗商品消费促进活动，抢抓国家阶段性减征部分乘用车车辆购置税和鼓励家电生产企业回收行动等政策机遇，稳定增加汽车、家电等大宗消费。

福建省

2021年6月

福州都市圈发展规划

推动农渔产品、石油化工产品、铁矿石等大宗商品保税期货交易；发展外贸新业态。

山西省

2022年9月

山西省进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的实施方案

加强大宗商品领域价格监管，严厉查处囤积居奇、哄抬价格等违法行为。建立完善重要商品收储和吞吐调节机制，持续做好日常监测和动态调控，落实好粮油肉蛋奶果蔬和大宗商品等保供稳价措施。

宁夏回族自治区

2021年10月

宁夏回族自治区现代物流发展“十四五”规划

鼓励网络货运企业成为大宗物流的创新主体，在货源组织、运输管理、后市场服务、金融服务等环节上开展数字化整合，提升大宗商品供应链一体化服务能力。

江苏省

2022年8月

江苏省“十四五”现代流通体系建设方案

围绕大宗商品、生产资料、特色农产品等跨区域流动，推进与重要资源地、重要消费市场的高效物流通道建设，提升跨区域交通物流合作层次和水平。

重庆市

2022年1月

重庆市现代物流业发展“十四五”规划（2021—2025年）和重庆市口岸发展“十四五”规划（2021—2025年）

完善国际大宗商品供应体系，依托港口、站场及综合保税区、保税物流中心等，加快推动大宗商品供应链服务体系与区域工业体系对接，建设大宗商品交易平台和大宗商品交收（交割）仓库、堆场。

资料来源：观研天下整理（XD）

观研报告网发布的《中国大宗商品行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2023-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国大宗商品行业发展概述

第一节 大宗商品行业发展情况概述

一、大宗商品行业相关定义

二、大宗商品特点分析

三、大宗商品行业基本情况介绍

四、大宗商品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、大宗商品行业需求主体分析

第二节 中国大宗商品行业生命周期分析

一、大宗商品行业生命周期理论概述

二、大宗商品行业所属的生命周期分析

第三节 大宗商品行业经济指标分析

一、大宗商品行业的赢利性分析

二、大宗商品行业的经济周期分析

三、大宗商品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球大宗商品行业市场发展现状分析

第一节 全球大宗商品行业发展历程回顾

第二节 全球大宗商品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲大宗商品行业地区市场分析

一、亚洲大宗商品行业市场现状分析

二、亚洲大宗商品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲大宗商品行业市场前景分析

第四节 北美大宗商品行业地区市场分析

一、北美大宗商品行业市场现状分析

二、北美大宗商品行业市场规模与市场需求分析

三、北美大宗商品行业市场前景分析

第五节 欧洲大宗商品行业地区市场分析

一、欧洲大宗商品行业市场现状分析

二、欧洲大宗商品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲大宗商品行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界大宗商品行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球大宗商品行业市场规模预测

第三章 中国大宗商品行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对大宗商品行业的影响分析

第三节 中国大宗商品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对大宗商品行业的影响分析

第五节 中国大宗商品行业产业社会环境分析

第四章 中国大宗商品行业运行情况

第一节 中国大宗商品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国大宗商品行业市场规模分析

一、影响中国大宗商品行业市场规模的因素

二、中国大宗商品行业市场规模

三、中国大宗商品行业市场规模解析

第三节 中国大宗商品行业供应情况分析

一、中国大宗商品行业供应规模

二、中国大宗商品行业供应特点

第四节 中国大宗商品行业需求情况分析

一、中国大宗商品行业需求规模

二、中国大宗商品行业需求特点

第五节 中国大宗商品行业供需平衡分析

第五章 中国大宗商品行业产业链和细分市场分析

第一节 中国大宗商品行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、大宗商品行业产业链图解

第二节 中国大宗商品行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对大宗商品行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对大宗商品行业的影响分析

第三节 我国大宗商品行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国大宗商品行业市场竞争分析

第一节 中国大宗商品行业竞争现状分析

- 一、中国大宗商品行业竞争格局分析
- 二、中国大宗商品行业主要品牌分析

第二节 中国大宗商品行业集中度分析

- 一、中国大宗商品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国大宗商品行业市场集中度分析

第三节 中国大宗商品行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国大宗商品行业模型分析

第一节 中国大宗商品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国大宗商品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国大宗商品行业SWOT分析结论

第三节中国大宗商品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国大宗商品行业需求特点与动态分析

第一节中国大宗商品行业市场动态情况

第二节中国大宗商品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节大宗商品行业成本结构分析

第四节大宗商品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国大宗商品行业价格现状分析

第六节中国大宗商品行业平均价格走势预测

一、中国大宗商品行业平均价格趋势分析

二、中国大宗商品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国大宗商品行业所属行业运行数据监测

第一节中国大宗商品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国大宗商品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国大宗商品行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2019-2023年中国大宗商品行业区域市场现状分析

第一节中国大宗商品行业区域市场规模分析

一、影响大宗商品行业区域市场分布的因素

二、中国大宗商品行业区域市场分布

第二节中国华东地区大宗商品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区大宗商品行业市场分析

(1) 华东地区大宗商品行业市场规模

(2) 华南地区大宗商品行业市场现状

(3) 华东地区大宗商品行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区大宗商品行业市场分析

(1) 华中地区大宗商品行业市场规模

(2) 华中地区大宗商品行业市场现状

(3) 华中地区大宗商品行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区大宗商品行业市场分析

- (1) 华南地区大宗商品行业市场规模
- (2) 华南地区大宗商品行业市场现状
- (3) 华南地区大宗商品行业市场规模预测

第五节华北地区大宗商品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区大宗商品行业市场分析

- (1) 华北地区大宗商品行业市场规模
- (2) 华北地区大宗商品行业市场现状
- (3) 华北地区大宗商品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区大宗商品行业市场分析

- (1) 东北地区大宗商品行业市场规模
- (2) 东北地区大宗商品行业市场现状
- (3) 东北地区大宗商品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区大宗商品行业市场分析

- (1) 西南地区大宗商品行业市场规模
- (2) 西南地区大宗商品行业市场现状
- (3) 西南地区大宗商品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区大宗商品行业市场分析

- (1) 西北地区大宗商品行业市场规模
- (2) 西北地区大宗商品行业市场现状
- (3) 西北地区大宗商品行业市场规模预测

第十一章 大宗商品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国大宗商品行业发展前景分析与预测

第一节中国大宗商品行业未来发展前景分析

- 一、大宗商品行业国内投资环境分析
- 二、中国大宗商品行业市场机会分析
- 三、中国大宗商品行业投资增速预测

第二节中国大宗商品行业未来发展趋势预测

第三节中国大宗商品行业规模发展预测

- 一、中国大宗商品行业市场规模预测
- 二、中国大宗商品行业市场规模增速预测
- 三、中国大宗商品行业产值规模预测
- 四、中国大宗商品行业产值增速预测
- 五、中国大宗商品行业供需情况预测

第四节中国大宗商品行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国大宗商品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国大宗商品行业进入壁垒分析

- 一、大宗商品行业资金壁垒分析
- 二、大宗商品行业技术壁垒分析
- 三、大宗商品行业人才壁垒分析
- 四、大宗商品行业品牌壁垒分析
- 五、大宗商品行业其他壁垒分析

第二节大宗商品行业风险分析

- 一、大宗商品行业宏观环境风险
- 二、大宗商品行业技术风险
- 三、大宗商品行业竞争风险
- 四、大宗商品行业其他风险

第三节中国大宗商品行业存在的问题

第四节中国大宗商品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国大宗商品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国大宗商品行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国大宗商品行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 大宗商品行业营销策略分析

- 一、大宗商品行业产品策略
- 二、大宗商品行业定价策略
- 三、大宗商品行业渠道策略
- 四、大宗商品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202301/623075.html>