

2024-2030年中国互联网+农资连锁行业发展运行 现状及投资策略研究报告

报告大纲

华经情报网

www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国互联网+农资连锁行业发展运行现状及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/chain/945679.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

《2024-2030年中国互联网+农资连锁行业发展运行现状及投资策略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对互联网+农资连锁行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合互联网+农资连锁行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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家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。

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
- 6.2 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 企业产品体系分析
- 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
- 6.4 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 企业产品体系分析
- 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
- 6.6 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

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

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7：2023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

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/chain/945679.html>