

2018年中国农产品物流行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

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年中国农产品物流行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/wuliu/342587342587.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

农产品是农产品物流的主要销售对象，由于产品本身的特性，极易出现损害和腐蚀，且造成损失较为严重。因此，为保证农产品物流顺利完成，农产品价值得以实现，必须不断完善加工、运输、配送等物流环节的基础设施建设，加大新科技、新技术的投入和应用。长远来看，农产品冷链物流市场的需求和发展空间非常大。

2017年，我国生鲜产品(肉类、水产品、禽蛋、牛奶、蔬菜、水果)规模超过13亿吨，达到13.28亿吨，对于冷链物流的需求相当旺盛。但由于种种原因，我国农产品冷链物流发展仍难以满足庞大的需求。

我国物流行业起步较晚，对于农产品的物流认识存在不足，导致农产品物流在整个物流领域中比重不大。2017年我国农产品物流总额达到4万亿元，而同期社会物流总额达到25.28万亿元，占比仅有1.58%，还有很大提升空间。

中国生鲜电商市场发展迅速，平均每年保持80%以上的增长率。占农产品零售总额的比例仅3.4%。未来仍有较大空间。预计2018年，中国生鲜电商市场交易规模将突破1500亿元，渗透率达7%。

2013-2017年我国生鲜电商交易规模

数据来源：观研天下数据中心整理

我国农产品冷链物流的发展情况目前虽然不容乐观，从国家的宏观政策、人才的培养、软硬件开放、企业管理、资金投入等方面都存在一定的不足之处，但是从长远来看，近几年，冷链政策环境利好，冷链标准不断完善、冷链市场的需求量也稳定增长，冷链基本设备科学增加，整体强度有所提高。同时借助资本的力量、人才的培养加上互联网的(东风，相信农产品冷链物流作为一个新的经营模式一定具有非常大的潜力，是未来农产品销售和物流行业的新星。

根据目前我国农产品冷链物流行业现状，未来将呈现以下趋势：

第一，技术革新助力冷链物流标准落地。制冷、食品速冻、冷库自动化、包装等技术发展助力冷链服务质量和效率提升。互联网的应用倒逼冷链物流标准落地，生鲜电商的竞争使得冷链服务标准越来越透明化、标准化，移动二维码等的应用使得标准动态监控成为可能

第二，冷链物流的服务形态将更加多元化。围绕传统冷链业务(如冷链干线运输、冷库、冷链宅配等)展开的服务，如冷链包装产业、冷链认证服务(产品溯源、供应商等级评定)、生鲜产品交易中心建设、IT技术企业(温度、湿度等全程质量监控)等全产业链构建正在形成。

第三，信息化技术投入加大。目前，我国冷链物流公司多数还处于粗放管理阶段，冷链需求不能得到随时满足，冷链资源无法得到充分利用，冷链运作成本高，效率低。要想实现降本增效，实现自动化、智能化，技术投入不可或缺。

第四，冷链网络体系趋于完善。冷链运输体系包括一个非常大的数据网与支线体系、冷库体系、领域+城区网、宅送网四个地网，利用数据网，把其他四个地网联系起来，让他们可以随时沟通，形成一个整体的体系，意义重大。(ZPP) 观研天下发布的《2018年中国农产品物流行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国农产品物流行业发展概述

第一节 农产品物流行业发展情况概述

- 一、农产品物流行业相关定义
- 二、农产品物流行业基本情况介绍
- 三、农产品物流行业发展特点分析

第二节 中国农产品物流行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、农产品物流行业产业链条分析
- 三、中国农产品物流行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国农产品物流行业生命周期分析

- 一、农产品物流行业生命周期理论概述
- 二、农产品物流行业所属的生命周期分析

第四节 农产品物流行业经济指标分析

- 一、农产品物流行业的赢利性分析
- 二、农产品物流行业的经济周期分析
- 三、农产品物流行业附加值的提升空间分析

第五节 中国农产品物流行业进入壁垒分析

- 一、农产品物流行业资金壁垒分析
- 二、农产品物流行业技术壁垒分析
- 三、农产品物流行业人才壁垒分析
- 四、农产品物流行业品牌壁垒分析
- 五、农产品物流行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球农产品物流行业市场发展现状分析

第一节 全球农产品物流行业发展历程回顾

第二节 全球农产品物流行业市场区域分布情况

第三节 亚洲农产品物流行业地区市场分析

- 一、亚洲农产品物流行业市场现状分析
- 二、亚洲农产品物流行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲农产品物流行业市场前景分析

第四节 北美农产品物流行业地区市场分析

- 一、北美农产品物流行业市场现状分析
- 二、北美农产品物流行业市场规模与市场需求分析

三、北美农产品物流行业市场前景分析

第五节 欧盟农产品物流行业地区市场分析

一、欧盟农产品物流行业市场现状分析

二、欧盟农产品物流行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟农产品物流行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界农产品物流行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球农产品物流行业市场规模预测

第三章 中国农产品物流产业发展环境分析

第一节 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、全社会消费品农产品物流总额

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 中国农产品物流行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国农产品物流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 中国农产品物流行业运行情况

第一节 中国农产品物流行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国农产品物流行业市场规模分析

第三节 中国农产品物流行业供应情况分析

第四节 中国农产品物流行业需求情况分析

第五节 中国农产品物流行业供需平衡分析

第六节 中国农产品物流行业发展趋势分析

第五章 中国农产品物流所属行业运行数据监测

第一节 中国农产品物流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 中国农产品物流所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国农产品物流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

第六章 2016-2018年中国农产品物流市场格局分析

第一节 中国农产品物流行业竞争现状分析

一、中国农产品物流行业竞争情况分析

二、中国农产品物流行业主要品牌分析

第二节 中国农产品物流行业集中度分析

一、中国农产品物流行业市场集中度分析

二、中国农产品物流行业企业集中度分析

第三节 中国农产品物流行业存在的问题

第四节 中国农产品物流行业解决问题的策略分析

第五节 中国农产品物流行业竞争力分析

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

第七章 2016-2018年中国农产品物流行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国农产品物流行业消费特点

第二节 中国农产品物流行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 农产品物流行业成本分析

第四节 农产品物流行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国农产品物流行业价格现状分析

第六节 中国农产品物流行业平均价格走势预测

一、中国农产品物流行业价格影响因素

二、中国农产品物流行业平均价格走势预测

三、中国农产品物流行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国农产品物流行业区域市场现状分析

第一节 中国农产品物流行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区农产品物流市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区农产品物流市场规模分析

四、华东地区农产品物流市场规模预测

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、华中地区农产品物流市场规模分析

四、华中地区农产品物流市场规模预测

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、华南地区农产品物流市场规模分析

第九章 2016-2018年中国农产品物流行业竞争情况

第一节 中国农产品物流行业竞争结构分析（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 中国农产品物流行业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 中国农产品物流行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 农产品物流行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 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

- 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

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

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

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 2018-2024年中国农产品物流行业发展前景分析与预测

第一节 中国农产品物流行业未来发展前景分析

一、农产品物流行业国内投资环境分析

二、中国农产品物流行业市场机会分析

三、中国农产品物流行业投资增速预测

第二节 中国农产品物流行业未来发展趋势预测

第三节 中国农产品物流行业市场发展预测

一、中国农产品物流行业市场规模预测

二、中国农产品物流行业市场规模增速预测

三、中国农产品物流行业产值规模预测

四、中国农产品物流行业产值增速预测

五、中国农产品物流行业供需情况预测

第四节 中国农产品物流行业盈利走势预测

一、中国农产品物流行业毛利润同比增速预测

二、中国农产品物流行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国农产品物流行业投资风险与营销分析

第一节 农产品物流行业投资风险分析

一、农产品物流行业政策风险分析

二、农产品物流行业技术风险分析

三、农产品物流行业竞争风险分析

四、农产品物流行业其他风险分析

第二节 农产品物流行业企业经营发展分析及建议

一、农产品物流行业经营模式

二、农产品物流行业销售模式

三、农产品物流行业创新方向

第三节 农产品物流行业应对策略

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 2018-2024年中国农产品物流行业发展策略及投资建议

第一节 中国农产品物流行业品牌战略分析

一、农产品物流企业品牌的重要性

二、农产品物流企业实施品牌战略的意义

三、农产品物流企业品牌的现状分析

四、农产品物流企业的品牌战略

五、农产品物流品牌战略管理的策略

第二节中国农产品物流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

第三节中国农产品物流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 2018-2024年中国农产品物流行业发展策略及投资建议

第一节中国农产品物流行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节中国农产品物流行业定价策略分析

第三节中国农产品物流行业营销渠道策略

一、农产品物流行业渠道选择策略

二、农产品物流行业营销策略

第四节中国农产品物流行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国农产品物流行业重点投资区域分析

二、中国农产品物流行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/342587342587.html>