

中国互联网+农资连锁发展模式与投资规划分析报告2023-2029年

产品名称	中国互联网+农资连锁发展模式与投资规划分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国互联网+农资连锁发展模式与投资规划分析报告2023-2029年.....[报告编号] 372506[出版日期] 2023年6月[出版机构] 中研华泰研究院 [报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [交付方式] EMIL电子版或特快专递 [联系人员] 刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 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 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：中国农资连锁重点企业经营分析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 企业经营规模分析6.1.3 企业产品体系分析6.1.4 企业网点数量分析6.1.5 企业网点区域分布6.1.6 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 企业经营规模分析6.2.3 企业产品体系分析6.2.4 企业网点数量分析6.2.5 企业网点区域分布6.2.6 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 企业经营规模分析6.3.3 企业产品体系分析6.3.4 企业网点数量分析6.3.5 企业网点区域分布6.3.6 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 企业经营规模分析6.4.3 企业产品体系分析6.4.4 企业网点数量分析6.4.5 企业网点区域分布6.4.6 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 企业经营规模分析6.5.3 企业产品体系分析6.5.4 企业网点数量分析6.5.5 企业网点区域分布6.5.6 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 企业经营规模分析6.6.3 企业产品体系分析6.6.4 企业网点数量分析6.6.5 企业网点区域分布6.6.6 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 企业经营规模分析6.7.3 企业产品体系分析6.7.4 企业网点数量分析6.7.5 企业网点区域分布6.7.6 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 企业经营规模分析6.8.3 企业产品体系分析6.8.4 企业网点数量分析6.8.5 企业网点区域分布6.8.6 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 企业经营规模分析6.9.3 企业产品体系分析6.9.4 企业网点数量分析6.9.5 企业网点区域分布6.9.6 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 企业经营规模分析6.10.3 企业产品体系分析6.10.4 企业网点数量分析6.10.5 企业网点区域分布6.10.6 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

部分图表目录：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7：2020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：销售公司成长模式