



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国农资连锁经营发展现状、问题及对策研究（2007）

一、调研说明

《中国农资连锁经营发展现状、问题及对策研究（2007）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/46250.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

【 目录 】

绪言

第1章：关于农资连锁经营

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

第1篇：发展篇

第1章：中国农资连锁经营发展分析

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

第2章：农资连锁经营的优势分析

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

第2篇：对策篇

第1章：中国农资连锁经营发展存在的问题及成因

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

第2章：农资连锁经营风险研究

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

第3章：中国农资连锁发展对策

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

第3篇：运营篇

第1章：农资连锁经营业态选择与管理控制

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

第2章：农资连锁配送中心的模式选择与管理

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

第3章：农资连锁经营与农技服务

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

第4章：我国农资连锁体系建设研究

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

第5章：农资连锁经营网点布局分析

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

第6章：农资连锁经营网络构建模式

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

第4篇：公司篇

第1章：福建浩伦农业科技集团有限公司

- 第1节：经营现状分析
- 第2节：发展模式分析

第2章：徽商集团

- 第1节：经营现状分析
- 第2节：发展模式分析

第3章：江苏苏农农资连锁集团

- 第1节：经营现状分析
- 第2节：发展模式分析

第4章：安徽辉隆农资集团

第1节：经营现状分析

第2节：发展模式分析

第5章：四川农资集团发展

第1节：经营现状分析

第2节：发展模式分析

第6章：新疆农资集团

第1节：经营现状分析

第2节：发展模式分析

第7章：山东省农资有限责任公司

第1节：经营现状分析

第2节：发展模式分析

第5篇：战略篇

第1章：农资连锁经营中的品牌战略

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

第2章：农资连锁的发展方向

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

第3章：农资连锁经营中的商品战略

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

结论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46250.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。