

# 2015-2020年中国大宗商品电子交易市场前景预测与投资战略规划分析报告

## 目 录

### CONTENTS

- 第1章：中国大宗商品电子交易市场概述**
  - 1.1 前瞻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2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3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
    - 3.1.2 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 农副产品大宗市场运行特点
  - 3.2.2 农副产品大宗价格变动分析
  - 3.2.3 农副产品大宗热点品种分析
  - 3.2.4 农副产品大宗价格走势预测
- 3.3 钢铁类品种电子交易市场分析
  - 3.3.1 钢铁大宗市场运行特点
  - 3.3.2 钢铁大宗价格变动分析
  - 3.3.3 钢铁大宗热点品种分析
  - 3.3.4 钢铁大宗价格走势预测
- 3.4 能源类品种电子交易市场分析
  - 3.4.1 能源大宗市场运行特点
  - 3.4.2 能源大宗价格变动分析
  - 3.4.3 能源大宗热点品种分析
    - (1) 焦炭
    - (2) 柴油
    - (3) 汽油
  - 3.4.4 能源大宗价格走势预测
- 3.5 化工类品种电子交易市场分析
  - 3.5.1 化工大宗市场运行特点
  - 3.5.2 化工大宗价格变动分析
  - 3.5.3 化工大宗热点品种分析
    - (1) 尿素
    - (2) 草甘膦
  - 3.5.4 化工大宗价格走势预测
- 3.6 纺织类品种电子交易市场分析
  - 3.6.1 纺织大宗市场运行特点
  - 3.6.2 纺织大宗价格变动分析
  - 3.6.3 纺织大宗热点品种分析
  - 3.6.4 纺织大宗价格走势预测
- 3.7 建材类品种电子交易市场分析
  - 3.7.1 建材大宗市场运行特点
  - 3.7.2 建材大宗价格变动分析
  - 3.7.3 建材大宗热点品种分析
    - (1) 浮法玻璃
    - (2) 水泥
  - 3.7.4 建材大宗价格走势预测
- 3.8 有色类品种电子交易市场分析
  - 3.8.1 有色大宗市场运行特点
  - 3.8.2 有色大宗价格变动分析
  - 3.8.3 有色大宗热点品种分析
    - (1) 铝金属
    - (2) 镍金属
  - 3.8.4 有色大宗价格走势预测
- 3.9 橡塑类品种电子交易市场分析
  - 3.9.1 橡塑大宗市场运行特点
  - 3.9.2 橡塑大宗价格变动分析
  - 3.9.3 橡塑大宗热点品种分析
    - (1) 天然橡胶
    - (2) 丁苯橡胶
  - 3.9.4 橡塑大宗价格走势预测

## 第4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
  - 4.4 大宗商品电子交易市场服务水平分析
    - 4.4.1 大宗商品电子交易市场信息服务
    - 4.4.2 大宗商品电子交易市场物流服务
    - 4.4.3 大宗商品电子交易市场资金服务
  - 4.5 大宗商品电子交易市场交易模式分析
    - 4.5.1 大宗商品电子交易市场交易模式应用状况
    - 4.5.2 大宗商品电子交易市场细分交易模式分析
      - (1) 大宗商品挂牌交易模式分析
      - (2) 大宗商品中远期交易模式分析
      - (3) 大宗商品竞价交易模式分析
      - (4) 大宗商品订单交易模式分析
      - (5) 大宗商品招标交易模式分析
      - (6) 大宗商品其他交易模式分析
        - 1) 商城交易模式
        - 2) 超市交易模式
        - 3) 仓单交易模式
        - 4) 专场交易模式
  - 4.6 大宗商品电子交易市场发展模式分析
    - 4.6.1 大宗商品电子交易市场业务定位
    - 4.6.2 大宗商品交易平台融资运作模式
      - (1) 大宗商品交易传统融资模式
      - (2) 大宗商品交易平台融资运作案例
        - 1) 浙商所基本情况简介
        - 2) 浙商所融资运作方式
        - 3) 浙商所融资运作特点
      - (3) 大宗商品交易平台融资机制创新
  - 4.7 大宗商品电子交易市场SCP范式分析
    - 4.7.1 大宗商品电子交易市场的行业结构
    - 4.7.2 大宗商品电子交易市场的行业行为
    - 4.7.3 大宗商品电子交易市场的行业绩效
- 第5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) 重点企业分析
      - (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) 重点企业分析
      - (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6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
- 6.1.5 天津市大宗商品电子交易市场投资规划
  - (1) 天津市大宗商品电子交易市场发展规划
  - (2) 天津市大宗商品电子交易市场定位分析
  - (3) 天津市大宗商品电子交易市场竞争现状
  - (4) 天津市大宗商品电子交易市场潜力分析
  - (5) 天津市大宗商品电子交易市场阻碍因素
  - (6) 天津市大宗商品电子交易市场建设建议
- 6.1.6 辽宁省大宗商品电子交易市场投资规划
  - (1) 辽宁省大宗商品电子交易市场发展规划
  - (2) 辽宁省大宗商品电子交易市场定位分析

- (3) 辽宁省大宗商品电子交易市场竞争现状
- (4) 辽宁省大宗商品电子交易市场潜力分析
- (5) 辽宁省大宗商品电子交易市场阻碍因素
- (6) 辽宁省大宗商品电子交易市场建设建议
- 6.1.7 浙江省大宗商品电子交易市场投资规划
  - (1) 浙江省大宗商品电子交易市场发展规划
  - (2) 浙江省大宗商品电子交易市场定位分析
  - (3) 浙江省大宗商品电子交易市场竞争现状
  - (4) 浙江省大宗商品电子交易市场潜力分析
  - (5) 浙江省大宗商品电子交易市场阻碍因素
  - (6) 浙江省大宗商品电子交易市场建设建议
- 6.1.8 上海市大宗商品电子交易市场投资规划
  - (1) 上海市大宗商品电子交易市场发展规划
  - (2) 上海市大宗商品电子交易市场定位分析
  - (3) 上海市大宗商品电子交易市场竞争现状
  - (4) 上海市大宗商品电子交易市场潜力分析
  - (5) 上海市大宗商品电子交易市场阻碍因素
  - (6) 上海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7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) 交易市场竞争优势分析
- 7.1.4 北京农副产品交易所
  - (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) 交易市场竞争优势分析
- 7.1.5 吉林农产品交易中心
  - (1) 交易中心发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 交易市场竞争优势分析

- 7.1.6 中国亚麻交易市场
  - (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) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.1.7 内蒙古大宗畜产品交易所
  - (1) 交易市场发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.1.8 中国玉米市场网
  - (1) 交易市场发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.1.9 黄河商品交易市场
  - (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) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.1.10 上海大宗农产品市场
  - (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) 交易市场竞争优势劣势分析
- 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) 交易市场竞争优势劣势分析
  - 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) 交易市场竞争优势劣势分析
  - 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
  - 7.2.4 秦皇岛海运煤炭交易市场
    - (1) 交易市场发展规模分析
    - (2) 交易市场经营状况分析
    - (3) 交易市场服务能力分析

- (4) 交易市场交易模式分析
- (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.2.5 金银岛网交所
  - (1) 交易市场发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.2.6 张家港化工电子交易市场
  - (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) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.2.7 南京亚太化工电子交易中心
  - (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
- 7.2.8 江苏银通塑化电子交易中心
  - (1) 交易市场发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.2.9 天津港交易市场有限责任公司
  - (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
- 7.2.10 天津市矿产资源交易所
  - (1) 交易市场发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 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 无锡君泰贵金属合约交易中心
    - (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 昆明贵重金属交易所
    - (1) 交易市场发展规模分析
    - (2) 交易市场上市产品分析

- (3) 交易市场服务能力分析
- (4) 交易市场交易模式分析
- (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.3.4 上海黄金交易所
  - (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
- 7.3.5 兰格钢铁电子交易市场
  - (1) 交易市场发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.3.6 天津贵金属交易所
  - (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
- 7.3.7 中京商品交易市场
  - (1) 交易市场发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.3.8 青岛贵金属交易中心
  - (1) 交易市场发展规模分析
  - (2) 交易市场上市产品分析
  - (3) 交易市场服务能力分析
  - (4) 交易市场交易模式分析
  - (5) 交易市场竞争优势劣势分析
- 7.3.9 南方稀贵金属交易所
  - (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

## 第8章：中国大宗商品电子交易市场发展前景与战略规划

### 8.1 大宗商品电子交易市场主要问题

- 8.1.1 大宗商品电子交易市场存在的问题
- 8.1.2 大宗商品电子交易市场可规避困难
- 8.1.3 大宗商品电子交易市场不可规避困难
- 8.1.4 大宗商品电子交易市场典型诉讼案例

### 8.2 大宗商品电子交易市场风险分析

- 8.2.1 大宗商品电子交易市场政策风险
- 8.2.2 大宗商品电子交易市场信用风险
- 8.2.3 大宗商品电子交易市场同业竞争风险
- 8.2.4 大宗商品电子交易市场经营风险
- 8.2.5 大宗商品电子交易市场系统运行风险
- 8.2.6 大宗商品电子交易系统技术风险

### 8.3 大宗商品电子交易市场前景分析

- 8.3.1 大宗商品电子交易市场监管趋势分析
- 8.3.2 大宗商品电子交易市场整合趋势分析
- 8.3.3 大宗商品电子交易模式调整趋势分析

- 8.3.4 大宗商品电子交易市场竞争前景分析
- 8.3.5 大宗商品电子交易市场发展规模预测
  - (1) 大宗商品电子交易市场数量规模预测
  - (2) 大宗商品电子交易市场交易规模预测
- 8.4 大宗商品电子交易市场投资规划**
  - 8.4.1 交易系统开发与升级的投资方案
  - 8.4.2 市场资源拓展的投资方案
  - 8.4.3 交易市场品牌建设的投资方案
  - 8.4.4 主要业务投资方案
  - 8.4.5 产品和服务的定价方案
  - 8.4.6 市场营业收入模拟情景
- 8.5 大宗商品电子交易市场投资建议**
  - 8.5.1 大宗商品电子交易市场服务水平提升建议
    - (1) 大宗商品电子交易市场业务规划建议
    - (2) 大宗商品电子交易市场交易模式优化建议
    - (3) 大宗商品电子交易市场平台功能提升建议
  - 8.5.2 大宗商品电子交易品种设定建议
  - 8.5.3 大宗商品电子交易市场客户开拓建议

## 图表目录

- 图表1: 大宗商品电子交易市场专业术语解释
- 图表2: 期货市场、大宗商品交易市场与现货市场三级市场区别及联系
- 图表3: 大宗商品电子交易市场与四大交易所的区别
- 图表4: 大宗商品电子交易市场参与主体
- 图表5: 2003-2014年中国大宗商品电子交易市场政策汇总
- 图表6: 中国大宗商品电子交易市场清理整顿状况
- 图表7: 2001-2014年中国铁矿石产量及进口量变动情况 (单位: 亿吨)
- 图表8: 2001-2014年中国煤炭产量及进口量变动情况 (单位: 亿吨)
- 图表9: 2014年中国(太原)煤炭交易中心煤炭现货交易量占比 (单位: %)
- 图表10: 2014年中国(太原)煤炭交易中心煤炭现货交易商占比 (单位: %)
- 图表11: 2014年中国(太原)煤炭交易中心煤炭现货交易行业占比 (单位: %)
- 图表12: 2001-2014年中国原油产量及进口量变动情况 (单位: 亿吨)
- 图表13: 2010-2014年中国大宗商品价格指数和CRB指数变动情况
- 图表14: 2010-2014年中国大宗商品价格指数和PPI指数变动情况
- 图表15: 2010-2014年中国大宗商品价格指数和CPI指数变动情况
- 图表16: 2010-2014年中国大宗商品价格指数和PMI指数变动情况
- 图表17: 2007-2014年中国社会物流总额变动情况 (单位: 万亿元, %)
- 图表18: 2010-2014年大宗商品价格指数走势情况
- 图表19: 2013年大宗商品对外依存度分布概况 (单位: %)
- 图表20: 2013年中国前十位对外依存度大宗商品情况 (单位: %)
- 图表21: 2013年(按品种数量计)大宗商品对外依存度行业分布 (单位: %)
- 图表22: 2013年(按依存总量计)大宗商品对外依存度行业分布 (单位: %)
- 图表23: 2013年(按价值总量计)大宗商品对外依存度行业分布 (单位: %)
- 图表24: 2013年大宗商品对外依存度产业链分布图 (单位: %)
- 图表25: 2013年大宗商品产能过剩情况对比图 (单位: %)
- 图表26: 2013年产能过剩商品产能利用率分布概况 (单位: %)
- 图表27: 2013年中国前十位低产能利用率大宗商品情况 (单位: %)
- 图表28: 2013年(按产量计)大宗商品产能过剩行业分布 (单位: %)
- 图表29: 2013年(按产值计)大宗商品产能过剩行业分布 (单位: %)
- 图表30: 2013年大宗商品产能过剩产业链分布图 (单位: %)
- 图表31: 2014-2015年农副行业指数走势情况
- 图表32: 2014-2015年大豆价格指数走势变动情况
- 图表33: 2014-2015年钢铁行业指数走势情况
- 图表34: 2014-2015年螺纹钢价格指数走势变动情况
- 图表35: 1991-2014年中国能源消费增速与GDP增速对比情况 (单位: %)

- 图表36: 2014-2015年能源行业指数走势情况
- 图表37: 2014-2015年焦炭价格指数走势变动情况
- 图表38: 2014-2015年柴油价格指数走势变动情况
- 图表39: 2014-2015年汽油价格指数走势变动情况
- 图表40: 2004-2014年中国石油对外依存度变化情况 (单位: %)
- 图表41: 2014-2015年化工行业指数走势情况
- 图表42: 2014-2015年尿素价格指数走势变动情况
- 图表43: 2014-2015年草甘膦价格指数走势变动情况
- 图表44: 2008-2014年纺织业生产景气指数变动情况
- 图表45: 2014-2015年纺织行业指数走势情况
- 图表46: 2014-2015年PTA价格指数走势变动情况
- 图表47: 2014-2015年建材行业指数走势情况
- 图表48: 2014-2015年浮法玻璃价格指数走势变动情况
- 图表49: 2014-2015年水泥价格指数走势变动情况
- 图表50: 2014-2015年有色行业指数走势情况
- 图表51: 2014-2015年铝金属价格指数走势变动情况
- 图表52: 2014-2015年镍金属价格指数走势变动情况
- 图表53: 2014-2015年橡塑行业指数走势情况
- 图表54: 2014-2015年天然橡胶价格指数走势变动情况
- 图表55: 2014-2015年丁苯橡胶价格指数走势变动情况
- 图表56: 2008-2014年国内大宗商品电子交易市场数量变化情况 (单位: 家)
- 图表57: 2008-2014年国内大宗商品电子交易市场交易规模变化情况 (单位: 万亿元)
- 图表58: 1990-2014年国内大宗商品电子交易市场成立时间分布情况 (单位: 家, %)
- 图表59: 国内大宗商品电子交易市场发展因素分析
- 图表60: 2014年国内大宗商品交易市场地区分布情况 (单位: %)
- 图表61: 2014年国内大宗商品交易市场运营状态 (单位: 家, %)
- 图表62: 2014年国内大宗商品交易品种占比情况 (单位: 家, %)
- 图表63: 2014年国内大宗商品交易市场性质分布情况 (单位: 家, %)
- 图表64: 大宗商品电子交易市场信息管理原则
- 图表65: 大宗商品电子交易市场物流整体流程图
- 图表66: 大宗商品电子交易市场线上融资方式分析
- 图表67: 2014年国内大宗商品交易市场交易模式分布情况 (单位: %)
- 图表68: 大宗商品卖方挂牌交易模式流程图
- 图表69: 大宗商品买方挂牌交易模式流程图
- 图表70: 准期货交易模式的特点
- 图表71: 大宗商品双向竞价交易模式流程图
- 图表72: 大宗商品集合竞价交易模式流程图
- 图表73: 大宗商品电子交易市场招标交易模式流程图
- 图表74: 大宗商品电子交易市场专场交易模式流程图
- 图表75: 大宗商品电子交易市场业务运作模式图
- 图表76: 大宗商品交易传统融资模式
- 图表77: 交易平台第三方存管资金流向图
- 图表78: 以行业资讯服务为重点企业简介
- 图表79: 以在线大宗交易服务为重点企业简介
- 图表80: 金银岛电子商务模式
- 图表81: 生意社平台服务对象分析
- 图表82: 生意社电子商务战略
- 图表83: 生意社流量优势图
- 图表84: 卓创资讯平台客户结构 (单位: %)
- 图表85: 卓创资讯平台核心产品分析
- 图表86: 广东省大宗商品电子交易商务试点分析
- 图表87: 《广东省电子商务“十二五”发展规划》分析
- 图表88: 2014年广东省大宗商品电子交易市场交易品种分析 (单位: %)
- 图表89: 2014年广东省大宗商品电子交易市场交易方式分析 (单位: %)
- 图表90: 广东省大宗商品电子交易市场业务分析
- 图表91: 江苏省大宗商品电子交易商务试点分析
- 图表92: 《南京电子商务“十二五”发展规划》分析
- 图表93: 2014年江苏省大宗商品电子交易市场交易品种分析 (单位: %)
- 图表94: 2014年江苏省大宗商品电子交易市场交易方式分析 (单位: %)

- 图表95: 江苏省大宗商品电子交易市场业务分析  
图表96: 山东省大宗商品电子交易商务试点分析  
图表97: 《青岛市“十二五”电子商务发展规划》分析  
图表98: 《关于推进大宗商品交易市场规范健康发展的意见》工作计划  
图表99: 2014年山东省大宗商品电子交易市场交易品种分析(单位: %)  
图表100: 2014年山东省大宗商品电子交易市场交易方式分析(单位: %)  
图表101: 山东省大宗商品电子交易市场业务分析  
图表102: 《北京市电子商务“十二五”发展规划》分析  
图表103: 2014年北京市大宗商品电子交易市场交易品种分析(单位: %)  
图表104: 北京市大宗商品电子交易市场业务分析  
图表105: 天津市大宗商品电子交易商务试点分析  
图表106: 《天津市推进电子商务发展三年行动计划(2014-2016年)》大宗商品举措  
图表107: 2014年天津市大宗商品电子交易市场交易品种分析(单位: %)  
图表108: 2014年天津市大宗商品电子交易市场交易方式分析(单位: %)  
图表109: 天津市大宗商品电子交易市场业务分析  
图表110: 《沈阳市物流业发展“十二五”规划》分析  
图表111: 2014年辽宁省大宗商品电子交易市场交易品种分析(单位: %)  
图表112: 2014年辽宁省大宗商品电子交易市场交易方式分析(单位: %)  
图表113: 辽宁省大宗商品电子交易市场业务分析  
图表114: 浙江省大宗商品电子交易商务试点分析  
图表115: 《浙江省电子商务“十二五”发展规划》分析  
图表116: 《浙江舟山群岛新区建设三年(2013—2015年)》行动计划  
图表117: 2014年浙江省大宗商品电子交易市场交易品种分析(单位: %)  
图表118: 2014年浙江省大宗商品电子交易市场交易方式分析(单位: %)  
图表119: 浙江省大宗商品电子交易市场业务分析  
图表120: 上海市大宗商品电子交易商务试点分析

……略

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!