

2016-2022年中国大宗商品电子交易产业全景调研 及发展趋势研究报告

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《2016-2022年中国大宗商品电子交易产业全景调研及发展趋势研究报告》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://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/239075239075.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

大宗商品交易市场特指专业从事电子买卖交易套期保值的大宗类商品批发市场，又被称为现货市场，是由市级以上政府职能部门批准设立，并由商务部、发改委等相关职能部门进行监督和管理。具备生产资料、大宗货物的战略储备、调节物价、组织生产和套期保值四大基本功能。以2004年国务院颁布的《大宗商品交易市场管理办法》为标志，现货市场在国内的运作已日臻完善。而基于实物商品为交易标的物的电子仓单交易以其便捷高效的特点，正日益成为广大客户的热土。

市场发展概况

目前的现货电子交易市场一般都是依托商品生产地、消费地或集散地，在比较好的实体现货贸易基础上建立起来的。在市场真实需求的带动下，现货电子交易市场通过搭建电子商务平台和配套第三方物流、质检，连接产销环节，整合信息流、资金流与物流等流量经济，发挥了立足现货、提升现货、服务现货的基础功能。

据中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会不完全统计，截止2014年底，目前我国大宗商品电子类交易市场共739家。其中，处于运营状态的市场为661家，处于暂停交易或停业状态的市场为78家。

2014年，我国大宗商品现代流通行业总体呈现向规范化、专业化和规模化发展的良好态势，行业整体综合实力与市场主体质量有明显提升。大宗商品电子类交易市场与实体经济的联系更加紧密，行业分布更加广泛，市场数量同比增长37.4%，实物交易规模超过20万亿元。我国大宗商品电子类交易所涉及的行业，已涵盖能源、化工、农业、林业、牧业、渔业、金属、矿产、纺织、酒类、医药等二十余个行业。其中，农产品(000061,股吧)类市场219家、金属类市场(含黑色、有色、稀贵等)162家、化工类(含化纤、纺织等)市场71家、能源类市场(含石油、成品油、煤炭、天然气等)41家、畜禽产品类市场(含肉类、禽蛋等)27家、酒类产品市场22家、林产品类市场(含木材、纸浆等)18家、渔产品类市场14家、矿产品市场14家、综合类市场104家、其他类市场(废旧、易货、再生资源等)47家。从行业分布看，农产品类市场继续保持龙头地位，约占全国市场总量的29.6%，其次为金属类市场，约占21.9%。大宗商品电子商务在各领域与行业的普及和应用更加广泛，能源类、畜禽类、矿产品类和综合类市场的数量有较大增长。此外，因行业竞争加剧和市场清理整顿等原因，处于停业或暂停交易状态的市场数量亦有所增加，尤以贵金属市场和农产品市场居多。

发展的一些建议

编制大宗商品交易市场发展规划，推进市场向规模优质化发展。由有关商务部门负责编制大宗商品现货交易市场发展规划，统筹各类交易场所的数量规模和区域分布，明确交易场所的品种结构，加快推进大宗商品现货交易平台规划建设和培育。对现有大宗商品交易市场进行提升整合，优化股东结构，完善交易系统，打造上规模、高标准交易平台，做大市场交易量；对拟新申请设立市场的企业，引导其通过收购、兼并、入股等形式盘活现有空壳市场，控

制市场数量、提高市场质量、扩大市场规模，使全市大宗商品交易市场提质控量。

制定现货交易所监管办法，完善长效管理机制。制定现货交易所监管办法，明确各部门职责、市场准入条件和审批程序，规范市场的交易对象、方式和行为。建立完善市场日常监督管理机制，借鉴期货市场管理模式，对市场的交易运行实施全程监督。建立市场风险防控基金制度，督促大宗商品交易市场在规范经营的同时，按市场交易额固定比例提取风险防控基金，存入固定账户，用于防控市场风险。

利用“互联网+”思维，变革运营模式。在“互联网+”时代，通过技术实时接入银行监管、仓储监管及大数据、云计算、物联网等手段，大宗商品现货交易流程将真正实现线上线下无缝对接，虚拟与实体合一，极大促进大宗商品的流通，促进产业链的资源整合，提升贸易的整体效率。特别是大数据和云计算将成为连接一切和智能化的根基。大宗商品电子交易市场能运用大数据准确判断行业状况，精准定位客户群及其对产品和服务的需求，据此再结合自身的资源优势设置自身市场定位，创新交易和交收模式。如此能较大程度地减少大宗商品交易平台业务和服务竞争的同质化，实现资源配置的最优化，有利于改变我国当前大宗商品现货交易市场较为混乱的现状。

发展的必要性

建立现代商品市场体系的需要。大宗商品电子交易市场是现货市场发展演进的真实需求，在其向商品期货及金融市场向上延伸的同时，也提升了底层商品现货生产、流通及其市场的质量，为商品现货生产、流通的高效运转，提供了供需直接对接、减少中间环节、降低交易物流成本、扩大营销范围、提高科学管理水平、规避信用风险、管理价格风险的工具。并在区域性乃至全国性市场，形成一个相对权威、公正、合理的商品现货市场价格体系，为对接商品期货与现货市场，搭建了一座稳固而可靠的桥梁。由此，使得一套现代商品市场体系架构，得以清晰地展现出来。

传统产业转型升级的需要。国际有竞争力的产业大多采用集群模式，而大宗商品电子交易市场可在更广的范围上建立集群平台，进行更流畅、更高效的信息共享、集成，从而实现更专业的分工协作，集中整合上、中、下游相互依存和互动的产业链条，有效约束假冒伪劣、恶性竞争等现象，促进联合创新、塑造区域品牌、降低融资成本，提升行业整体竞争力，加快传统产业转型升级。

通过基于大宗商品电子交易市场的第三方交易平台的建设，来建立一系列的包括第三方仓储物流、第三方金融和第三方信用、标准等第三方市场服务体系，以推动包括商品现货、期货在内的整个商品市场体系的发展。并在其自身的服务集成、产业升级的同时，从更广阔的商品、资本及金融市场等领域，推动中国市场经济及商品经济的全面发展。

目前，建设“一带一路”，为大宗商品物流和电子交易提供了千载难逢的历史性机遇，契合沿线国家的共同需求，为沿线国家优势互补、开放发展开启了新的机遇之窗，将极大促进国内沿线大宗商品跨境电商和跨境物流的飞速发展，为大宗商品线上交易带来巨大的发展机会。

中国报告网发布的《2016-2022年中国大宗商品电子交易产业全景调研及发展趋势研究

报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

【报告目录】

第一章中国大宗商品电子交易市场概述

1.1大宗商品电子交易市场报告研读说明

1.1.1报告研究范围说明

1.1.2报告主要研究对象

1.1.3报告主要分析工具

1.1.4报告主要名词解释

1.2大宗商品电子交易市场概念界定

1.2.1大宗商品交易市场相关概念辨析

(1) 期货市场

(2) 现货市场

(3) 大宗商品电子交易市场

1.2.2三类交易市场的区别与联系

1.2.3与四大交易所的区别

1.3大宗商品电子交易市场参与主体分析

1.3.1地方政府利益诉求分析

1.3.2交易所的作用分析

1.3.3代理商管理现状分析

1.3.4散户投资者分析

1.4大宗商品电子交易市场投资特性

1.4.1大宗商品交易市场准入门槛

1.4.2大宗商品交易市场投资成本

1.4.3大宗商品交易市场盈利因素

1.5大宗商品电子交易市场业务运作体系

1.5.1大宗商品电子交易市场商业模式

1.5.2大宗商品电子交易市场客户群体

1.5.3大宗商品电子交易市场收益来源

第二章中国大宗商品电子交易市场生存环境

2.1 大宗商品电子交易市场政策环境分析

2.1.1 大宗商品电子交易市场监管分类

2.1.2 历年大宗商品电子交易市场政策分析

2.1.3 大宗商品电子交易市场清理整顿状况

2.1.4 大宗商品电子交易市场政策引导趋势

2.2 大宗商品电子交易市场社会需求环境

2.2.1 贸易企业数量增长产生的行业需求

2.2.2 大宗商品市场回报率提升行业需求

2.3 大宗商品电子交易市场经济环境分析

2.3.1 大宗商品交易与经济周期的相关性

2.3.2 大宗商品交易与制造业经济的相关性

2.3.3 大宗商品电子交易市场基础设施建设分析

第三章 中国大宗商品交易市场细分交易品种分析

3.1 大宗商品交易市场运行情况概述

3.1.1 大宗商品价格走势分析

(1) 大宗商品价格变动情况

(2) 大宗商品价格影响因素

(3) 大宗商品价格走势预测

3.1.2 大宗商品对外依存状况分析

(1) 大宗商品对外依存度概况

(2) 大宗商品对外依存度排名

(3) 大宗商品对外依存度行业分布

(4) 大宗商品对外依存度产业链分布

(5) 大宗商品对外依存度影响分析

3.1.3 大宗商品产能过剩状况分析

(1) 大宗商品产能利用率概况

(2) 大宗商品产能利用率排名

(3) 大宗商品产能过剩行业分布

(4) 大宗商品产能过剩产业链分布

(5) 大宗商品产能过剩影响分析

3.2 农副产品电子交易市场分析

3.2.1 农副大宗商品市场运行特点

3.2.2 农副大宗商品价格变动分析

3.2.3 农副大宗商品热点品种分析

3.2.4 农副大宗商品价格走势预测

3.3钢铁类品种电子交易市场分析

3.3.1钢铁大宗商品市场运行特点

3.3.2钢铁大宗商品价格变动分析

3.3.3钢铁大宗商品热点品种分析

3.3.4钢铁大宗商品价格走势预测

3.4能源类品种电子交易市场分析

3.4.1能源大宗商品市场运行特点

3.4.2能源大宗商品价格变动分析

3.4.3能源大宗商品热点品种分析

(1) 焦炭

(2) 成品油

3.4.4能源大宗商品价格走势预测

第四章中国大宗商品电子交易市场发展状况分析

4.1大宗商品电子交易市场发展规模分析

4.1.1大宗商品电子交易市场数量规模

4.1.2大宗商品电子交易市场交易规模

4.2大宗商品电子交易市场运行情况分析

4.2.1大宗商品电子交易市场成立时间

4.2.2大宗商品电子交易市场发展因素

4.2.3大宗商品电子交易市场地域分布

4.2.4大宗商品交易市场运营状态分析

4.2.5大宗商品交易市场交易品种分析

4.3大宗商品电子交易市场经营状况分析

4.3.1大宗商品电子交易市场性质分析

4.3.2大宗商品电子交易市场经营成本

4.3.3大宗商品电子交易市场盈利水平

第五章第三方大宗商品服务平台发展分析

5.1第三方大宗商品服务平台上商业模式

5.1.1以行业资讯服务为主的电商模式

(1) 模式介绍

(2) 典型企业分析

(3) 典型案例分析

5.1.2以在线大宗交易服务为主的电商模式

(1) 模式介绍

(2) 典型企业分析

(3) 典型案例分析

5.2重点第三方大宗商品平台服务能力分析

5.2.1生意社

(1) 平台背景实力分析

(2) 平台服务对象分析

(3) 平台核心产品分析

(4) 平台竞争优势分析

5.2.2我的钢铁网

(1) 平台背景实力分析

(2) 平台服务对象分析

(3) 平台核心产品分析

(4) 平台竞争优势分析

5.2.3金银岛

(1) 平台背景实力分析

(2) 平台服务对象分析

(3) 平台核心产品分析

(4) 平台竞争优势分析

5.2.4卓创资讯

(1) 平台背景实力分析

(2) 平台服务对象分析

(3) 平台核心产品分析

(4) 平台竞争优势分析

5.3第三方大宗商品平台竞争格局预测

5.3.1市场策略方面的竞争

5.3.2专业人才方面的竞争

5.3.3网站品牌方面的竞争

第六章重点区域大宗商品电子交易市场建设状况分析

6.1大宗商品电子交易市场活跃地区

6.1.1广东省大宗商品电子交易市场投资规划

(1) 广东省大宗商品电子交易市场发展规划

(2) 广东省大宗商品电子交易市场定位分析

(3) 广东省大宗商品电子交易市场竞争现状

(4) 广东省大宗商品电子交易市场潜力分析

(5) 广东省大宗商品电子交易市场阻碍因素

(6) 广东省大宗商品电子交易市场建设建议

6.1.2江苏省大宗商品电子交易市场投资规划

- (1) 江苏省大宗商品电子交易市场发展规划
- (2) 江苏省大宗商品电子交易市场定位分析
- (3) 江苏省大宗商品电子交易市场竞争现状
- (4) 江苏省大宗商品电子交易市场潜力分析
- (5) 江苏省大宗商品电子交易市场阻碍因素
- (6) 江苏省大宗商品电子交易市场建设建议

6.1.3山东省大宗商品电子交易市场投资规划

- (1) 山东省大宗商品电子交易市场发展规划
- (2) 山东省大宗商品电子交易市场定位分析
- (3) 山东省大宗商品电子交易市场竞争现状
- (4) 山东省大宗商品电子交易市场潜力分析
- (5) 山东省大宗商品电子交易市场阻碍因素
- (6) 山东省大宗商品电子交易市场建设建议

6.1.4北京市大宗商品电子交易市场投资规划

- (1) 北京市大宗商品电子交易市场发展规划
- (2) 北京市大宗商品电子交易市场定位分析
- (3) 北京市大宗商品电子交易市场竞争现状
- (4) 北京市大宗商品电子交易市场潜力分析
- (5) 北京市大宗商品电子交易市场阻碍因素
- (6) 北京市大宗商品电子交易市场建设建议

6.2大宗商品电子交易市场其他地区

6.2.1广西大宗商品电子交易市场投资潜力

6.2.2湖南大宗商品电子交易市场投资潜力

6.2.3云南大宗商品电子交易市场投资潜力

6.2.4四川大宗商品电子交易市场投资潜力

第七章中国重点大宗商品电子交易市场经营状况分析

7.1农副产品及经济作物电子交易市场

7.1.1绿金在线中药材交易中心

- (1) 交易市场发展规模分析
- (2) 交易市场经营状况分析
- (3) 交易市场上市产品分析
- (4) 交易市场服务能力分析
- (5) 交易市场交易模式分析
- (6) 交易市场竞争优势分析

7.1.2大连国际农产品交易中心

- (1) 交易市场发展规模分析
- (2) 交易市场经营状况分析
- (3) 交易市场上市产品分析
- (4) 交易市场服务能力分析
- (5) 交易市场交易模式分析
- (6) 交易市场竞争优劣势分析

7.1.3广西食糖批发市场

- (1) 交易市场发展规模分析
- (2) 交易市场经营状况分析
- (3) 交易市场上市产品分析
- (4) 交易市场服务能力分析
- (5) 交易市场交易模式分析
- (6) 交易市场竞争优劣势分析

7.2能源化工类大宗商品电子交易市场

7.2.1天津渤海商品交易所

- (1) 交易市场发展规模分析
- (2) 交易市场经营状况分析
- (3) 交易市场上市产品分析
- (4) 交易市场服务能力分析
- (5) 交易市场交易模式分析
- (6) 交易市场竞争优劣势分析

7.2.2青岛国际商品交易所

- (1) 交易市场发展规模分析
- (2) 交易市场经营状况分析
- (3) 交易市场上市产品分析
- (4) 交易市场服务能力分析
- (5) 交易市场交易模式分析
- (6) 交易市场竞争优劣势分析

7.2.3广东塑料交易所

- (1) 交易市场发展规模分析
- (2) 交易市场经营状况分析
- (3) 交易市场上市产品分析
- (4) 交易市场服务能力分析
- (5) 交易市场交易模式分析

(6) 交易市场竞争优势劣势分析

7.3金属钢铁类大宗商品电子交易市场

7.3.1湖南创新贵金属交易所

(1) 交易市场发展规模分析

(2) 交易市场经营状况分析

(3) 交易市场上市产品分析

(4) 交易市场服务能力分析

(5) 交易市场交易模式分析

(6) 交易市场竞争优势劣势分析

7.3.2无锡君泰贵金属交易中心

(1) 交易市场发展规模分析

(2) 交易市场经营状况分析

(3) 交易市场上市产品分析

(4) 交易市场服务能力分析

(5) 交易市场交易模式分析

(6) 交易市场竞争优势劣势分析

7.3.3天津汇金物资交易市场有限公司

(1) 交易市场发展规模分析

(2) 交易市场经营状况分析

(3) 交易市场上市产品分析

(4) 交易市场服务能力分析

(5) 交易市场交易模式分析

(6) 交易市场竞争优势劣势分析

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/239075239075.html>