

# 中国农资连锁经营发展现状、问题及 对策研究（2007）

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《中国农资连锁经营发展现状、问题及对策研究（2007）》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.abaogao.com/b/maoyi/4410438U45.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

[b]中国农资连锁经营发展现状、问题及对策研究（2007）内容介绍：[/b]

根据中国加入WTO的承诺，包括化肥在内的农资市场将逐步放开，农资市场的竞争将更加激烈，必须采取切实可行的措施，加快农资流通体制的改革与创新，全面提高农资流通企业的竞争能力，更好地为“三农”服务。“发展农资连锁经营是现实与可行的选择”。从政府的角度看，下一步应着重做好三方面工作：一是全面落实国务院及相关部门关于支持连锁经营的政策措施，对连锁企业实行统一纳税，简化工商登记手续；鼓励农资流通企业体制创新，大力发展现代流通方式，将农资连锁配送设施、仓储、门店的改造与建设纳入各地基础设施建设的范围，给予支持。二是推动各地根据农资生产、消费的特性，建立农资储备制度，避免农资价格的大幅波动。三是加大农资市场的整治力度，严厉打击制售假冒伪劣农资等坑农、害农行为，完善农资市场监管体系，加快农资信用体系建设，建立长效监管机制。同时，要建立健全农资损害赔偿机制，为保护农民利益提供制度保障。相关企业要从以下方面努力促进农资连锁经营：首先，企业应充分利用现有农资网络资源，打破地区、部门、行业和所有制限制，探索发展多种形式的连锁，扩大市场覆盖面。其次，企业需要健全农业生产资料服务体系，提高农资利用率，促进农民增收。再次，企业可以依托农资连锁的网络优势，构筑农产品收购、加工、销售和日用消费品下乡等流通渠道，使农资流通网络发挥“双向流通、双向开拓”的功能，提高为三农服务的水平。最后，企业发展农资连锁经营，要与自身实际相结合，与当地经济发展水平、农民收入水平、农业生产的状况及流通相适应。

[b]绪言[/b]

[b]第1章：关于农资连锁经营[/b]

第1节：农资连锁的涵义

第2节：连锁经营的主要类型

1. 直营连锁
2. 特许（加盟）连锁
3. 自由连锁

第3节：连锁经营的基本规范

1. 统一采购
2. 统一配送
3. 统一标识
4. 统一经营方针
5. 统一服务规范

## 6. 统一价格

[b]第1篇：发展篇[/b]

[b]第1章：中国农资连锁经营发展分析[/b]

第1节：相关数据分析

第2节：中国农资连锁经营发展现状分析

[b]第2章：农资连锁经营的优势分析[/b]

第1节：农资连锁经营与竞争力

第2节：农资连锁经营与政府监管成本

第3节：农资连锁经营与反竞争

第4节：农资连锁经营与弊端防范

[b]第2篇：对策篇[/b]

[b]第1章：中国农资连锁经营发展存在的问题及成因[/b]

第1节：产品特性因素及问题

第2节：社会环境因素及问题

第3节：市场监管因素及问题

第4节：经营模式因素及问题

第5节：外资进入因素及问题

[b]第2章：农资连锁经营风险研究[/b]

第1节：外源风险分析

1. 政策环境风险分析

2. 外资企业的进入

3. 农资市场的混乱现状

第2节：内源风险分析

1. 财务风险

2. 落后的信息化系统

3. 物流配送能力不足

第3节：其他风险

1. 人才短缺

2. 品牌战略失误

[b]第3章：中国农资连锁发展对策[/b]

第1节：培育农资连锁经营龙头企业,提高竞争力

第2节：培育农资连锁经营品牌

第3节：加强和规范管理

第4节：加强市场监管

第5节：建立完善农资物流配送体系

第6节：搞好农资售后服务

第7节：积极争取政府支持

[b]第3篇：运营篇[/b]

[b]第1章：农资连锁经营业态选择与管理控制[/b]

第1节：业态的行业适应性

1. 业种店和业态店的区别

2. 连锁经营与业态店的区别

第2节：农资业态选择的基本原则

1. 行业匹配性原则

2. 消费需求首选原则

3. 规模适度扩张原则

4. 复制原则

5. 差异化经营原则

第3节：不同业态下农资连锁企业的管理控制

1. 农资连锁经营管理控制的目标

2. 农资连锁企业管理控制的内容

3. 农资连锁企业管理控制技术

[b]第2章：农资连锁配送中心的模式选择与管理[/b]

第1节：农资连锁配送中心的基本功能

1. 保管功能

2. 挑选功能

3. 流通加工功能

4. 运送功能

5. 信息管理功能

第2节：农资连锁配送中心的模式选择

1. 按配送服务运营主体不同选择

2. 按配送权限的大小选择

3. 按农资在配送环节的侧重点不同选择

第3节：农资连锁企业配送中心模式设计的原则

1. 动态性原则
2. 服务原则
3. 低运费原则
4. 合理定位原则
5. 数量匹配原则

#### 第4节：农资连锁配送中心运营管理

1. 混合策略
2. 差异化策略
3. 共同配送
4. 延迟策略
5. 标准化策略

### [b]第3章：农资连锁经营与农技服务[/b]

#### 第1节：农技服务与农资经营市场体系建设

#### 第2节：农技服务与农业生产资料经营特殊性

#### 第3节：农技服务与实施品牌发展战略

#### 第4节：农技服务与增量增效

### [b]第4章：我国农资连锁体系建设研究[/b]

#### 第1节：农资营销网络建设的必要性

1. 符合国家政策导向
2. 健康完善的农资营销网络是服务“三农”的根本保障
3. 农资流通体系的改革成为当前农资市场改革的首要考虑因素
4. 农资营销网络的建设是农资企业生存发展的需要

#### 第2节：当前农资营销网络建设存在的主要问题

1. 可行性
2. 市场环境
3. 税收负担
4. 营销资金和资源

#### 第3节：农资营销网络建设的思路

1. 明确发展方向
2. 深入研究农资营销网络
3. 加强基础设施建设
4. 规范网络终端建设

## [b]第5章：农资连锁经营网点布局分析[/b]

### 第1节：商圈界定

### 第2节：商圈分析内容

1. 人口规划及特征分析
2. 经济状况分析
3. 竞争状况分析
4. 网点地址的可获性分析

### 第3节：选址评价参数

1. 人口分布参数
2. 人员流量参数
3. 交通运输参数
4. 场地空间参数
5. 辐射范围参数
6. 产权归属参数
7. 识别特征参数

### 第4节：分销网点布局决策思路

1. 分销网点布局的出发点
2. 网点分布的原则
3. 分销网点布局思路

## [b]第6章：农资连锁经营网络构建模式[/b]

### 第1节：农资经营网络构建的构成要素

1. 客户关系
2. 持续交易
3. 管理规范

### 第2节：农资经营网络构建

1. 网络体制
2. 网络运作
3. 网络理念
4. 市场重心
5. 网络激励

### 第3节：农资经营网络建设的模式选择

1. 为制造商销售农资产品

2. 让制造商只做供货商
3. 加入到制造商的分销网络当中

#### 第4节：农资经营网络建设内容

1. 商品选择
2. 业态构造
3. 经销关系
4. 物流配送
5. 管理制度

#### 第5节：农资经营网络建设方法

1. 合同式管理体系
2. 资本投资的内部组织体系
3. 网络收购的资本结合体系
4. 战略联盟合同体系

#### [b]第4篇：公司篇[/b]

#### [b]第1章：福建浩伦农业科技集团有限公司[/b]

##### 第1节：经营现状分析

##### 第2节：发展模式分析

#### [b]第2章：徽商集团[/b]

##### 第1节：经营现状分析

##### 第2节：发展模式分析

#### [b]第3章：江苏苏农农资连锁集团[/b]

##### 第1节：经营现状分析

##### 第2节：发展模式分析

#### [b]第4章：安徽辉隆农资集团[/b]

##### 第1节：经营现状分析

##### 第2节：发展模式分析

#### [b]第5章：四川农资集团发展[/b]

##### 第1节：经营现状分析

##### 第2节：发展模式分析

#### [b]第6章：新疆农资集团[/b]

##### 第1节：经营现状分析

##### 第2节：发展模式分析



## [b]第7章：山东省农资有限责任公司[/b]

### 第1节：经营现状分析

### 第2节：发展模式分析

## [b]第5篇：战略篇[/b]

## [b]第1章：农资连锁经营中的品牌战略[/b]

### 第1节：建立加盟连锁企业强势品牌战略分析

#### 1. 农资连锁企业与品牌宣传

#### 2. 农资连锁企业与媒体

### 第2节：农资连锁企业与品牌核心价值

### 第3节：农资连锁企业与品牌管理

#### 1. 农资连锁经营的品牌定位

#### 2. 农资连锁经营的品牌基础

#### 3. 农资连锁企业的服务与品质保证

### 第4节：农资连锁企业实施和推进品牌战略的措施

#### 1. 选准市场定位,确定战略品牌

#### 2. 运用资本经营,加快开发速度

#### 3. 利用信息网,实施组合经营

#### 4. 实施规模化,集约化经营

### 第5节：建立品牌联盟,营造整体战略优势

## [b]第2章：农资连锁的发展方向[/b]

### 第1节：全球采购

### 第2节：供应商关系

### 第3节：共同流程

### 第4节：产品定制

### 第5节：信息系统共享

### 第6节：物流合作

### 第7节：资本及更深的战略合作

## [b]第3章：农资连锁经营中的商品战略[/b]

### 第1节：农资商品定位

#### 1. 商品定位差异策略

#### 2. 定位差异策略有三种方法

### 第2节：农资商品组合

1. 商品计划

2. 商品构成

第3节：农资商品配置

[b]结论[/b]

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/4410438U45.html>