

2014-2019年中国农资连锁 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国农资连锁市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/maoyi1405/J14380GCUG.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-05-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国农资连锁市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了全球农资连锁产业运行状况，接着分析了中国农资连锁行业发展环境，然后对中国农资连锁行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国农资连锁行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国农资连锁行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

我国农资流通行业较长时间内一直实行“批发分销”经营模式，即大型批发商从上游厂商大批量采购后，批发分销给下一级中小型批发商，再由中小型批发商逐级批发给终端零售网点销售。“批发分销”经营模式因流通环节多、流通成本高等诸多弊病，已逐渐不适应发展现代农业的需要。

农资连锁是农资经营中使用统一商号的若干门店，在同一总部的管理下，采用统一采购或授予经营权等方式，实现规模经济效益的一种现代商品流通方式，主要有直营连锁、特许（加盟）连锁、自由连锁等类型。实行统一采购、统一配送、统一标识、统一经营方针、统一服务规范和统一价格等是连锁经营的基本规范和内在要求，具有规模化、网络化、信息化的优势。

农资经营者通过连锁经营的模式，依靠其特有的优势给农资经营主体带来了可观的效益，为建立规范的农资市场秩序开创了新的局面。

报告目录：

第一章 2014年全球农资连锁产业运行状况浅析

第一节 2014年全球农资连锁产业运行分析

一、世界农资连锁特点分析

二、国际农资连锁产业发展目标

三、全球农资连锁市场规模发展情况

第二节 2014年世界部分国家连锁产业发展分析

一、日本

二、美国

三、德国

四、俄罗斯

第三节 2014-2019年世界农资连锁趋势分析

第二章 2014年中国农资连锁业运行环境解析

第一节 2014年中国农资连锁政策环境分析

- 一、农业地位重要，农资市场需求巨大
- 二、农村市场体系建设“十二五”规划
- 三、农业部出台政策引导和推动农产品和农资连锁经营
- 四、三部门联合发布《关于推进农资连锁经营发展的意见》
- 五、商务部开展“万村千乡市场工程”建设
- 六、政府在2014年大幅度增加农机具补贴

第二节 2014年中国农资连锁行业经济环境分析

- 二、2010-2011 年中国农村居民收支增长分析
- 三、零售领域全面对外开放
- 四、2014年中央文件确定强化现代农业物质支撑和服务体系
- 五、中国农业经济发展状况

第三节 2014年中国农资连锁行业社会环境分析

- 一、发展现代农业成为社会共识
- 二、农民增产增收取得成效，仍然缺乏长期有效地机制
- 三、农民深受假冒伪劣农资伤害
- 四、农资价格上升打压农民积极性，政府强力调控价格
- 五、农村环境污染问题严重

第四节 2014年中国农资连锁行业资本市场环境分析

- 一、政府加大农资领域的补贴
- 二、2014年全球资本市场引领下，中国证券市场一泻千里
- 三、中国VC/PE在农业领域的投资状况
- 四、农村金融基本处于拓荒阶段
- 五、金融机构加强对农业的信贷支持

第三章 2014年中国农资市场与分销渠道综述

第一节 农业生产资料行业概述

- 一、农业生产资料范围
- 二、农业生产资料在农业生产中的作用和价值

第二节 2014年中国农资行业市场分析

- 一、国内农资市场容量分析

二、需求结构与需求趋势分析

三、国内农资行业竞争状况分析

第三节 2014年中国国内农资营销渠道透析

一、营销渠道特征分析

二、农资营销渠道模式分析

第四章 2014年中国农资连锁经营行业运行状况分析

第一节 中国农资连锁市场发展特征

一、农资连锁蓬勃发展

二、政府积极推动和规范农资连锁

三、各路资本介入农资连锁

四、国内农资连锁企业的经营模式尚在探索之中

五、农资连锁配送理论还处于探索阶段

六、三大因素困扰农资连锁网络建设

第二节 2014年中国农资连锁产业总况

一、农资连锁迎来新一轮“创业革命”

二、危中寻机推动农资连锁规范发展

三、探析农资连锁的九大优点

四、农资连锁四步曲

五、中国农资连锁产业驱动因素

六、中国农资连锁市场前景看好的原因

第三节 2014年中国农资连锁产业产业化发展探析

一、中国农资连锁经营的发展之路

二、中国农产品和农资连锁谋划的现状

三、中国农资连锁实现商业化生产

第四节 2014年中国农资连锁模式的优势

一、有利于发挥连锁经营的规模效应

二、利于生产与市场的对接，减少流通环节

三、有利于农资流通行业的规范化发展

四、能够部分解决农资市场信息不对称的现状

第五节 2014年中国农资连锁市场中存在的主要问题

一、连锁经营业态常常伴临的两个瓶颈问题

- 二、法律意识不强
- 三、农资连锁行业的管理都非常低下
- 四、国家对农资连锁的扶持资金少，有些优惠政策落实不到位
- 五、农资市场的监管体制不顺
- 六、重视经营网点建设，忽视网络体系运作。
- 七、农资市场的恶性竞争使行业处于微利边缘
- 八、农资连锁经营的实体资源单一
- 九、地方保护主义将阻碍农资连锁的跨区域发展

第五章2014年中国主要农资产品市场流通与渠道分析

第一节 中国农药产业的发展情况

- 一、农药行业高风险、高投入和周期长的特点
- 二、农业产业进入退出壁垒进一步提高
- 三、农药产量逐年递增，行业迎来高速增长期
- 四、农药业经济运行规模及效益
- 五、农药产品的流通体制现状及趋势
- 六、2014-2019年中国农药市场预测

第二节 2014年中国化肥产业的发展情况

- 一、国务院关于进一步深化化肥流通体制改革的决定解读
- 二、化肥流通体制盼到新一轮改革
- 三、化肥流通体制的改革利在未来
- 四、化肥经营放行社会资本

第三节 2014年中国种子产业的发展情况

- 一、加快建设种子流通渠道
- 二、种子流通领域管理问题
- 三、种子流通监督管理与种子质量分级
- 四、加快流通体系“农超对接”

第四节 2014年中国农膜产业的发展情况

- 一、流通领域农膜质量抽检六成多合格
- 二、农膜实行专营的暂行规定

第五节 2014年中国农机产业的发展情况

- 一、实施农机流通要抓好“品牌工程”

- 二、日韩农机流通业发展及启示
- 三、浅谈传统农机流通与现代农机流通
- 四、农机流通行业如何适应五大变化
- 五、振兴现代农机流通的思考与建议

第六章 2014年中国农资企业营销渠道设计与管理

第一节 农资企业营销相关概述

- 一、农资产品营销渠道的设计原则与目标
- 二、农资产品营销渠道的设计流程的理论优化

第二节 农资营销渠道模式创新

- 一、渠道创新的必要性
- 二、农资产品营销渠道模式创新——建立补充渠道
- 三、渠道营销策略、方法的创新

第三节 农资企业产品营销渠道的管理

- 一、分销商管理
 - 1、选择分销商
 - 2、评价分销商
- 二、农资企业营销渠道冲突管理
 - 1、渠道冲突的类型
 - 2、多渠道冲突的管理方法
 - 3、农资产品的窜货管理
 - 4、农资产品的渠道价格管理

第四节 农资企业营销渠道设计与管理

- 一、营销渠道的设计
- 二、农资产品营销渠道的设计原则与目标
- 三、营销渠道的设计流程的理论优化
- 四、农资营销渠道的模式分析
- 六、农资营销渠道模式创新
- 七、农资企业产品营销渠道的管理

第七章 2014年中国农资连锁细分主体运行新格局透析

第一节 邮政农资连锁

- 一、邮政农资连锁发展概述
- 二、邮政农资连锁行业发展规模
- 三、邮政农资连锁店的共同特征
- 四、邮政农资连锁行业发展中存在的主要问题
- 五、邮政农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析）
- 六、邮政发展农资连锁的建议

第二节 生产企业农资连锁

- 一、经营主体分析
- 二、生产企业农资连锁发展概述
- 三、生产企业农资连锁行业发展规模
- 四、生产企业农资连锁店的特质
- 五、生产企业农资连锁的市场竞争分析
- 六、生产企业农资连锁行业发展中存在的主要问题
- 七、生产企业农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析）
- 八、生产企业农资连锁的发展建议

第三节 流通企业农资连锁

- 一、发展历程和经营主体
- 二、流通企业农资连锁发展概述
- 三、流通企业农资连锁行业发展规模
- 四、流通企业农资连锁的市场竞争分析
- 五、流通企业农资连锁店的特征
- 六、流通企业农资连锁行业发展中存在的主要问题
- 七、流通企业农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析）
- 八、流通企业发展农资连锁的建议

第四节 中华全国供销合作总社系统

- 一、经营主体分析
- 二、农资连锁发展概述
- 三、农资连锁行业发展现状
- 四、农资连锁行业发展中存在的主要问题
- 五、农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析）
- 六、中华供销合作总社发展农资连锁的建议

第八章 2014年中国农资连锁区域市场运行格局分析

第一节 华北地区

一、发展环境分析

二、市场发展概述

三、2014-2019年地区市场规模统计及预测

四、发展特征及存在的主要问题

五、华北市场发展趋势分析

六、华北市场发展前景分析

七、建议

第二节 东北地区

第三节 华东地区

第四节 华中地区

第五节 西部地区

第六节 华南地区

第九章 2014年中国农资连锁市场销售策略分析

第一节 2014年中国农资连锁市场销售终端的基本类型

一、中国农资连锁市场各终端的基本特点

二、农资连锁市场的主要销售模式

第二节 2014年农资连锁企业主要渠道模式分析

一、区域代理

二、买断品牌

三、特许经营

第三节 2014年中国农资连锁在不同渠道销售情况

一、农资连锁渠道策略分析

二、经销商选择策略

三、渠道的本土化策略

四、品牌联合策略

第四节 2014年农资连锁在中国的营销策略变化

一、传播策略

二、渠道策略

第十章 2014年中国重点农资连锁企业主体竞争力分析

第一节 金色谷

- 一、公司概况
- 二、公司营业规模
- 三、经营模式
- 四、市场竞争力分析
- 五、资本运作分析
- 六、发展战略分析
- 七、（SWOT分析）

第二节 中牧股份

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 红太阳

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 辉隆

- 一、企业概况
- 二、辉隆集团制定省级农资连锁经营试点实施方案
- 三、大力发展农资连锁 构建农村商业网络

第五节 惠多利

- 一、企业概况
- 二、农资连锁经营网点
- 三、未来发展战略分析

第六节 中化化肥

一、企业概况

二、中化化肥帝国梦-化肥市场

三、中化化肥：以科技服务打造农资品牌

四、未来发展战略分析

第七节 天盟

一、企业概况

二、天盟农资连锁：追求“三赢”；将企业做大做强

三、未来发展战略分析

第八节 徽商农家福

一、企业概况

二、安徽徽商农家福农资连锁经营初具规模

三、徽商农家福公司农资连锁经营网招商项目

四、徽商“农家福”：创农资连锁新模式

第十一章2014-2019年中国农资连锁产业前景展望与趋势预测

第一节 2014-2019年中国农资连锁行业发展前景分析

一、中国农资产业前景分析

二、中国农资连锁业前景分析

第二节 2014-2019年中国农资连锁行业发展趋势分析

一、实现产销一体化的规模化经营成为必然趋势

二、做大做强是行业的发展趋势

三、整合区域内既有的农资优势渠道资源成为发展捷径

四、提升服务意识和服务能力是农资连锁的必然之路

第三节 2014-2019年中国农资连锁市场盈利预测分析

第十二章2014-2019年中国农资连锁行业投资机会与风险规避指引

第一节 2014-2019年中国农资连锁投资概况

一、中国农资流通投资特性分析

二、商务部鼓励各类投资主体投资农资商品流通

第二节 2014-2019年中国农资连锁业投资机会分析

一、农资流通投资前景分析

二、农资流通投资热点分析

三、农资流通区域投资潜力分析

第三节 2014-2019年中国农资连锁业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节 博思数据投资建议

图表目录：部分

图表：连锁经营的主要类型

图表：开展农资连锁经营的货源的主要内涵

图表：2009-2014年农村居民人均纯收入及增长速度

图表：2009-2014年中国粮食产量及增长速度

图表：现代农业的类型

图表：2009-2014年中国化肥产量及增长速度

图表：2009-2014年中国农资市场规模增长预测 亿元

图表：2014-2019年中国农资连锁市场规模增长预测 亿元

图表：农资连锁行业竞争主体分析

图表：中国农资连锁行业的竞争行为

图表：农资连锁企业竞争格局演变趋势

图表：2009-2014年中国邮政农资配送业务收入 亿元

图表:邮政农资连锁的市场竞争力SWOT分析

图表：2014-2019年生产企业农资连锁体系的市场 亿元

图表：生产企业农资连锁的市场竞争

图表：生产企业农资连锁的市场竞争力SWOT分析

图表：2014-2019年流通企业农资连锁体系的市场规模 亿元

图表：流通企业农资连锁的市场竞争力SWOT分析

图表：2014年中华合作供销总社份主要商品的经营业绩

图表：2014年中华供销合作总社主要产品的经营业绩

图表：中华供销合作总社农资连锁的市场竞争力SWOT分析

图表:中国农资连锁按主体分类的竞争力对比总结

图表：2014-2019年华北地区农资连锁市场规模统计与预测

图表：2014-2019年东北地区农资连锁市场规模统计与预测

图表：2014-2019年华东地区农资连锁市场统计及预测

图表：2014-2019年华中地区农资连锁市场规模统计及预测

图表：2014-2019年西部地区农资连锁市场统计与预测

图表：2014-2019年华南地区农资连锁市场规模统计与预测

图表：金色谷超市管理有限公司全国省级网点分布图

图表：中国农资连锁行业消费者人口统计

图表：中国农资连锁市场消费者地理变量统计与分析

图表：中国农资连锁行业消费者心理变量统计分析

图表：中国农资连锁消费者行为变量分析

图表：中国农资连锁市场消费者需求趋势

图表：2011-2013年金色谷主要经济指标走势

图表：2011-2013年金色谷经营收入走势

图表：2011-2013年金色谷盈利指标走势

图表：2011-2013年金色谷负债情况

图表：2011-2013年金色谷负债指标走势

图表：2011-2013年金色谷运营能力指标走势

图表：2011-2013年金色谷成长能力指标走势

图表：2011-2013年红太阳主要经济指标走势

图表：2011-2013年红太阳经营收入走势

图表：2011-2013年红太阳盈利指标走势

图表：2011-2013年红太阳负债情况

图表：2011-2013年红太阳负债指标走势

图表：2011-2013年红太阳运营能力指标走势

图表：2011-2013年红太阳成长能力指标走势

图表：2011-2013年惠多利主要经济指标走势

图表：2011-2013年惠多利经营收入走势

图表：2011-2013年惠多利盈利指标走势

图表：2011-2013年惠多利负债情况

图表：2011-2013年惠多利负债指标走势

图表：2011-2013年惠多利运营能力指标走势

图表：2011-2013年惠多利成长能力指标走势

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数

据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1405/J14380GCUG.html>