

2017-2022年中国互联网+ 农资连锁市场竞争形势分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网+农资连锁市场竞争形势分析与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/A718943QQ1.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

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。

随着互联网的普及，市场营销环境有了根本性的改变。作为一种全新的信息沟通与产品销售渠道，互联网改变了食品企业所面对的竞争环境。通过网络这个平台，信息可以迅速到达全世界；它是开拓全国甚至全球市场的一个良好的渠道；它对于提升品牌的核心竞争力，打造品牌资产，具有其他媒体不可替代的效果和作用；还可以通过网络进行客户的关系管理；可以通过网络营销实现经济效益的增值。随着互联网与农资连锁行业的进一步融合，行业发展又呈现出了哪些新的发展趋势？企业又该如何调整投资规划和市场布局呢？

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国互联网+农资连锁市场竞争形势分析与投资战略研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：传统农资连锁行业发展模式分析

1.1 不同经营主体农资连锁模式分析

1.1.1 邮政农资连锁

1.1.2 生产企业农资连锁

1.1.3 经销企业农资连锁

1.1.4 供销社系统农资连锁

1.2 不同业态农资连锁模式比较分析

1.2.1 直营连锁

- 1.2.2 加盟连锁
- 1.2.3 自由连锁
- 1.2.4 三种模式对比
- 1.3 农资连锁企业成长模式分析
 - 1.3.1 生产厂家直接做销售
 - 1.3.2 专业销售公司做连锁
 - 1.3.3 复合型连锁模式
 - 1.3.4 农资大卖场模式
- 1.4 农资连锁商业模式案例分析
 - 1.4.1 锦绣千村模式
 - 1.4.2 苏农连锁模式
 - 1.4.3 中诚国联模式
 - 1.4.4 沃润德模式
 - 1.4.5 和盛模式

第2章：互联网+背景下农资经营深度分析

- 2.1 传统农资经营面临的问题
 - 2.1.1 产业链延伸
 - 2.1.2 环节扁平化
 - 2.1.3 市场饱和
- 2.2 传统农资分销模式的痛点
 - 2.2.1 农民网购习惯培养问题
 - 2.2.2 农资行业“赊账”问题
 - 2.2.3 电商平台与分销渠道商争利问题
 - 2.2.4 物流配送问题
 - 2.2.5 技术服务问题
- 2.3 互联网对传统农资连锁行业的改造
 - 2.3.1 互联网重构行业的供应链格局
 - 2.3.2 互联网改变生产厂商营销模式
 - 2.3.3 互联网导致行业利益重新分配
 - 2.3.4 互联网改变行业未来竞争格局
- 2.4 互联网思维下的农资营销核心

2.4.1 口碑传播和粉丝经济

2.4.2 重视以快取胜

2.4.3 大数据分析

2.5 互联网+农资经营发展趋势预测

2.5.1 经营连锁化

2.5.2 服务网络化

2.5.3 品牌统一化

第3章：农资连锁电商市场规模与发展前景预测

3.1 农资连锁电商市场规模与渗透率

3.1.1 农资连锁电商总体开展情况

3.1.2 农资连锁电商交易规模分析

3.1.3 农资连锁电商渠道渗透率分析

3.2 农资连锁电商行业盈利能力分析

3.2.1 农资连锁电子商务发展有利因素

3.2.2 农资连锁电子商务发展制约因素

3.2.3 农资连锁电商行业经营成本分析

3.2.4 农资连锁电商行业盈利模式分析

3.2.5 农资连锁电商行业盈利水平分析

3.3 农资连锁电商未来前景及趋势预测

3.3.1 农资连锁电商行业市场空间测算

3.3.2 农资连锁电商市场规模预测分析

3.3.3 农资连锁电商发展趋势预测分析

第4章：农资连锁企业互联网战略体系构建及平台选择

4.1 农资连锁企业转型电商构建分析

4.1.1 农资连锁电子商务关键环节分析

(1) 产品采购与组织

(2) 电商网站建设

(3) 网站品牌建设及营销

(4) 服务及物流配送体系

(5) 网站增值服务

4.1.2 农资连锁企业电子商务网站构建

- (1) 网站域名申请
- (2) 网站运行模式
- (3) 网站开发规划
- (4) 网站需求规划

4.2 农资连锁企业转型电商发展途径

4.2.1 电商B2B发展模式

4.2.2 电商B2C发展模式

4.2.3 电商C2C发展模式

4.2.4 电商O2O发展模式

4.3 农资连锁企业转型电商平台选择分析

4.3.1 农资连锁企业电商建设模式

4.3.2 自建商城网店平台

- (1) 自建商城概况分析
- (2) 自建商城优势分析

4.3.3 借助第三方网购平台

- (1) 电商平台的优劣势
- (2) 电商平台盈利模式

4.3.4 电商服务外包模式分析

- (1) 电商服务外包的优势
- (2) 电商服务外包可行性
- (3) 电商服务外包前景

4.3.5 农资连锁企业电商平台选择策略

第5章：互联网+农资连锁创新模式案例解析

5.1 B2B2C农资综合电商平台——云农场

5.1.1 平台基本情况

5.1.2 平台发展模式

5.1.3 平台服务网络

5.1.4 平台旗下产品

5.1.5 平台经营状况

5.2 B2B2C农资分销平台——农集网

- 5.2.1 平台业务范围
- 5.2.2 平台发展模式
- 5.2.3 平台运营数据
- 5.2.4 农资分销模式
- 5.2.5 物流配送体系
- 5.3 O2O农业联盟——田田圈
- 5.3.1 平台基本情况
- 5.3.2 平台运营数据
- 5.3.3 业务与模式
- 5.4 农资电商O2O平台——新农宝
- 5.4.1 平台基本情况
- 5.4.2 平台发展模式
- 5.4.3 平台服务网络
- 5.4.4 平台经营状况
- 5.5 其他“互联网+农资”创新案例解析
- 5.5.1 农一网
- 5.5.2 农医生
- 5.5.3 蜻蜓农服
- 5.5.4 点豆网

第6章：中国农资连锁领先企业经营分析

- 6.1 中国农业生产资料集团公司
- 6.1.1 企业发展简况分析
- 6.1.2 企业经营状况分析
- 6.1.3 企业经营优势劣势分析
- 6.2 中化化肥控股有限公司
- 6.2.1 企业发展简况分析
- 6.2.2 企业经营情况分析
- 6.2.3 企业经营优势劣势分析
- 6.3 浙江农资集团有限公司
- 6.3.1 企业发展简况分析
- 6.3.2 企业经营状况分析

- 6.3.3企业经营优势劣势分析
- 6.4 安徽辉隆农资集团股份有限公司
 - 6.4.1 企业发展简况分析
 - 6.4.2 企业经营情况分析
 - 6.4.3企业经营优势劣势分析
- 6.5 黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司
 - 6.5.1 企业发展简况分析
 - 6.5.2 企业经营状况分析
 - 6.5.3企业经营优势劣势分析
- 6.6 四川省农业生产资料集团有限公司
 - 6.6.1 企业发展简况分析
 - 6.6.2 企业经营状况分析
 - 6.6.3企业经营优势劣势分析
- 6.7 山东省农业生产资料有限责任公司
 - 6.7.1 企业发展简况分析
 - 6.7.2 企业经营状况分析
 - 6.7.3企业经营优势劣势分析
- 6.8 庆丰农业生产资料集团有限责任公司
 - 6.8.1 企业发展简况分析
 - 6.8.2 企业经营状况分析
 - 6.8.3企业经营优势劣势分析
- 6.9 江苏苏农农资连锁集团股份有限公司
 - 6.9.1 企业发展简况分析
 - 6.9.2 企业经营状况分析
 - 6.9.3企业经营优势劣势分析
- 6.10 新疆农资（集团）有限责任公司
 - 6.10.1 企业发展简况分析
 - 6.10.2 企业经营状况分析
 - 6.10.3企业经营优势劣势分析
- 6.11 吉峰农机连锁股份有限公司
 - 6.11.1 企业发展简况分析
 - 6.11.2 企业经营情况分析

6.11.3企业经营优势劣势分析

6.12 河北省农业生产资料有限公司

6.12.1 企业发展简况分析

6.12.2 企业经营状况分析

6.12.3企业经营优势劣势分析

6.13 广东天禾农资股份有限公司

6.13.1 企业发展简况分析

6.13.2 企业经营状况分析

6.13.3企业经营优势劣势分析

6.14 烟台市农业生产资料总公司

6.14.1 企业发展简况分析

6.14.2 企业经营状况分析

6.14.3企业经营优势劣势分析

6.15 湖北省农业生产资料集团有限公司

6.15.1 企业发展简况分析

6.15.2 企业经营状况分析

6.15.3企业经营优势劣势分析

第7章：中国农资连锁行业投资规划分析

7.1 中国农资连锁行业投资特性

7.1.1 行业投资成本分析

7.1.2 行业进入壁垒分析

7.1.3 行业盈利模式分析

7.1.4 农资连锁模式成功的关键因素

7.2 中国农资连锁行业投资机会

7.2.1 产业链投资机会

7.2.2 细分产品投资机会

7.2.3 重点区域投资机会

7.2.4 农资电商投资机遇

7.3 农资连锁企业电子商务市场投资要素

7.3.1 企业自身发展阶段的认知分析

7.3.2 企业开展电子商务目标的确定

- 7.3.3 企业电子商务发展的认知确定
- 7.3.4 企业转型电子商务的困境分析
- 7.4 农资连锁企业转型电商物流投资分析
 - 7.4.1 农资连锁企业电商自建物流分析
 - (1) 电商自建物流的优势分析
 - (2) 电商自建物流的负面影响
 - 7.4.2 农资连锁企业电商外包物流分析
 - (1) 快递业务量完成情况
 - (2) 快递业务的收入情况
 - (3) 快递业竞争格局分析

第8章 电商行业发展分析

- 8.1 电子商务发展分析
 - 8.1.1 电子商务定义及发展模式分析
 - 8.1.2 中国电子商务行业政策现状
 - 8.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状
- 8.2 “互联网+”的相关概述
 - 8.2.1 “互联网+”的提出
 - 8.2.2 “互联网+”的内涵
 - 8.2.3 “互联网+”的发展
 - 8.2.4 “互联网+”的评价
 - 8.2.5 “互联网+”的趋势
- 8.3 电商市场现状及建设情况
 - 8.3.1 电商总体开展情况
 - 8.3.2 电商案例分析
 - 8.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）
- 8.4 电商行业未来前景及趋势预测
 - 8.4.1 电商市场规模预测分析
 - 8.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：邮政发展农资经营业务的历程简析

图表2：邮政农资连锁分销配送服务的特征

图表3：邮政农资连锁发展障碍简析

图表4：邮政农资连锁发展策略简析

图表5：邮政农资连锁发展趋势简析

图表6：生产企业农资连锁发展障碍简析

图表7：2015年规模以上农资生产企业数量（单位：家）

图表8：生产企业农资连锁发展趋势简析

图表9：经销企业农资连锁类型

图表10：经销企业农资连锁发展障碍简析

图表11：经销企业农资连锁发展趋势简析

图表12：供销社系统农资连锁发展障碍简析

图表13：直营连锁简介

图表14：直营连锁的优势劣势分析

图表15：加盟连锁的优势劣势分析

图表16：中国农资加盟连锁模式案例简析

图表17：自由连锁的优势劣势分析

图表18：三种农资连锁模式对比分析

图表19：生产厂家直接做销售模式

图表20：专业销售公司成长模式

图表21：锦绣千村模式简况

图表22：锦绣千村盈利模式

图表23：锦绣千村模式优势劣势分析

图表24：苏农连锁模式简况

图表25：苏农连锁模式优势劣势分析

图表26：中诚国联模式优势劣势分析

图表27：沃润德模式简况

图表28：沃润德模式“四大创新”分析

图表29：沃润德模式“三大优势”分析

图表30：沃润德营销模式的发展阶段简析

图表31：和盛模式标准化流程实施安排

图表32：和盛“三农”服务网简介

图表33：和盛模式横向串联农民需求的体现

图表34：中国农业生产资料集团公司基本信息表

图表35：2013-2015年中国农业生产资料集团公司主要经济指标（单位：亿元，万吨）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/A718943OQ1.html>