

# 2008-2009年中国农资连锁市场分析及战略研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2009年中国农资连锁市场分析及战略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyehongzi/2996129961.html>

报告价格：电子版: 10500元 纸介版：11000元 电子和纸介版: 11500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 报告摘要

中国农资连锁在摸索中前进，农村市场体系建设“十一五”规划》的出台也为农资连锁的发展带来新的契机。根据农资市场发展趋势，《规划》提出，到2010年培育10家年销售额在100亿元以上的大型农资流通经营企业，进一步提高农资企业的经营规模和市场竞争力。农资连锁经营作为实现规模经济效益的一种现代商品流通方式，必将成为农资零售的主渠道，并将发挥更大的威力。随着中国农资流通市场化进程的不断加快，必然有更多的经济成分来争抢诱人的农资大蛋糕（我国农资年销售额在1万亿元左右）。

在政府对农资流通领域宽松的政策环境下，生产企业、流通企业和中国邮政构成了中国农资连锁行业的三大经营主体。2000年自金色谷开始，从中农到中化，再到各省的苏农、邦力达、辉隆、倍丰、惠多利，以及生产企业发起的红太阳、德地得，以及福建浩伦、陕西亨通等，他们一起唱响了农资连锁的大合唱。据统计，截至2008年6月，我国开展农资连锁的各类企业已达1000家以上，连锁门店至少超过5万个。然而，就目前来看，由于我国农资流通领域的传统渠道仍在发挥作用以及农资的特殊性，真正能够做到既把连锁经营模式在农资领域运作成功的企业尚不多，将农资网络联合起来，又能使网络有效地联动起来的为数还不是很多，对于农资连锁经营到底该如何进行，在理论方面和实践层面都缺乏过硬的证明。

本报告从农资连锁行业的发展环境（包括全球环境、中国经济环境、社会环境、政策环境、产业环境等）多方面、多角度地了农资连锁市场发展现状、趋势及前景。特别地，我们考虑到中国农业发展的地区差异性，细分地区市场、细分市场主体进行了讨论。我们还对有代表性的本土竞争主体分别进行了微观层面。在以上基础之上，我们提供了独家研究成果及战略建议。同市面上其他产品相比，我们突出的地方是内容的全面性、逻辑思路的严谨性和成果表现的直观性。

### 报告目录

#### 第一章 本报告的研究概述

##### 第一节 研究背景

###### 一、行业背景

###### 二、市场背景

###### 1. 市场特点

###### 2. 市场投融资热点

###### 三、地质战略背景

###### 1. 地质条件

###### 2. 地质战略

###### 四、政策背景

###### 1. 政策背景解读

## 2. 政策变化趋势

### 第二节 研究内容

#### 一、内容

#### 二、要点

#### 三、数据来源

### 第三节 研究方法

#### 一、方法特征

#### 二、应用指标

#### 三、应用原理

### 第四节 研究结论

#### 一、发展环境

#### 二、商业模式

#### 三、区域扩张

#### 四、经营策略

#### 五、消费特征

#### 六、行业热点

#### 七、竞争格局

#### 八、机会风险

## 第二章 农资连锁的定义及行业优势

### 第一节 农用物资

#### 一、农用物资的定义

#### 二、农用物资的需求特征

#### 三、农业生产水平的发展扩大了农用物资的概念

### 第二节 关于连锁经营模式

#### 一、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

#### 二、连锁经营的基本特征

### 第三节 农资连锁的含义及行业特性

#### 一、农资连锁的含义

#### 二、农资连锁的行业特性

##### 1. 农资流通业是投入大、利润小的行业

##### 2. 直接服务于低收入群体农民

##### 3. 关系营销很重要

4. 对农资用品的品质要求非常高

5. 稳定的、具有竞争优势的货源是开展农资连锁经营的基本条件

6. 农资商品销售季节性强

#### 第四节 农资连锁模式的优势

一、 有助于增强社会认知

二、 利于生产与市场的对接，减少流通环节

三、 利于控制渠道、保证产品质量

四、 实现规模经济效益的一种现代商品流通方式

### 第三章 中国农资连锁的发展环境

#### 第一节 中国农资连锁政策环境

一、 农业地位重要，农资市场需求巨大

二、 农村市场体系建设“十一五”规划

三、 农业部出台政策引导和推动农产品和农资连锁经营

四、 三部门联合发布《关于推进农资连锁经营发展的意见》

五、 商务部开展“万村千乡市场工程”建设

六、 各地政府财政加大对农资连锁的支持力度

#### 第二节 中国农资连锁行业经济环境

一、 2008年中国经济增长趋缓，政府出台十项刺激措施

二、 2004-2008年中国农村居民收支增长

三、 服务领域全面对外开放

四、 油价上涨、CPI指数上涨带动全面物价上涨

五、 2005-2008年中国农业经济发展状况

#### 第三节 中国农资连锁行业社会环境

一、 政府强力推进新农村建设

二、 农民增产增收成为农村发展的重中之重

三、 农民深受假冒伪劣农资伤害

四、 农资价格上升打压农民积极性，政府强力调控价格

五、 农村环境污染问题严重

#### 第四节 中国农资连锁行业资本市场环境

一、 政府加大农资领域的补贴

二、 2008年全球资本市场引领下，中国证券市场一泻千里

三、 2006-2008年中国VC/PE在农业领域的投资状况

四、 政府着力解决中小企业融资困难问题

五、 农村金融基本处于拓荒阶段

六、 金融机构加强对农业的信贷支持

## 第五节 中国农资连锁行业发展的产业环境

### 一、2004-2008年中国农药产业的发展情况

1. 农药行业高风险、高投入和周期长的特点
2. 农业产业进入退出壁垒进一步提高
3. 农药产量逐年递增，行业迎来高速增长期
4. 2005-2008年农药业经济运行规模及效益
5. 农药产品的流通体制现状及趋势
6. 2009-2012年中国农药市场预测

### 二、2004-2008年中国化肥产业的发展情况

### 三、2004-2008年中国种子产业的发展情况

### 四、2004-2008年中国农膜产业的发展情况

### 五、2004-2008年中国农机产业的发展情况

### 六、总结：农资连锁发展的产业环境

## 第四章 中国农资连锁行业现状及发展趋势

### 第一节 中国农资连锁市场发展现状

- 一、中国农资流通业态的改革变化
- 二、中国农资连锁市场的发展概述
- 三、2005-2012年中国农资市场规模预测
- 四、2005-2012年中国农资连锁市场规模预测
- 五、连锁业态成为农资市场上的生力军
- 六、农资连锁的划时代意义

### 第二节 中国农资连锁市场发展特征

- 一、农资连锁蓬勃发展
- 二、政府积极推动和规范农资连锁
- 三、产业资本介入农资连锁
- 四、国内农资连锁企业的经营模式尚在探索之中
- 五、农资连锁配送理论还处于探索阶段
- 六、三大因素困扰农资连锁网络建设

#### 1. 资金问题

#### 2. 资源问题

#### 3. 加盟体系的忠诚度与稳定性

### 第三节 中国农资连锁市场中存在的主要问题

- 一、连锁经营业态常常伴临的两个瓶颈问
- 二、对农资连锁经营存在误区，忽视了农资市场的特殊性
- 三、管理水平和人员素质不高，对加盟店的控制力不够

四、国家对农资连锁的扶持资金少，有些优惠政策落实不到位

五、农民对产品质量识别的能力较差

六、缺乏合理的行业布局规划，行业存在过度竞争

七、经营主体良莠不齐，假冒伪劣农资产品横行

八、地方行政保护严重制约了连锁配送体系的充分扩张

九、市场监管中存在多头管理和重复检查

#### 第四节 中国农资连锁行业竞争格局演变

一、竞争格局概述

二、竞争主体

三、区域分布特征

四、竞争行为

五、竞争格局演变趋势

#### 第五节 中国农资连锁行业发展趋势分

一、农资连锁体制不断完善、机制不断活化

二、农资连锁业态份额不断扩大、实力不断增强

三、塑造连锁服务品牌已经成为连锁经营者倾力的焦点

四、注重质量信息服务和农化技术服务

### 第五章 中国农资连锁细分市场现状与发展趋势

#### 第一节 概述

#### 第二节 邮政农资

一、经营主体

二、2005-2008年邮政农资连锁发展概述

三、2005-2008年邮政农资连锁行业发展规模

四、邮政农资连锁店的共同特征

1. 农资连锁店都是由加盟构成

2. 统一标准挂牌经营

3. 邮政保证质量、统一标价

五、2005-2008年邮政农资连锁的市场竞争

六、邮政农资连锁行业发展中存在的主要问题

1. 定位太高，市场调查不够

2. 连锁建立时间短，品种少，配送率不高

3. 农业技术力量不足

4. 基层管理力量薄弱

5. 灵活性和主动性不足

七、邮政农资连锁的市场竞争力（SWOT）

## 八、 给出的发展建议

### 第三节 生产企业农资连锁

#### 一、 经营主体

#### 二、 2005-2008年生产企业农资连锁发展概述

#### 三、 2005-2008年生产企业农资连锁行业发展规模

#### 四、 生产企业农资连锁店的特质——以直营为主

#### 五、 2005-2008年生产企业农资连锁的市场竞争

#### 六、 生产企业农资连锁行业发展中存在的主要问题

##### 1. 企业资金缺口大影响连锁体系推进

##### 2. 直销人员经验不足

##### 3. 服务意识不足、经营理念不先进

##### 4. 布局“有线无面”，缺乏对一个区域的辐射

##### 5. 产品组合难度大

#### 七、 生产企业农资连锁的市场竞争力（SWOT）

## 八、 给出的发展建议

### 第四节 流通企业商农资连锁

#### 一、 经营主体

#### 二、 2005-2008年流通企业农资连锁发展概述

#### 三、 2005-2008年流通企业农资连锁行业发展规模

#### 四、 2005-2008年流通企业农资连锁的市场竞争

#### 五、 流通企业农资连锁店的特质——用合同控制终端

#### 六、 流通企业农资连锁行业发展中存在的主要问题

#### 七、 流通企业农资连锁的市场竞争力（SWOT）

## 八、 给出的发展建议

### 第五节 中华全国供销合作总社系统

#### 一、 经营主体

#### 二、 2005-2008年农资连锁发展概述

#### 三、 2005-2008年农资连锁行业发展规模

#### 四、 2005-2008年农资连锁的市场竞争

#### 五、 农资连锁店的特质——政府行为

#### 六、 农资连锁行业发展中存在的主要问题

#### 七、 农资连锁的市场竞争力（SWOT）

## 八、 给出的发展建议

### 第六节 对比与总结

## 第六章 中国农资连锁区域市场现状与发展趋势

## 第一节 华北地区

- 一、发展环境
- 二、市场发展概述
- 三、2005-2012年地区市场规模统计及预测
- 四、发展特征及存在的主要问题
- 五、华北市场发展趋势
- 六、华北市场发展前景
- 七、建议

## 第二节 东北地区

## 第三节 华东地区

## 第四节 华中地区

## 第五节 西部地区

## 第六节 华南地区

## 第七节 地区对比与总结

## 第七章 中国农资连锁企业主体竞争力

### 第一节 金色谷

- 一、公司概况
- 二、2005-2008年公司营业规模
- 三、经营模式
- 四、2005-2008年公司经营效益
- 五、市场运作策略4P
- 六、发展战略
- 七、资本运作
- 八、市场竞争力（SWOT）
- 九、战略建议

### 第二节 中农

### 第三节 中化化肥

### 第四节 辉隆

### 第五节 惠多利

### 第六节 红太阳

### 第七节 德地得

### 第八节 亨通

## 第八章 中国农资连锁市场消费者需求特征及趋势

### 第一节 中国农资连锁市场消费者需求变量

- 一、人口统计变量

二、地理变量

三、心理变量

四、行为变量

第二节 中国农资连锁市场消费者需求特征

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第九章 中国农资连锁市场机会与风险

第一节 中国农资连锁市场投资机会

第二节 中国农资连锁市场投资风险

一、资金链风险

二、市场风险

三、政策风险

四、区域风险

五、品牌风险

六、管理风险

第十章 中国农资连锁市场研究成果及战略建议

第一节 中国农资连锁市场研究成果

第二节 中国农资连锁市场战略建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyehongzi/2996129961.html>