

2016-2022年中国大宗商品 电子交易市场监测及发展前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国大宗商品电子交易市场监测及发展前景分析报告》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/201512/128145.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

在科学技术不断进步的现在经济中，建设现代化的现货市场是稳定经济发展的基础和条件。大宗商品电子交易也称网上现货交易或现货仓位交易，是采用计算机网络组织的同货异地、同步集中竞价或单向竞价、统一撮合、统一结算、价格行情实时显示的交易方式。大宗商品电子交易根据我国现货市场具体情况采用独特的B2B2商业模式，是一种网上和网下相结合，现实和虚拟相结合，传统经济与新经济相结合的双赢模式，充分解决了信息来源、客户源、在线结算、物流等电子商务的瓶颈问题。

报告目录：

第1章：中国大宗商品电子交易市场概述 12

1.1 大宗商品电子交易市场报告研读说明 12

1.1.1 报告研究范围说明 12

1.1.2 报告主要研究对象 12

1.1.3 报告主要分析工具 12

1.1.4 报告主要名词解释 13

1.2 大宗商品电子交易市场概念界定 14

1.2.1 大宗商品交易市场相关概念辨析 14

（1）期货市场 14

（2）现货市场 14

（3）大宗商品电子交易市场 15

1.2.2 三类交易市场的区别与联系 15

1.2.3 与四大交易所的区别 17

1.3 大宗商品电子交易市场参与主体分析 19

1.3.1 地方政府利益诉求分析 19

1.3.2 交易所的作用分析 19

1.3.3 代理商管理现状分析 20

1.3.4 散户投资者分析 20

1.4 大宗商品电子交易市场投资特性 21

1.4.1 大宗商品交易市场准入门槛 21

1.4.2 大宗商品交易市场投资成本 21

1.4.3 大宗商品交易市场盈利因素 21

1.5 大宗商品电子交易市场业务运作体系 22

1.5.1 大宗商品电子交易市场商业模式	22
1.5.2 大宗商品电子交易市场客户群体	22
1.5.3 大宗商品电子交易市场收益来源	22
第2章：中国大宗商品电子交易市场生存环境	23
2.1 大宗商品电子交易市场政策环境分析	23
2.1.1 大宗商品电子交易市场监管分类	23
2.1.2 历年大宗商品电子交易市场政策分析	23
2.1.3 大宗商品电子交易市场清理整顿状况	25
2.1.4 大宗商品电子交易市场政策引导趋势	27
2.2 大宗商品电子交易市场社会需求环境	27
2.2.1 贸易企业数量增长产生的行业需求	27
2.2.2 大宗商品市场回报率提升行业需求	28
2.3 大宗商品电子交易市场经济环境分析	29
2.3.1 大宗商品交易与经济周期的相关性	29
2.3.2 大宗商品交易与制造业经济的相关性	31
2.3.3 大宗商品电子交易市场基础建设分析	32
第3章：中国大宗商品交易市场细分交易品种分析	34
3.1 大宗商品交易市场运行情况概述	34
3.1.1 大宗商品价格走势分析	34
(1) 大宗商品价格变动情况	34
(2) 大宗商品价格影响因素	37
(3) 大宗商品价格走势预测	38
3.1.2 大宗商品对外依存状况分析	39
(1) 大宗商品对外依存度概况	39
(2) 大宗商品对外依存度排名	40
(3) 大宗商品对外依存度行业分布	41
(4) 大宗商品对外依存度产业链分布	44
(5) 大宗商品对外依存度影响分析	45
3.1.3 大宗商品产能过剩状况分析	45
(1) 大宗商品产能利用率概况	45
(2) 大宗商品产能利用率排名	46
(3) 大宗商品产能过剩行业分布	47

(4) 大宗商品产能过剩产业链分布	49
(5) 大宗商品产能过剩影响分析	50
3.2 农副产品电子交易市场分析	50
3.2.1 农副大宗商品市场运行特点	50
3.2.2 农副大宗商品价格变动分析	51
3.2.3 农副大宗商品热点品种分析	52
3.2.4 农副大宗商品价格走势预测	53
3.3 钢铁类品种电子交易市场分析	54
3.3.1 钢铁大宗商品市场运行特点	54
3.3.2 钢铁大宗商品价格变动分析	54
3.3.3 钢铁大宗商品热点品种分析	55
3.3.4 钢铁大宗商品价格走势预测	56
3.4 能源类品种电子交易市场分析	57
3.4.1 能源大宗商品市场运行特点	57
3.4.2 能源大宗商品价格变动分析	57
3.4.3 能源大宗商品热点品种分析	59
(1) 焦炭	59
(2) 成品油	60
3.4.4 能源大宗商品价格走势预测	61
3.5 化工类品种电子交易市场分析	62
3.5.1 化工大宗商品市场运行特点	62
3.5.2 化工大宗商品价格变动分析	62
3.5.3 化工大宗商品热点品种分析	65
(1) 尿素	65
(2) 聚乙烯	65
3.5.4 化工大宗商品价格走势预测	66
3.6 纺织类品种电子交易市场分析	67
3.6.1 纺织大宗商品市场运行特点	67
3.6.2 纺织大宗商品价格变动分析	68
3.6.3 纺织大宗商品热点品种分析	69
3.6.4 纺织大宗商品价格走势预测	70
3.7 建材类品种电子交易市场分析	71

3.7.1 建材大宗商品市场运行特点	71
3.7.2 建材大宗商品价格变动分析	71
3.7.3 建材大宗商品热点品种分析	73
3.7.4 建材大宗商品价格走势预测	74
3.8 有色类品种电子交易市场分析	74
3.8.1 有色大宗商品市场运行特点	74
3.8.2 有色大宗商品价格变动分析	74
3.8.3 有色大宗商品热点品种分析	76
(1) 铝金属	76
(2) 小金属	77
3.8.4 有色大宗商品价格走势预测	78
3.9 橡塑类品种电子交易市场分析	79
3.9.1 橡塑大宗商品市场运行特点	79
3.9.2 橡塑大宗商品价格变动分析	79
3.9.3 橡塑大宗商品热点品种分析	81
(1) 天然橡胶	81
(2) 丁苯橡胶	82
3.9.4 橡塑大宗商品价格走势预测	83
第4章：中国大宗商品电子交易市场发展状况分析	84
4.1 大宗商品电子交易市场发展规模分析	84
4.1.1 大宗商品电子交易市场数量规模	84
4.1.2 大宗商品电子交易市场交易规模	84
4.2 大宗商品电子交易市场运行情况分析	85
4.2.1 大宗商品电子交易市场成立时间	85
4.2.2 大宗商品电子交易市场发展因素	86
4.2.3 大宗商品电子交易市场地域分布	87
4.2.4 大宗商品交易市场运营状态分析	88
4.2.5 大宗商品交易市场交易品种分析	89
4.3 大宗商品电子交易市场经营状况分析	90
4.3.1 大宗商品电子交易市场性质分析	90
4.3.2 大宗商品电子交易市场经营成本	91
4.3.3 大宗商品电子交易市场盈利水平	91

4.4 大宗商品电子交易市场服务水平分析	92
4.4.1 大宗商品电子交易市场信息服务	92
4.4.2 大宗商品电子交易市场物流服务	93
4.4.3 大宗商品电子交易市场资金服务	94
4.5 大宗商品电子交易市场交易模式分析	95
4.5.1 大宗商品电子交易市场交易模式应用状况	95
4.5.2 大宗商品电子交易市场细分交易模式分析	96
(1) 大宗商品挂牌交易模式分析	96
(2) 大宗商品中远期交易模式分析	98
(3) 大宗商品竞价交易模式分析	98
(4) 大宗商品订单交易模式分析	100
(5) 大宗商品招标交易模式分析	100
(6) 大宗商品其他交易模式分析	101
1) 商城交易模式	101
2) 超市交易模式	101
3) 仓单交易模式	102
4) 专场交易模式	102
4.6 大宗商品电子交易市场发展模式分析	103
4.6.1 大宗商品电子交易市场业务定位	103
4.6.2 大宗商品交易平台融资运作模式	104
(1) 大宗商品交易传统融资模式	104
(2) 大宗商品交易平台融资运作案例	104
1) 浙商所基本情况简介	105
2) 浙商所融资运作方式	105
3) 浙商所融资运作特点	105
(3) 大宗商品交易平台融资机制创新	107
4.7 大宗商品电子交易市场SCP范式分析	109
4.7.1 大宗商品电子交易市场的行业结构	109
4.7.2 大宗商品电子交易市场的行业行为	109
4.7.3 大宗商品电子交易市场的行业绩效	110
第5章：第三方大宗商品服务平台发展分析	112
5.1 第三方大宗商品服务平台上商业模式	112

5.1.1 以行业资讯服务为主的电商模式 112

- (1) 模式介绍 112
- (2) 典型企业分析 112
- (3) 典型案例分析 113

5.1.2 以在线大宗交易服务为主的电商模式 113

- (1) 模式介绍 114
- (2) 典型企业分析 114
- (3) 典型案例分析 115

5.2 重点第三方大宗商品平台服务能力分析 116

5.2.1 生意社 116

- (1) 平台背景实力分析 116
- (2) 平台服务对象分析 116
- (3) 平台核心产品分析 117
- (4) 平台竞争优势分析 117

5.2.2 我的钢铁网 119

- (1) 平台背景实力分析 119
- (2) 平台服务对象分析 119
- (3) 平台核心产品分析 119
- (4) 平台竞争优势分析 120

5.2.3 金银岛 120

- (1) 平台背景实力分析 120
- (2) 平台服务对象分析 120
- (3) 平台核心产品分析 121
- (4) 平台竞争优势分析 121

5.2.4 卓创资讯 122

- (1) 平台背景实力分析 122
- (2) 平台服务对象分析 122
- (3) 平台核心产品分析 123
- (4) 平台竞争优势分析 124

5.3 第三方大宗商品平台竞争格局预测 125

5.3.1 市场策略方面的竞争 125

5.3.2 专业人才方面的竞争 125

5.3.3 网站品牌方面的竞争 126

第6章：重点区域大宗商品电子交易市场建设状况分析 127

6.1 大宗商品电子交易市场活跃地区 127

6.1.1 广东省大宗商品电子交易市场投资规划 127

- (1) 广东省大宗商品电子交易市场发展规划 127
- (2) 广东省大宗商品电子交易市场定位分析 129
- (3) 广东省大宗商品电子交易市场竞争现状 130
- (4) 广东省大宗商品电子交易市场潜力分析 131
- (5) 广东省大宗商品电子交易市场阻碍因素 132
- (6) 广东省大宗商品电子交易市场建设建议 132

6.1.2 江苏省大宗商品电子交易市场投资规划 133

- (1) 江苏省大宗商品电子交易市场发展规划 133
- (2) 江苏省大宗商品电子交易市场定位分析 134
- (3) 江苏省大宗商品电子交易市场竞争现状 135
- (4) 江苏省大宗商品电子交易市场潜力分析 136
- (5) 江苏省大宗商品电子交易市场阻碍因素 137
- (6) 江苏省大宗商品电子交易市场建设建议 137

6.1.3 山东省大宗商品电子交易市场投资规划 137

- (1) 山东省大宗商品电子交易市场发展规划 137
- (2) 山东省大宗商品电子交易市场定位分析 139
- (3) 山东省大宗商品电子交易市场竞争现状 140
- (4) 山东省大宗商品电子交易市场潜力分析 141
- (5) 山东省大宗商品电子交易市场阻碍因素 142
- (6) 山东省大宗商品电子交易市场建设建议 142

6.1.4 北京市大宗商品电子交易市场投资规划 143

- (1) 北京市大宗商品电子交易市场发展规划 143
- (2) 北京市大宗商品电子交易市场定位分析 143
- (3) 北京市大宗商品电子交易市场竞争现状 144
- (4) 北京市大宗商品电子交易市场潜力分析 145
- (5) 北京市大宗商品电子交易市场阻碍因素 146
- (6) 北京市大宗商品电子交易市场建设建议 146

6.1.5 天津市大宗商品电子交易市场投资规划 146

(1) 天津市大宗商品电子交易市场发展规划	146
(2) 天津市大宗商品电子交易市场定位分析	147
(3) 天津市大宗商品电子交易市场竞争现状	148
(4) 天津市大宗商品电子交易市场潜力分析	149
(5) 天津市大宗商品电子交易市场阻碍因素	149
(6) 天津市大宗商品电子交易市场建设建议	150
6.1.6 辽宁省大宗商品电子交易市场投资规划	150
(1) 辽宁省大宗商品电子交易市场发展规划	150
(2) 辽宁省大宗商品电子交易市场定位分析	151
(3) 辽宁省大宗商品电子交易市场竞争现状	152
(4) 辽宁省大宗商品电子交易市场潜力分析	153
(5) 辽宁省大宗商品电子交易市场阻碍因素	153
(6) 辽宁省大宗商品电子交易市场建设建议	154
6.1.7 浙江省大宗商品电子交易市场投资规划	154
(1) 浙江省大宗商品电子交易市场发展规划	154
(2) 浙江省大宗商品电子交易市场定位分析	156
(3) 浙江省大宗商品电子交易市场竞争现状	157
(4) 浙江省大宗商品电子交易市场潜力分析	158
(5) 浙江省大宗商品电子交易市场阻碍因素	158
(6) 浙江省大宗商品电子交易市场建设建议	158
6.1.8 上海市大宗商品电子交易市场投资规划	159
(1) 上海市大宗商品电子交易市场发展规划	159
(2) 上海市大宗商品电子交易市场定位分析	160
(3) 上海市大宗商品电子交易市场竞争现状	162
(4) 上海市大宗商品电子交易市场潜力分析	162
(5) 上海市大宗商品电子交易市场阻碍因素	163
(6) 上海市大宗商品电子交易市场建设建议	163
6.2 大宗商品电子交易市场其他地区	164
6.2.1 广西大宗商品电子交易市场投资潜力	164
6.2.2 湖南大宗商品电子交易市场投资潜力	165
6.2.3 云南大宗商品电子交易市场投资潜力	166
6.2.4 四川大宗商品电子交易市场投资潜力	166

第7章：中国重点大宗商品电子交易市场经营状况分析 168

7.1 农副产品及经济作物电子交易市场 168

7.1.1 绿金在线中药材交易中心 168

- (1) 交易市场发展规模分析 168
- (2) 交易市场经营状况分析 168
- (3) 交易市场上市产品分析 168
- (4) 交易市场服务能力分析 169
- (5) 交易市场交易模式分析 170
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 170

7.1.2 大连国际农产品交易中心 171

- (1) 交易市场发展规模分析 171
- (2) 交易市场经营状况分析 171
- (3) 交易市场上市产品分析 171
- (4) 交易市场服务能力分析 171
- (5) 交易市场交易模式分析 172
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 172

7.1.3 广西食糖批发市场 173

- (1) 交易市场发展规模分析 173
- (2) 交易市场经营状况分析 173
- (3) 交易市场上市产品分析 173
- (4) 交易市场服务能力分析 173
- (5) 交易市场交易模式分析 174
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 175

……另有7家企业分析

7.2 能源化工类大宗商品电子交易市场 191

7.2.1 天津渤海商品交易所 191

- (1) 交易市场发展规模分析 191
- (2) 交易市场经营状况分析 192
- (3) 交易市场上市产品分析 193
- (4) 交易市场服务能力分析 194
- (5) 交易市场交易模式分析 194
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 194

7.2.2 青岛国际商品交易所 195

- (1) 交易市场发展规划分析 195
- (2) 交易市场经营状况分析 195
- (3) 交易市场上市产品分析 195
- (4) 交易市场服务能力分析 195
- (5) 交易市场交易模式分析 196
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 197

7.2.3 广东塑料交易所 197

- (1) 交易市场发展规划分析 197
- (2) 交易市场经营状况分析 197
- (3) 交易市场上市产品分析 198
- (4) 交易市场服务能力分析 198
- (5) 交易市场交易模式分析 199
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 199

…另有7家企业分析

7.3 金属钢铁类大宗商品电子交易市场 212

7.3.1 湖南创新贵金属交易所 212

- (1) 交易市场发展规划分析 212
- (2) 交易市场经营状况分析 213
- (3) 交易市场上市产品分析 213
- (4) 交易市场服务能力分析 213
- (5) 交易市场交易模式分析 213
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 214

7.3.2 无锡君泰贵金属交易中心 214

- (1) 交易市场发展规划分析 214
- (2) 交易市场经营状况分析 214
- (3) 交易市场上市产品分析 215
- (4) 交易市场服务能力分析 215
- (5) 交易市场交易模式分析 215
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 215

7.3.3 天津汇金物资交易市场有限公司 215

- (1) 交易市场发展规划分析 215

- (2) 交易市场经营状况分析 216
- (3) 交易市场上市产品分析 216
- (4) 交易市场服务能力分析 216
- (5) 交易市场交易模式分析 217
- (6) 交易市场竞争优势劣势分析 217

第8章：中国大宗商品电子交易市场发展前景与战略规划 232

8.1 大宗商品电子交易市场主要问题 232

8.1.1 大宗商品电子交易市场存在的问题 232

8.1.2 大宗商品电子交易市场可规避困难 234

8.1.3 大宗商品电子交易市场不可规避困难 234

8.1.4 大宗商品电子交易市场典型诉讼案例 234

8.2 大宗商品电子交易市场风险分析 236

8.2.1 大宗商品电子交易市场政策风险 236

8.2.2 大宗商品电子交易市场信用风险 236

8.2.3 大宗商品电子交易市场同业竞争风险 237

8.2.4 大宗商品电子交易市场经营风险 237

8.2.5 大宗商品电子交易市场系统运行风险 237

8.2.6 大宗商品电子交易系统技术风险 238

8.3 大宗商品电子交易市场前景分析 238

8.3.1 大宗商品电子交易市场监管趋势分析 238

8.3.2 大宗商品电子交易市场整合趋势分析 238

8.3.3 大宗商品电子交易模式调整趋势分析 239

8.3.4 大宗商品电子交易市场竞争前景分析 239

8.3.5 大宗商品电子交易市场发展规模预测 240

(1) 大宗商品电子交易市场数量规模预测 240

(2) 大宗商品电子交易市场交易规模预测 240

8.4 大宗商品电子交易市场投资规划 241

8.4.1 交易系统开发与升级的投资方案 241

8.4.2 市场资源拓展的投资方案 241

8.4.3 交易市场品牌建设的投资方案 242

8.4.4 主要业务投资方案 242

8.4.5 产品和服务的定价方案	243
8.4.6 市场营业收入模拟情景	243
8.5 大宗商品电子交易市场投资建议	244
8.5.1 大宗商品电子交易市场服务水平提升建议	244
(1) 大宗商品电子交易市场业务规划建议	244
(2) 大宗商品电子交易市场交易模式优化建议	245
(3) 大宗商品电子交易市场平台功能提升建议	245
8.5.2 大宗商品电子交易品种设定建议	245
8.5.3 大宗商品电子交易市场客户开拓建议	246

图表目录

图表1：大宗商品电子交易市场专业术语解释	13
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	15
图表3：大宗商品电子交易市场与四大交易所的区别	17
图表4：大宗商品电子交易市场参与主体	20
图表5：2003-2014年中国大宗商品电子交易市场政策汇总	25
图表6：2014年中国大宗商品电子交易市场清理整顿状况	27
图表7：2000-2009年中国铁矿石产量和进口量变动情况（单位：万吨）	29
图表8：2007-2014年中国大宗商品价格指数和CRB指数变动情况	30
图表9：2007-2014年中国大宗商品价格指数和PPI指数变动情况	30
图表10：2007-2014年中国大宗商品价格指数和CPI指数变动情况	32
图表11：2007-2014年中国大宗商品价格指数和PMI指数变动情况	33
图表12：2007-2014年中国社会物流总额变动情况（单位：万亿元，%）	34
图表13：2012-2014年大宗商品价格指数BPI走势情况	35
图表14：2014年大宗商品不同品种涨跌情况排名（单位：原油：美元/桶，黄金、白银：元/克、原木：元/立方米、玻璃：元/平方米，其他含纺织、农副、橡塑、化工、钢铁、建材为元/吨）	36
图表15：2011-2014年中国大宗商品价格指数（CCPI）月度走势	39
图表16：2014年不同品种的大宗商品价格指数变化情况（单位：%）	40
图表17：2014年大宗商品对外依存度分布概况（单位：%）	41
图表18：2014年中国前十位对外依存度大宗商品情况（单位：%）	42
图表19：2014年（按品种数量计）大宗商品对外依存度行业分布（单位：%）	43

图表20：2014年（按依存总量计）大宗商品对外依存度行业分布（单位：%）	44
图表21：2014年（按价值总量计）大宗商品对外依存度行业分布（单位：%）	45
图表22：2012大宗商品对外依存度产业链分布图（单位：%）	45
图表23：2014年大宗商品产能过剩情况对比图（单位：%）	46
图表24：2014年产能过剩商品产能利用率分布概况（单位：%）	47
图表25：2014年中国前十位低产能利用率大宗商品情况（单位：%）	47
图表26：2014年（按品种数量计）大宗商品产能过剩行业分布（单位：%）	48
图表27：2014年（按产量计）大宗商品产能过剩行业分布（单位：%）	49
图表28：2014年（按产值计）大宗商品产能过剩行业分布（单位：%）	50
图表29：2014年大宗商品产能过剩产业链分布图	51
图表30：2012-2014年农副行业指数走势情况	52
图表31：2014年农副大宗商品价格涨跌情况（单位：元/吨）	53
图表32：2014年大豆价格走势情况（单位：元/吨）	54
图表33：2012-2014年钢铁行业指数走势情况	55
图表34：2014年钢铁大宗商品价格涨跌情况（单位：元/吨）	56
图表35：2014年螺纹钢价格走势情况（单位：元/吨）	57
图表36：1991-2014年中国能源消费增速与GDP增速对比情况（单位：%）	58
图表37：2012-2014年能源行业指数走势情况	59
图表38：2014年能源大宗商品价格涨跌情况（单位：元/吨）	60
图表39：2014年焦炭价格走势情况（单位：元/吨）	61
图表40：2014年成品油价格走势情况（单位：元/吨）	62
图表41：1991-2014年中国石油对外依存度变化情况（单位：%）	63
图表42：2012-2014年化工行业指数走势情况	64
图表43：2014年化工大宗商品价格涨跌情况（单位：元/吨）	64
图表44：2014年尿素价格走势情况（单位：元/吨）	66
图表45：2014年聚乙烯价格走势情况（单位：元/吨）	67
图表46：2007-2014年纺织外贸与原料生产景气指数变动情况	68
图表47：2012-2014年纺织行业指数走势情况	69
图表48：2014年纺织大宗商品价格涨跌情况（单位：元/吨）	70
图表49：2014年PTA价格走势情况（单位：元/吨）	71
图表50：2012-2014年建材行业指数走势情况	73
图表51：2014年建材大宗商品价格涨跌情况（单位：元/吨）	73

图表52：2014年浮法玻璃价格走势情况（单位：元/平方米）	74
图表53：2012-2014年有色行业指数走势情况	76
图表54：2014年有色大宗商品价格涨跌情况（单位：元/吨）	76
图表55：2014年铝金属价格走势情况（单位：元/吨）	78
图表56：2014年锆金属价格走势情况（单位：元/吨）	79
图表57：2012-2014年橡塑行业指数走势情况	81
图表58：2014年橡塑大宗商品价格涨跌情况（单位：元/吨）	81
图表59：2014年天然橡胶现货价格走势情况（单位：元/吨）	82
图表60：2014年丁苯橡胶现货价格走势情况（单位：元/吨）	83
图表61：2008-2014年国内大宗商品电子交易市场数量变化情况（单位：家）	85
图表62：2008-2014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）	86
图表63：2014年国内大宗商品电子交易市场成立时间分布情况（单位：家，%）	87
图表64：国内大宗商品电子交易市场发展因素分析	88
图表65：2014年国内大宗商品交易市场地区分布情况（单位：%）	89
图表66：2014年国内大宗商品交易市场运营状态（单位：%）	90
图表67：2014年国内大宗商品交易品种占比情况（单位：%）	91
图表68：2014年国内大宗商品交易市场性质分布情况（单位：家，%）	92
图表69：大宗商品电子交易市场信息管理原则	93
图表70：大宗商品电子交易市场物流整体流程图	94
图表71：大宗商品电子交易市场线上融资方式分析	95
图表72：2014年国内大宗商品交易市场交易模式分布情况（单位：%）	97
图表73：大宗商品卖方挂牌交易模式流程图	98
图表74：大宗商品买方挂牌交易模式流程图	99
图表75：大宗商品双向竞价交易模式流程图	100
图表76：大宗商品集合竞价交易模式流程图	101
图表77：大宗商品电子交易市场招标交易模式流程图	102
图表78：大宗商品电子交易市场专场交易模式流程图	103
图表79：大宗商品电子交易市场业务运作模式图	104
图表80：大宗商品交易传统融资模式	105
图表81：交易平台第三方存管资金流向图	107
图表82：以行业资讯服务为主的典型企业简介	113
图表83：以在线大宗交易服务为主的典型企业简介	115

图表84：金银岛电子商务模式 116

图表85：生意社平台服务对象分析 117

图表86：生意社电子商务战略 119

图表87：生意社流量优势图 120

图表88：卓创资讯平台客户结构 124

图表89：卓创资讯平台核心产品分析 124

图表90：广东省大宗商品电子交易商务试点分析 128

图表91：<广东省电子商务“十二五”发展规划>分析 129

图表92：2014年广东省大宗商品电子交易市场交易品种分析（单位：%） 130

图表93：2014年广东省大宗商品电子交易市场交易方式分析（单位：%） 131

图表94：广东省大宗商品电子交易市场业务分析 132

图表95：江苏省大宗商品电子交易商务试点分析 134

图表96：<南京电子商务“十二五”发展规划>分析 135

图表97：2014年江苏省大宗商品电子交易市场交易品种分析（单位：%） 136

图表98：2014年江苏省大宗商品电子交易市场交易方式分析（单位：%） 136

图表99：江苏省大宗商品电子交易市场业务分析 137

图表100：山东省大宗商品电子交易商务试点分析 139

图表101：<青岛市“十二五”电子商务发展规划>分析 139

图表102：2014年山东省大宗商品电子交易市场交易品种分析（单位：%） 140

图表103：2014年山东省大宗商品电子交易市场交易方式分析（单位：%） 142

图表104：山东省大宗商品电子交易市场业务分析 143

图表105：<北京市电子商务“十二五”发展规划>分析 145

图表106：2014年北京市大宗商品电子交易市场交易品种分析（单位：%） 146

图表107：北京市大宗商品电子交易市场业务分析 147

图表108：天津市大宗商品电子交易商务试点分析 149

图表109：2014年天津市大宗商品电子交易市场交易品种分析（单位：%） 150

图表110：2014年天津市大宗商品电子交易市场交易方式分析（单位：%） 150

图表111：天津市大宗商品电子交易市场业务分析 151

图表112：<沈阳市物流业发展“十二五”规划>分析 152

图表113：2014年辽宁省大宗商品电子交易市场交易品种分析（单位：%） 153

图表114：2014年辽宁省大宗商品电子交易市场交易方式分析（单位：%） 154

图表115：辽宁省大宗商品电子交易市场业务分析 154

图表116：浙江省大宗商品电子交易商务试点分析 156

图表117：<浙江省电子商务“十二五”发展规划>分析 157

图表118：2014年浙江省大宗商品电子交易市场交易品种分析（单位：%） 158

图表119：2014年浙江省大宗商品电子交易市场交易方式分析（单位：%） 159

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201512/128145.html>