

B

商品市场蓝皮书®

LUE BOOK OF COMMODITY MARKET

总编/裴长洪

中国商品市场 发展报告

No.2 (2007)

盘点年度资讯 · 预测时代前程

THE REPORT OF
COMMODITY MARKET
DEVELOPMENT IN CHINA
No.2 (2007)

主编/荆林波



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



F723/39D

:2(2007)

2007

2(2nd)



商品市场蓝皮书

BLUE BOOK OF
COMMODITY MARKET

总 编 / 裴长洪

中国商品市场发展报告

No.2 (2007)

THE REPORT OF
COMMODITY MARKET
DEVELOPMENT IN CHINA
No.2(2007)

主 编 / 荆林波



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目 (CIP) 数据

中国商品市场发展报告 No. 2 (2007) / 荆林波主编. - 北京:
社会科学文献出版社, 2007. 9

(商品市场蓝皮书/裴长洪总编)

ISBN 978 - 7 - 80230 - 822 - 0

I. 中... II. 荆... III. 国内市场 - 研究报告 - 中国 -
2007 IV. F723

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 148473 号

法律声明

“皮书系列” (含蓝皮书、绿皮书、黄皮书) 为社会科学文献出版社按年份出版的品牌图书。社会科学文献出版社拥有该系列图书的专有出版权和网络传播权, 其 LOGO () 与“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称已在中华人民共和国工商行政管理总局商标局登记注册, 社会科学文献出版社合法拥有其商标专用权, 任何复制、模仿或以其他方式侵害 () 和“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称商标专用权的行为均属于侵权行为, 社会科学文献出版社将采取法律手段追究其法律责任, 维护合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯社会科学文献出版社上述权利的违法行为进行举报。电话: 010 - 65137751。

社会科学文献出版社

法律顾问: 北京市建元律师事务所

学术顾问团成员

- | | |
|-----|-----------------------|
| 陈佳贵 | 中国社会科学院副院长 |
| 裴长洪 | 中国社会科学院财贸所所长 |
| 郭冬乐 | 中国市场学会副会长、中国商业经济学会副会长 |
| 宋 则 | 中国社会科学院财贸所流通室主任、研究员 |
| 王晋卿 | 中国商业经济学会常务副会长 |
| 丁俊发 | 中国物流与采购联合会常务副会长 |
| 高铁生 | 中国市场学会理事长 |
| 马增俊 | 全国城市农贸中心联合会 (CAWA) 会长 |
| 沈进军 | 中国汽车流通协会常务副会长 |
| 孙瑞哲 | 中国纺织工业协会副会长 |
| 王晋杰 | 国家工商行政管理总局市场规范管理司司长 |
| 常晓村 | 商务部市场建设司司长 |
| 廖建成 | 商务部研究院院长 |
| 沈丹阳 | 商务部研究院副院长 |
| 陈文玲 | 国务院研究室综合司司长 |
| 任兴洲 | 国务院发展研究中心市场经济研究所所长 |
| 徐志祥 | 浙江省工商行政管理局副局长 |
| 张仁寿 | 浙江工商大学副校长、教授 |
| 徐从才 | 南京财经大学校长、教授 |
| 徐印州 | 广东商学院副院长、教授 |
| 原梅生 | 山西财经大学校长、教授 |
| 谢志华 | 北京工商大学副校长、教授 |
| 王崇举 | 重庆工商大学校长、教授 |
| 纪良纲 | 河北经贸大学副校长、教授 |
| 夏春玉 | 东北财经大学副校长、教授 |



目 录 CONTENTS

总报告

中国商品市场发展总报告	003
-------------------	-----

研究报告部分

研究报告1 关于网上交易市场面临的问题的探讨	025
研究报告2 关于产业集群、商品市场与区域经济发展问题的探讨	049
研究报告3 关于商品市场连锁化问题的探讨	075
研究报告4 关于商品市场与零售巨头竞争问题的探讨	094
研究报告5 关于商品市场品牌化问题的探讨	121
研究报告6 关于商品市场的社会责任问题的探讨	138

专题研究部分

专题研究1 加快建立现代市场体系	151
专题研究2 我国商品批发交易市场发展的新动向、新趋势	166
专题研究3 中国专业批发交易市场前沿问题观察与思考	174

专题研究 4 我国商品交易市场的政策取向及其趋势	185
专题研究 5 时空协同视角下的义乌中国小商品城演进历程分析	200
专题研究 6 “义乌商圈”国际化拓展的影响因素及其战略选择	214
专题研究 7 中国汽车有形市场的现状和发展前景	225
专题研究 8 对市场放开后我国粮食价格调控问题的反思	238
专题研究 9 IT 卖场是中国对全球商业业态模式的重大贡献 ——兼谈 IT 产品渠道的国际比较	246
专题研究 10 农产品商品市场发展状况评述	253
专题研究 11 整合、创新、提高 ——山西煤炭市场可持续发展综述	265

市场调研分析部分

市场调研报告 1 郑州粮食批发市场	277
市场调研报告 2 成都荷花池市场	287
市场调研报告 3 虎门富民时装城	295
市场调研报告 4 华强北电子市场	304
市场调研报告 5 西樵轻纺城	315
市场调研报告 6 新华集贸中心市场	324
市场调研报告 7 南三条市场	330

市场经验交流部分

市场经验交流 1 濮院羊毛衫市场	337
市场经验交流 2 郑州中国元通纺织城	342
市场经验交流 3 绍兴中国轻纺城钱清轻纺原料市场	347
市场经验交流 4 绍兴中国轻纺城	352

市场经验交流 5	无锡新世界国际纺织服装城	/ 361
市场经验交流 6	杭州四季青服装市场	/ 365
市场经验交流 7	崇福皮毛市场	/ 369
市场经验交流 8	高邮中国羽绒城	/ 373
市场经验交流 9	苏州中国国际服装城	/ 382
市场经验交流 10	萧山商业城	/ 387
市场经验交流 11	重庆朝天门市场	/ 391
市场经验交流 12	永康中国科技五金城	/ 397
市场经验交流 13	龙水五金市场	/ 401
市场经验交流 14	温州陶瓷品市场	/ 407
市场经验交流 15	无锡五洲国际装饰城	/ 414
市场经验交流 16	义乌装饰城	/ 417
市场经验交流 17	重庆铠恩国际家居名都	/ 421
市场经验交流 18	杭州东方家私市场	/ 424
市场经验交流 19	重庆绿云石都建材交易市场	/ 428
市场经验交流 20	浙江汽配城	/ 438
市场经验交流 21	重庆摩配市场	/ 445
市场经验交流 22	浙江船舶交易市场	/ 452
市场经验交流 23	路桥中国日用品商城	/ 456
市场经验交流 24	黄山国际旅游礼品城	/ 461
市场经验交流 25	山东金田小商品市场	/ 466
市场经验交流 26	上海曹安国际商城	/ 469
市场经验交流 27	浙江石狮商贸城	/ 473
市场经验交流 28	上海国际鞋城	/ 478
市场经验交流 29	温州商贸城	/ 481
市场经验交流 30	浙江松门水产品批发市场	/ 486
市场经验交流 31	重庆观农农贸市场	/ 493

市场经验交流 32	浙东农副产品批发市场.....	/ 499
市场经验交流 33	舟山水产品中心批发市场.....	/ 504
市场经验交流 34	重庆西部饲料兽药专业市场.....	/ 510
市场经验交流 35	打造市中心的精品市场	/ 516
市场经验交流 36	浙商投资东盟国家.....	/ 519
市场经验交流 37	江苏凌家塘市场.....	/ 523
市场经验交流 38	北京百荣世贸商城.....	/ 525



CONTENTS

General Report

The General Report of Commodity Market Development in China	/ 003
---	-------

Research Reports

Report 1 Discussion on Problems of Online Trade Markets	/ 025
Report 2 Discussion on Industry Cluster,Commodity Markets and Regional Economic Development	/ 049
Report 3 Discussion on Chaining Trends of Commodity Markets	/ 075
Report 4 Study on Competition between Commodity Markets and Retail Giants	/ 094
Report 5 Study on Brand Building of Commodity Markets	/ 121
Report 6 Discussion on Social Responsibility of Commodity Markets	/ 138

Monographic Study

Topic 1 Speed up Building Modern Market System	/ 151
Topic 2 New Trends of Development of Commodity Wholesale Markets in China	/ 166

Topic 3	Frontier Observation and Thinking of Special Wholesaling Commodity Markets	/ 174
Topic 4	Policies of Commodity Market in China and Its Trends	/ 185
Topic 5	The Analysis of the Evolution of Yiwu China Commodity City: under View of Coordination of Space and Time	/ 200
Topic 6	Factors and Strategic Choices in Oversea Expansion of "Yiwu Business Circle"	/ 214
Topic 7	The Situation and Development Prospect of Tangible Automobile Markets in China	/ 225
Topic 8	Reflections on Grain Price Control in China after Market Opening	/ 238
Topic 9	IT Commodity Market in China ——Great Contribution to Global Retail Formats	/ 246
Topic 10	Review on Development of Agriculture Product Market	/ 253
Topic 11	Integration Innovation Improvement ——Review on Sustainable Development of Coal Market in Shanxi	/ 265

Market Research

Market Research 1	China Zhengzhou Grain Wholesale Market	/ 277
Market Research 2	China Chengdu Hehuachi Wholesale Market	/ 287
Market Research 3	Humen Fumin Fashion City	/ 295
Market Research 4	North-Huaqiang Electronic Product Market	/ 304
Market Research 5	Xiqiao Light Textile City	/ 315
Market Research 6	XinHua JiMao Centre Market	/ 324
Market Research 7	NanSanTiao Small Commodity Market	/ 330

Experience Exchange

Experience 1	Puyuan Knitted Sweater Market	/ 337
Experience 2	HeNan China Yuantong Light Textile Market	/ 342
Experience 3	Qianqing Light Textile Raw Material Market,China Light Textile Industrial City	/ 347
Experience 4	Shaoxing China Light Textile Industrial City	/ 352
Experience 5	Wuxi International Textile and Fashion Mega-mall	/ 361
Experience 6	Hangzhou Evergreen Garment Market	/ 365
Experience 7	Chongfu Fur Market	/ 369
Experience 8	Gaoyou China Down City	/ 373
Experience 9	China International Fashion City(Suzhou)	/ 382
Experience 10	Xiaoshan Commercial City	/ 387
Experience 11	Chongqing Chaotianmen Wholesale Market	/ 391
Experience 12	Yongkang China Hardware City	/ 397
Experience 13	Longshui Hardware Wholesale Market	/ 401
Experience 14	Wenzhou China Product Wholesale Market	/ 407
Experience 15	Wuxi Wuzhou International Decoration Mall	/ 414
Experience 16	Yiwu Decoration Mall	/ 417
Experience 17	Chongqing Kai'en Furnishing Shop	/ 421
Experience 18	Hangzhou Oriental Furniture Market	/ 424
Experience 19	Chongqing Green Cloud Stone-capital Building Material Market	/ 428
Experience 20	Zhejiang Auto Parts City	/ 438
Experience 21	Chongqing Motor Parts Market	/ 445
Experience 22	Zhejiang Shipping Exchange Market	/ 452

Experience 23	Liaqiao China Daily Commodity City	/ 456
Experience 24	China Huangshan International Tourist Gifts City	/ 461
Experience 25	Shandong Jintian Commodity Market	/ 466
Experience 26	Shanghai Cao'an International Commercial Centre	/ 469
Experience 27	Zhejiang Shishi Trade and Business City	/ 473
Experience 28	Shanghai International Shoes City	/ 478
Experience 29	Wenzhou Business and Trade City	/ 481
Experience 30	Zhejiang Songmen Aquatic Product Market	/ 486
Experience 31	Chongqing Guannong Agricultural Product Market	/ 493
Experience 32	East Zhejiang Agricultural Product Market	/ 499
Experience 33	Zhoushan Aquatic Centre Wholesale Market	/ 504
Experience 34	Chongqing Western Feed and Veterinary Drugs Market	/ 510
Experience 35	Building Excellent Downtown Market	/ 516
Experience 36	Zhejiang Investment in ASEAN Countries	/ 519
Experience 37	Jiangsu Lingjiatang Wholesale Market	/ 523
Experience 38	Beijing Bairong World Trade Centre	/ 525

总 报 告

General Report

中国商品市场发展总报告

荆林波*

2005年,中国社会科学院财贸所课题组先后对华东、华北、东北、华中、华南和西南地区的数十个商品市场进行了实地考察,试图对中国商品市场做一个全面了解,尝试进行商品市场竞争力的理论阐述,提出一个商品市场竞争力模型。我们认为:商品市场的竞争力是一个商品市场的可持续经营、竞争者无法模仿的能力,它既包括硬件——市场设施、布局环境,又包括软件——管理水平、服务意识等。我们提出的商品市场竞争力模型划分为三个层面:第一个层面是市场的吸引力,即市场的准入状况与市场的美誉度。具体包括:市场准入状况如何,摊位租金变化和经营户的变化,市场的名声、诚信程度如何,以及当地政府对市场是否扶持等因素。第二个层面是指市场的管理力,即市场管理制度的透明度,市场服务意识与开发营销能力,市场管理费用及其比例,物流配送能力与信息化服务水平,与政府和中介的协同能力,市场的硬件设施,经营户的经营模式与创新能力等。第三个层面是市场的影响力,即市场的聚合力,主要商户经营状况,商户的满意度和未来信心,相关产业的集聚状况,商品本身的影响力,市场的引导力与辐射力等因素。我们研究的一个结论是:商品市场之间的竞争,表面上看是市场创办者之间争夺经营户而经营户之间争夺客户,其实,商品市场之间

* 作者为中国社会科学院财贸所博士生导师。

的竞争是产业链之间的竞争，归根到底是地方经济与地方经济之间的竞争。

之后的两年多时间中，我们课题组一直在关注中国商品市场的发展与变化，经过精心准备与设计，我们再次推出关于中国商品市场的研究报告，这次定位为《中国商品市场发展蓝皮书》。

一 课题组的构成

课题组的研究以中国社会科学院财贸所的科研人员为主，具体包括的核心研究人员有：

- 李蕊 中国社会科学院财贸所流通室博士
- 林立 中国社会科学院办公厅
- 赵京桥 中国社会科学院财贸所服务经济与餐饮产业中心主任
- 刘波 中国社会科学院财贸所信用中心主任
- 甄宇鹏 中国社会科学院计算机网络中心
- 彭磊 中国社会科学院财贸所流通室博士
- 孟晔 中国社会科学院财贸所信息服务与电子商务研究室博士
- 孙开创 中国社会科学院财贸所流通室
- 张琦 中国社会科学院财贸所流通室
- 王红梅 中国社会科学院研究生院
- 苏会燕 中国社会科学院研究生院
- 李明 中国社会科学院研究生院博士生
- 李抒 河南大学工商管理学院研究生

为了深入研究各地的商品市场，我们课题组探索开展了横向研究，与各地高校研究商品市场的教授建立了联系，课题组的协作研究人员包括：

第一类是来自研究机构与高校的研究人员：

- 洪涛 北京工商大学经贸系主任、教授、博士
- 郑勇军 浙江工商大学现代商贸研究中心副主任、教授
- 周国红 浙江大学宁波理工学院副教授、博士
- 陆立军 浙江工商大学教授
- 邱毅 浙江工商大学现代商贸研究中心

张春法 南京财经大学教授

徐印州、王先庆、韦慧娟、张新华、彭雷清、熊颖、张正阳、高汴娜、卢东

贵 广东商学院

孟华兴 河北经贸大学教授

梁 佳 河北商经学会副秘书长

卢 燕 河北经贸大学

周殿昆 西南财经大学教授

黄雅虹 西南财经大学副教授

弓志刚 山西财经大学

焦有梅 山西财经大学

杨光焰 河南财经学院教授

第二类是来自行业协会的研究人员:

吕振华 浙江市场协会秘书长

许丽萍 浙江市场协会副秘书长

鲁瑞清 中国电子商会副会长

李经谋 中国粮食行业协会粮食批发市场分会理事长

罗 磊 中国汽车流通协会副秘书长

姚 芮 新疆商业经济学会常务副会长

夏令敏 中国纺织工业协会副秘书长

冯国平 中纺网络信息技术有限公司总经理

第三类来自各地商务主管部门:

张新生 上海市经济委员会副主任

秦文武 重庆市商业委员会主任

王济光 重庆市对外贸易经济委员会副主任

彭和良 重庆市商业委员会处长

唐 华 成都市商务局副局长

张金泉 成都市商务局副局长

许继武 沈阳市商务局局长

王洪平 山东省经贸委处长

张道洲 江苏省经贸委处长