
商业调研报告目录

<u>第一章 南昌市商业市场总体分析</u>	4
<u>第一节 南昌市宏观经济环境</u>	4
<u>一、国民生产总值高速增长</u>	4
<u>二、消费品零售总额稳步攀升，商业经济发展态势良好</u>	4
<u>三、工业生产快速发展，经济效益稳步提高</u>	5
<u>四、市民年人均可支配收入不断提高</u>	5
<u>五、分析结论</u>	6
<u>第二节 南昌市商业概况</u>	6
<u>一、南昌商业历史回顾</u>	6
<u>二、南昌商业发展现状</u>	7
<u>三、南昌商业发展的需求</u>	8
<u>四、南昌商业发展面临的机遇</u>	9
<u>第三节 南昌商业发展目标及趋势</u>	10
<u>一、发展目标</u>	10
<u>二、商业区规划</u>	10
<u>三、未来发展趋势</u>	12
<u>第四节 综合评述</u>	12
<u>第二章 片区商业调查与分析</u>	14

<u>第一节 青云谱现状及前景</u>	14
<u>一、概况</u>	14
<u>二、区域特点</u>	14
<u>三、区域大型企业概况</u>	15
<u>四、青云谱区整体发展状况</u>	18
<u>六、青云谱区发展前景及展望</u>	21
<u>第二节 项目周边片区商业分析</u>	21
<u>一、区域商业环境概况</u>	21
<u>二、区域商业分布及经营状况</u>	21
<u>三、片区主要商业业态及特征</u>	23
<u>四、片区配套设施</u>	25
<u>五、商业物业租赁情况分析</u>	27
<u>六、片区商业供应量分析</u>	28
<u>七、片区发展趋势与前景</u>	29
<u>第三节 综合评述</u>	29
<u>第三章 中国批发市场的现状及分析</u>	30
<u>第一节 中国批发市场分析</u>	30
<u>一、中国批发市场现状</u>	30
<u>二、中国批发市场的分类</u>	30
<u>三、中国批发市场存在的主要问题</u>	31
<u>四、实施中国批发市场转型的原因</u>	32

<u>第二节</u>	<u>中国批发市场未来发展趋势</u>	32
<u>一、</u>	<u>资源整合</u>	32
<u>二、</u>	<u>打造品牌</u>	33
<u>三、</u>	<u>功能创新</u>	33
<u>四、</u>	<u>向零售市场渗透</u>	34
<u>五、</u>	<u>经营商品的优质化</u>	34
<u>第三节</u>	<u>综合评述</u>	35
<u>第四章</u>	<u>江西省商业市场总体分析</u>	36
<u>第一节</u>	<u>江西省概况</u>	36
<u>一、</u>	<u>江西省概述</u>	36
<u>二、</u>	<u>宏观经济总体概况</u>	36
<u>第二节</u>	<u>江西省资源状况</u>	38
<u>一、</u>	<u>江西四大支柱产业</u>	38
<u>二、</u>	<u>两大特色产业</u>	39
<u>三、</u>	<u>江西特产资源</u>	39
<u>第二节</u>	<u>江西省商贸分析</u>	42
<u>一、</u>	<u>江西商贸业现状</u>	42
<u>二、</u>	<u>江西省商贸发展面临的问题</u>	43
<u>三、</u>	<u>江西省商贸业发展目标及功能定位</u>	43
<u>第三节</u>	<u>综合评述</u>	44
<u>第五章</u>	<u>南昌市主要批发市场状况及分析</u>	45

<u>第一节 南昌市批发市场状况分析</u>	45
<u>一、南昌市商业批发市场整体概况</u>	45
<u>二、南昌市批发市场的发展历史及趋势</u>	45
<u>三、南昌市批发业市场的量化</u>	49
<u>四、南昌市主要批发市场盘点及分析</u>	53
<u>五、南昌市商业批发市场未来发展态势</u>	62
<u>第二节 综合评述</u>	63

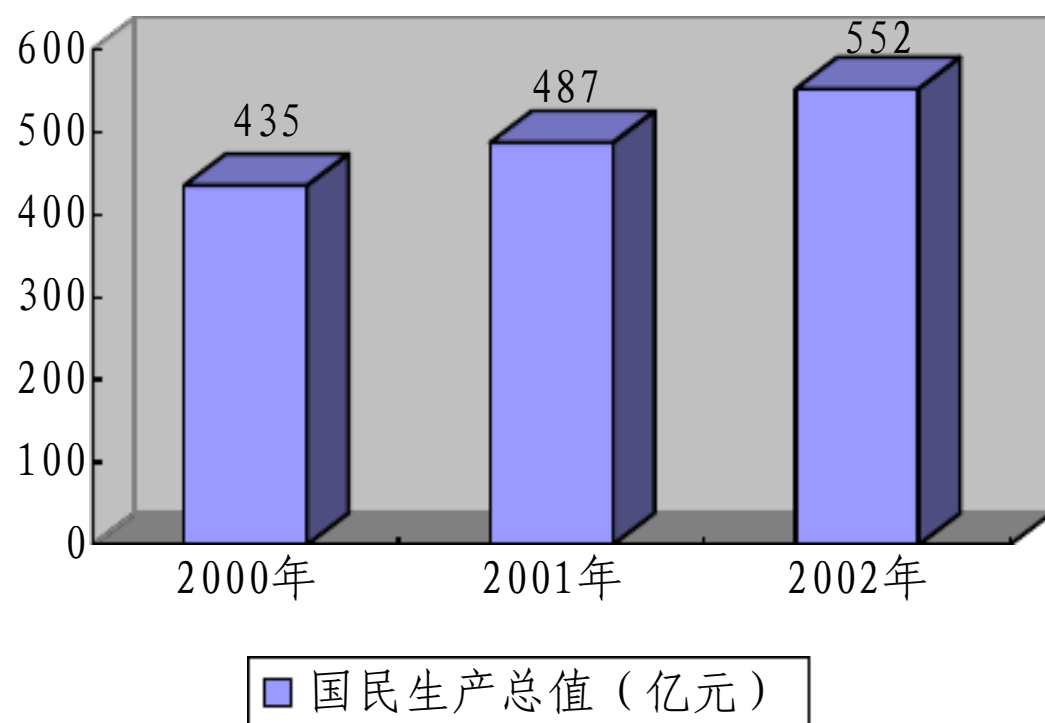
D) 第一章 南昌市商业市场总体分析

E) 第一节 南昌市宏观经济环境

南昌市是中国中部地区五大中心城市之一，自2001年始，全市上下为实现把南昌建设成为现代区域中心城市、现代文明花园式英雄城市的目标，经济呈现强劲增长态势，大多数经济指标呈两位数增长，创下南昌市近几年最好成绩，走在全国、全省发展的前列，出现了持续、快速、健康发展的新局面。

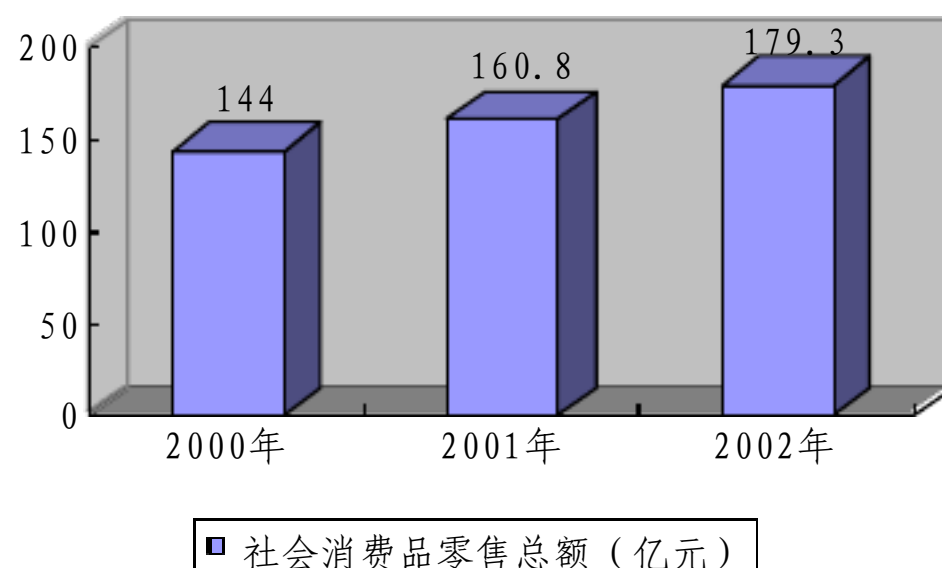
一、国民生产总值高速增长www.word98.com

随着城市建设的不断深入，南昌市综合经济实力显著增强，近三年来国民生产总值以平均11.5%的速率高速增长，2002年实现国民生产总值552.37亿元。其中，第一产业增加值50.57亿元，增长4.3%；第二产业增加值270.26亿元，增长17.6%；第三产业增加值231.54亿元，增长11.5%。全市财政总收入60.8亿元，比上年增长16.0%。



二、消费品零售总额稳步攀升，商业经济发展态势良好

南昌市的商业经济发展态势良好，社会消费品零售额稳步攀升。2002年社会消费品零售额达179.3亿元，占全省五分之一以上，比上年增长11.5%，在全国省会城市的排位进到了第20位，高于经济总量的排位，可望超过合肥和太原，在中部六省的省会城市中实现崛起。

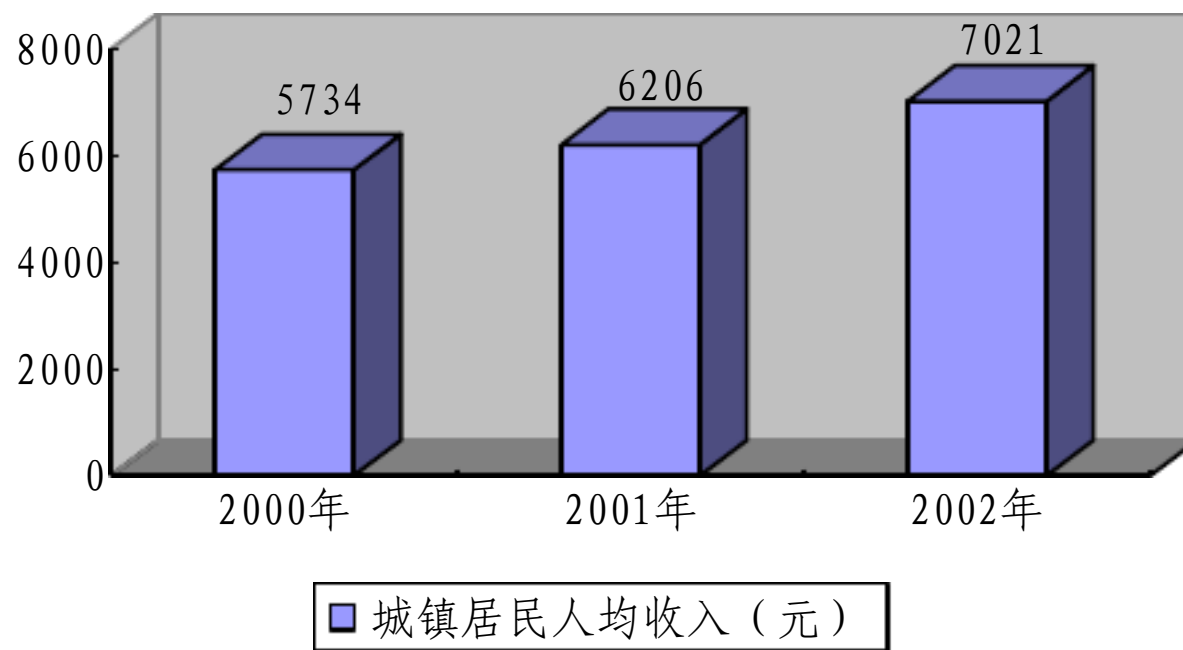


三、工业生产快速发展，经济效益稳步提高

近年来，南昌市政府坚持以大开放为主的战略，以工业化为核心，积极发展高新技术产业，大力改造传统产业，主动承接产业梯度转移，全面提升工业经济的运行质量和水平，全力加快工业化进程，全市工业生产快速发展。2002年全市完成工业增加值210.35亿元，增长17.6%。

四、市民年人均可支配收入不断提高

全市职工年平均工资7708元，比上年增长10.8%，其中，在岗职工年平均工资9953元，增长13.7%。据抽样调查，城市居民人均可支配收入6206元，比上年增长8.3%；2001年我市人均消费性支出为4293.65元，比1996年的3211.03元，增加了1082.62元，增长了33.72%。恩格尔系数首次降至40%以下。2002年，南昌市城镇居民人均收入7021元，比上年同期增长13.1%，居民生活水平不断提高，进一步推动了南昌市经济的快速发展。



五、分析结论

近年来，南昌市经济持续稳定增长，人民生活水平及消费水平也得以不断提升，从而带动了南昌市商贸业的发展。这充分体现了南昌市政府所采取的一系列如流通改革的逐步深化、结构调整力度加大等措施已初见成效。

A) 第二节 南昌市商业概况

一、南昌商业历史回顾

改革开放后的二十年，由于经济发展落后、人民生活水平低、消费能力不足，南昌市的商业发展一直比较落后。主要体现在：

- 1 业态发展水平低；
- 2 本地商家连锁化程度低；
- 3 小规模、分散型经营；
- 4 一些区域有场无市，最明显的当属胜利路步行街；
- 5 商圈辐射区域较小；
- 6 虽然以洪城大市场为代表的批发市场年成交额达70亿元以上，并且成为全国

九大日用品市场，但档次低、后劲发展不足。

二、南昌商业发展现状

近年来，南昌市经济出现了持续、快速、健康发展的新局面、新气象。商业的发展更为喜人——大商场快速发展、大市场不断成长、新业态纷纷抢滩、外商投资突破性发展。按照“城内大商场、城郊大市场、城外大流通”的总体思路，正逐步发展成现代区域经济中心城市。

2 商业网点星罗棋布，系统产业涉及多项领域

据统计，南昌市现有3万多个商业网点，经营范围涉及商品批发零售、粮油机械、物资建材、汽车销售、化肥农药、进出口贸易、房地产开发、餐饮服务、仓储运输、技术培训等多项领域。

5 政府大力扶持，本地大型龙头企业朝规模、连锁化方向快速发展，并成为商贸发展的重要支柱

政府按照“抓大扶强”的思路，以产权制度为突破口，组建了百货大楼、洪城大厦、良友、物资、肉联食品、华鑫、绿叶七大商贸业、食品加工企业集团，2001年百货大楼销售额增长69.3%，洪城大厦增长35.2%，业绩骄人。大型龙头商业企业已俨然成为南昌商贸发展的支柱。

6 特色品牌商业街渐成规模

市政府大力打造品牌特色一条街，胜利路步行街、中山路、抚河路、渊明路、孺子路和福州路等8条市级品牌特色街已成为城市现代商贸形象的亮点。

8 大力兴建大市场，重点培育区域性商品批发市场

截止2002年底，南昌市总计兴建各类市场282个，年成交金额212.3亿元，其中亿元以上的商品交易市场25个。政府将重点培育及发展洪城大市场及农产品、果品、生猪、肉食品、水产品、日用品、建材、摩托车、汽车配件等10个年成交额10亿元以上，辐射范围达全省，在华东地区或京九经济带乃至全国都有一定知名度和影响的区域性商品批发市场。

11 增强南昌商贸流通的强辐射力，大力发展物流配送中心

目前，宁波金润、厦门建发将分别在城西与城南兴建大型物流配送中心，将进一步增强南昌市商贸流通的辐射力。

三、南昌商业发展的需求

为了实现南昌市新的商业发展目标，除了改变传统商业观念，正确制订商业规划以外，南昌市商业必须实现四大改变：

12 提高层次

目前，南昌市商业层次不明，随着消费水平的提高和消费层次差距扩大，商业经营必须提高层次，拉开档次。针对不同消费层次，形成适应不同层次的商业。不同层次的商业也应有不同的目标市场，而南昌市应在大众化消费的基础上适当发展较高层次消费商业，以适应“先富起来群体”和国内外旅游者的消费需求。

13 扩大布局

不能再以旧城区为框框考虑商业发展，而应从城市总体规划来考虑商业的发展。不能从南昌旧城区80平方公里，而应从260平方公里来考虑商业布局。

14 完善功能

经济发展到一定水平，消费提高到一定水平，必然出现“综合消费”。因此商业除发展提高购物功能外，还应着力发展餐饮、文化、娱乐、休闲、健身、旅游、宾馆等多样化功能，来满足多样化的消费需求。

15 强化辐射

考虑商业发展不能局限于零售商业，而应考虑强化辐射的集散型商业。尤其作为省会城市和中部五大中心城市之一的南昌市，更应较多考虑其辐射功能，强化南昌市商业的辐射功能。

四、南昌商业发展面临的机遇

17 不发达的商业态势为外来商家预留了足够的空间和发展潜力

尽管拥有数百家各类商贸企业，但总体上看，南昌商业并不发达，不但布点分散，交易额低，而且大多数商业企业机制呆板、管理陈旧，缺乏市场竞争力。上海华联负责人说，他们之所以选择南昌，是因为这里的商业市场潜力大。

19 入世后，商业将面临激烈的竞争

入世后，外资商业企业必然大举进驻，抢占南昌市场“真空”，做大规模，届时激烈的商战不可避免。

20 日益改善的软硬环境将吸引更多的商业企业投资

2001年以来，南昌开始如火如荼建设现代文明花园城市，不但美化、亮化、绿化南昌，改善投资硬环境，而且相继出台发展经济政策50条，着力改善经济软环境。投资环境的日益改善将吸引更多的商业企业前来投资。

4 得天独厚的地理优势，南昌将有望与周边发达城市联动，延长商业企业的产、供、销链

从地理上看，南昌地处中部，承接东西联动南北，与我国两大经济发达地区长江三角洲和珠江三角洲毗邻，具有商业发展得天独厚的地理优势，同时南昌市又是京九铁路上唯一的省会城市。立足南昌，大型商业企业不但与广东、上海相连，而且可以联动江西、安徽、湖南，最大限度延长商业企业产、供、销链。

A)

B) 第三节 南昌商业发展目标及趋势

一、发展目标

2002-2010年南昌市商业发展的总体目标是逐步建成现代化和国际化商业，并

将其功能定位在：中国中部地区旅游、购物休闲中心之一；中国中部地区物流集散中心之一。

1、商业现代化应具体表现在以下四个方面：

- 1) 商业布局合理、层次分明、功能明确；
- 2) 主要商业业态达到当时先进水平；
- 3) 商业的行业（如购物、餐饮、娱乐等）和商品经营结构适应现代消费需求；
- 4) 商业的组织化、规模化程度和管理技术水平，尤其信息化达到先进水平。

2、国际化商业目标则视南昌市产业发展的国际化程度

实现国际化商业目标则视南昌市产业发展的国际化程度，如跨国商业集团进入、国际采购中心进入、国外商务、旅游者进入、南昌商业跨国发展程度以及在南昌市商业中经营理念、商业布局、业态结构、管理技术水平等符合国际规范的程度。

二、商业区规划

1、市级商业中心，近十条名副其实的专业特色街

➤ 市级商业中心

以八一广场上的“财富广场”和“万达购物广场”作为南昌市市级商业中心，并以中山路为商业主干道辐射周边。

➤ 专业特色街

东湖区将培育建设8条专业街，西湖区将培育建设6条特色街。珠宝、钟表、服饰街的胜利路；旅游、休闲、餐饮的孺子路；鞋类一条街的渊明南路；餐饮一条街的站前西路；仿古旅游的绳金塔街；人文景观仿古一条街的滕王阁、后墙路；旅游、休闲、餐饮一条街的抚河中段；八一大道段的宾馆一条街；休闲旅游一条街的福州路等。

2、四个区域性商业中心

区域性商业中心将改变旧商业格局,形成以现代多功能购物中心、大卖场、大酒店、品牌专卖店广场为中心的现代商业群体,适应新的消费需求。

- 1 城东片区商业中心
- 2 城南片区商业中心
- 3 朝阳片区商业中心
- 4 牛行片区红谷滩新区区域性商业中心

3、五个卫星区域商业中心

在莲塘、望城、湾里、乐化、罗家建设五个卫星城区商业中心。这五个卫星城区人口较少、离核心区较远,建成以基本消费品为主体的属地型商业中心。

4、社区商业配置

社区商业配置必须以便民利民为目标,是现代商业的重要组成部分。按不同人口规模和功能、形成居住区商业中心、居住小区商业、社区商业中心。以多功能社区购物中心为主体形成块状商业群。部分商业中心可与区域性商业中心和卫星城区商业中心合并建设,以发挥双重功能。

5、城郊结合部建设十个大市场

现在中心城区的大市场将逐步撤出,并向城郊结合部发展。大市场管理应由粗放、综合、低层次市场走向规范、专业、高层次的大市场。南昌市大市场建设的重点在南部青云谱区和东部青山湖区,外环路周边,可利用其交通优势进行集散。

6、城外大流通建设三大物流集散中心

按南昌市的交通布局规划及物流去向,从商业角度可以建设三个以上物流集散中心,分别是向南和向东的青云谱物流集散中心;西部西客站物流集散中心;北部昌北物流集散中心。

三、未来发展趋势

南昌市进入新一轮十年大发展时期,将建成市场体系完善、现代流通业发达,

具有较强辐射功能的区域性商贸中心城市和全国市场网络重要的节点城市，并形成以下新格局：

1. 国际零售业抢滩进入，以资本换取市场，占领中部地区市场；
2. 全国连锁大型零售企业亦不甘落后，进入南昌；
3. 本地零售业奋起直追；
4. 城内大商场、城郊大市场、城外大流通的格局基本形成。

A) 第四节 综合评述

总体而言，南昌市传统商业仍占主要地位，现代连锁大型综合超市、品牌专卖店才开始进入，现代化购物中心等新型业态尚未出现，商业大多集中于旧城区，面貌陈旧，尚未形成多业态、多层次的商业新格局。多元化的商业竞争尚未形成，大多是竞争力不强的国有集体商业企业和新发展的个体私营商业，规模化程度很低，而外资跨国商业和全国连锁商业集团刚刚开始进入。作为中国中部地区五大中心城市之一，又处于中国三大经济区的结合点和京九线上唯一的省会城市，大流通的功能，至少区域性的集散功能尚未充分发挥。提升商业层次、扩大商业布局、完善商业业态、增加新的商业功能、扩大辐射力将是南昌市商业发展的方向。

D)

E) 第二章 片区商业调查与分析

第1节 青云谱现状及前景

一、概况

青云谱区位于南昌城区的南端，北沿建设路与西湖区接壤，南至青云谱火车站与南昌县毗连，整个青云谱全区面积为37.22平方公里，居民5.4万户，总人口25.52万人，其中常住人口22.9万人。

青云谱区地理位置优越，交通便利，105、320国道纵贯全区，年吞吐量数千万吨的南昌南大型铁路货运站坐落在区内；该区是南昌市一个老工业城区，全区共有商品市场16个，商业网点1103个，有20多家大中型中央、省、市属企业，属全国500强的企业有两家（洪都集团、江铃集团）；地区工业产品有摩托车、机床、建材、纺织服装、电线电缆、肉类制品等，并且有众多的专业市场，南昌市的十大专业市场有五个在该区，南昌建材大市场、南昌肉类制品批发市场、南昌深圳农产品中心批发市场和南昌水果批发市场，显示该区域正逐渐形成一个具有较大规模的商业辐射网络。

二、区域特点

1 城乡结合

区内有三店、洪都、徐坊、京山、岱山五个街办，下辖101个居委会；乡村有有青云谱乡（黄溪、万溪、熊纺等村落）和青云谱农场。

3 大交通网络形成，区内公交欠发达

地处南昌市的南大门，大交通网络便捷，京九线纵贯全区，公路、水路、铁路均较方便；但区内公交线路较少。

4 商业相对落后

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/508035122136006046>