

2018-2023年中国农超对接模式行业市场现状规模分析及投资前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国农超对接模式行业市场现状规模分析及投资前景趋势研究报告》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/baihuo/301670301670.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、农超对接模式“农超对接”主要模式

1. “超市+ 合作社+ 农户”模式。

这种模式在当前农超对接中，大型超市采取的较多。

通过和合作社合作对接，可以建立农产品直接采购基地，超市派遣自己的技术员、管理员到合作社、农户中，指导其科学化生产和管理。在这过程中，合作社起到连接超市和农户的纽带作用。

“超市+ 合作社+ 农户”模式优点: 成本低，便于组织与操作。

“超市+ 合作社+ 农户”模式缺点: 需要依赖第三方物流。

图：中国冷库分布区域性不均（各地区容量占比）

图：2010-2017年中国冷库容量

2. “超市+ 龙头企业+ 农户”模式。

这种模式用龙头企业替代了合作社，龙头企业在其中承担了中介型农产品公司的角色，传统意义上的合作社没有配送中心，采用第三方物流增加了运输成本。龙头企业承担采购、配送、包装等功能。

“超市+ 龙头企业+ 农户”模式优点: 合作稳定，解决物流问题。

“超市+ 龙头企业+ 农户”模式缺点: 企业参与利润分配增加超市成本。

3. “超市+ 基地+ 农户”模式。

这种模式主要针对大型超市的农超对接，超市在农产品生产集中地区建立生产基地，直接供应农产品，超市直接和农户对接，自己负责物流、参与基地管理。

“超市+ 基地+ 农户”模式优点: 便于管理。

“超市+ 基地+ 农户”模式缺点: 投入大, 组织管理难度大大。

二、完善和提高农超对接绩效水平的建议

1. 加大政策扶持力度并拓展扶持力度。

想要提高运作绩效, 政府的政策资金支持和市场化必不可少。首先, 安排充足的资金来建立生鲜农产品仓储设施, 促进该地区的设施水平发展; 然后, 为了农业合作社能快速有效的发展, 拓宽融资渠道, 重点支持农超对接的信贷项目, 这样可以进一步完善对农产品基础设施项目的建设; 再次, 要注重人才的培养, 加强地区间的交流与合作; 最后, 完善组织体系, 加强建设发展, 促进农业合作社的进步。kkk2. 完善利益分配, 创新对接模式, 增强参与意识。

第一, 减少甚至取消农产品进超市的上架费用, 可以降低农产品进入中高端市场的门槛, 拓宽农产品的销售渠道。

所以达成合理的利益分配机制非常重要, 双方通过寻找一致的价值目标, 可以加强双方的合作, 从而“利益共享、风险共担”。

第二, 引入农业高校学者的研究成果运用到实际农业生产中, 专家学者直接对农户进行培训, 农户水平上升, 农产品更加的标准化和规范化, 农产品水平更符合超市的产品质量的要求, 使得双方的合作更加的顺利。

3. 引导消费者的需求和农户生产导向的对接。

农超对接这个新兴的模式对普通消费者来说还比较陌生, 提高消费者对农超对接的认识, 了解最新的生鲜农产品信息, 表达自己的需求, 农户在前期的生产上进行改进和创新, 这样才能提高农业的整体发展。

4. 提高市场的质量监控覆盖率和市场灵敏度。

首先, 许多中小城市的超市的质量监控体系处于不完善的阶段, 对农产品的管理不够规范, 虽然有质量标准, 但是没有进行过有效的监督和管理, 所以产品的农药使用量超标的问题依然存在, 只有确实加强监督和管理, 按照质量标准来控制农产品供应, 才能提高市场的质量监控覆盖率和市场灵敏度。

5. 加强信息建设，疏通对接渠道。

虽然网络让信息传递变得快速而高效，但是农超对接的信息化建设还是非常的落后，超市与农业合作社之间的信息共享程度低。要改变这一现状，需要做到以下几点。

第一，举办农产品展销会，有效的推荐该地区的优势农产品，鼓励农户和农业合作社参加，寻找大型超市参与进来，给与足够的环境建设来支持双方开展合作。

第二，搭建信息网络平台，运用媒体的力量，全面整合农超对接信息，建立农产品电子商务交易网站，类似滴滴打车形式的交易平台，降低整体的交易成本和交易费用。

6. 大力提高农民专业合作社的综合实力，实施品牌战略。

首先，要加大对农产品品牌的建设，寻找具有地方特色和地方文化的农产品，注册商标，对品牌进行统筹规划和管理，加强品牌的宣传和推广，提高对品牌的保护意识。然后，通过和超市的合作来加强品牌的推广，先让本地人熟悉起来，提高本地的市场占有率，然后进行区域扩张，提高收益。

7. 提升物流水平，强化基础设施建设

提升地区的物流园区建设，对园区内部的物流基础设施进行完善，购入运输配送专用车辆、建设冷冻、冷藏、保鲜保温的专业设施；对城市地区的道路，桥梁等基础设施进行巩固和完善；发展第三方物流企业，鼓励农超对接的农产品配送由第三方物流企业完成，加强供应链之间的合作。

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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】

第一章 2016-2017年中国农超对接行业发展概述

第一节 2016-2017年农超对接行业发展情况概述

- 一、农超对接行业相关定义
- 二、农超对接行业基本情况介绍
- 三、2016-2017年农超对接行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国农超对接行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、农超对接行业产业链条分析
- 三、2016-2017年中国农超对接行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 2016-2017年中国农超对接行业生命周期分析

- 一、农超对接行业生命周期理论概述
- 二、2017年农超对接行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年农超对接行业经济指标分析

- 一、2016-2017年农超对接行业的赢利性分析
- 二、2016-2017年农超对接行业的经济周期分析
- 三、农超对接行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年中国农超对接行业进入壁垒分析

- 一、农超对接行业技术壁垒分析
- 二、农超对接行业规模壁垒分析
- 三、农超对接行业品牌壁垒分析
- 四、农超对接行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球农超对接行业市场发展现状分析

第一节 全球农超对接行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球农超对接行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲农超对接行业地区市场分析

- 一、2016-2017年亚洲农超对接行业市场现状分析
- 二、2016-2017年亚洲农超对接行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年亚洲农超对接行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲农超对接发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美农超对接行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美农超对接行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美农超对接行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年北美农超对接行业市场前景分析
- 四、2018-2023年北美农超对接行业发展趋势分析

第三章 2016-2017年中国农超对接产业发展环境分析

第一节 2016-2017年我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 2016-2017年中国农超对接行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国农超对接产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国农超对接产业运行情况

第一节 中国农超对接行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国农超对接行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国农超对接行业供应情况分析

- 一、行业生产企业分析
- 二、2015-2017年中国农超对接行业产能情况分析

三、2015-2017年中国农超对接行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国农超对接行业需求情况分析

一、2015-2017年中国农超对接行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国农超对接行业行业需求区域分布

第四节 2018-2023年中国农超对接行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国农超对接市场格局分析

第一节 2016-2017年中国农超对接行业竞争现状分析

一、中国农超对接行业竞争情况分析

二、中国农超对接行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国农超对接行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国农超对接行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国农超对接行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国农超对接行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章 2016-2017年中国农超对接市场价格走势分析

第一节 2016-2017年农超对接行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国农超对接行业价格现状分析

一、2016-2017年农超对接行业平均价格走势回顾分析

二、2018年农超对接行业平均价格走势预测

第三节 2018-2023年中国农超对接行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国农超对接行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国农超对接行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国农超对接行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国农超对接行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区农超对接市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区农超对接市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、2015-2017年华中地区农超对接市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、2015-2017年华南地区农超对接市场规模分析

第八章 2016-2017年中国农超对接行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国农超对接行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 2016-2017年中国农超对接行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国农超对接行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国农超对接所属行业数据监测

第一节 中国农超对接所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国农超对接所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国*所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国农超对接行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业6

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业7

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业8

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业9

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十节 企业10

- 一、企业概况
 - 二、主营产品
 - 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章2018-2023年中国农超对接行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国农超对接行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国农超对接行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国农超对接行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国农超对接行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国农超对接行业市场发展预测

- 一、2018-2023年中国农超对接行业市场规模预测
- 二、2018-2023年中国农超对接行业市场规模增速预测
- 三、2018-2023年中国农超对接行业产值规模预测
- 四、2018-2023年中国农超对接行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国农超对接行业盈利走势预测

- 一、2018-2023年中国农超对接行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2023年中国农超对接行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2023年中国农超对接行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2023年农超对接行业投资风险分析

- 一、2018-2023年农超对接行业政策风险分析

二、2018-2023年农超对接行业技术风险分析

三、2018-2023年农超对接行业竞争风险分析

四、2018-2023年农超对接行业其他风险分析

第二节 2018-2023年农超对接行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2023年农超对接行业经营模式

二、2018-2023年农超对接行业生产模式

三、2018-2023年农超对接行业销售模式

第三节 2018-2023年农超对接行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2023年中国农超对接行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国农超对接行业品牌战略分析

一、农超对接企业品牌的重要性

二、农超对接企业实施品牌战略的意义

三、农超对接企业品牌的现状分析

四、农超对接企业的品牌战略

五、农超对接品牌战略管理的策略

第二节 2018-2023年中国农超对接行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2023年中国农超对接行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2023年中国农超对接行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国农超对接行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2023年中国农超对接行业营销渠道策略

- 一、2018-2023年农超对接行业营销模式
- 二、2018-2023年农超对接行业营销策略

第三节2018-2023年中国农超对接行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2023年中国农超对接行业投资区域分析
- 二、2018-2023年中国农超对接行业投资产品分析

图表详见正文

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/301670301670.html>