

# 2019年中国农产品物流行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2019年中国农产品物流行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/374868374868.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

农产品物流是物流业的一个分支，指的是为了物流业的一个分支从生产者到消费者之间的物理性流动。就是以农业产出物为对象，通过农产品产后加工、包装、储存、运输和配送等物流环节，做到农产品保值增值，最终送到消费者手中的活动。

我国引入物流的概念是在20世纪80年代初，2001年8月1日正式实施的《中华人民共和国国家标准物流术语》中将物流定义为：物品从供应地向接受地的实体流动过程中，根据实际需要，将运输、储存、装卸、搬运、包装、加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。著名物流学家王之泰认为“物流是物质资料从供给者到需求者的物理运动，是创造时间价值、场所价值和一定的加工价值的活动”，这是目前国内普遍接受的定义。

农产品物流的发展目标是增加农产品附加值，节约流通费用，提高流通效率，降低不必要的损耗，从某种程度上规避市场风险。农产品物流的方向主要是从农村到城市，原因是商品化农产品的主要消费群体是在城市。

### 国外农产品物流发展阶段

总体上，国外农产品物流研究的历史从物流的概念产生时就已经开始，它起源于美国、发展在日本、成熟在欧洲。物流研究和实践的发展至今经历了100多年的时间，可将其分为以下4个阶段：

#### 物流理念的启蒙与产生阶段（1901-1949年）

概念上，1901年J. F. Growll在美国政府报告“工业委员会关于农产品配送的报告”中揭开了人们认识物流的序幕。1916年，L.H.H. Weld在《农产品的市场营销》中肯定了物流在创造产品的市场价值、时间价值及场所价值中的重要作用。1935年，美国销售协会正式对物流进行了定义：物流是包含于销售之中的物质资料和服务，从生产地点到消费地点流动过程中所包含的种种经济活动。这一时期的理论发展主要停留在对物流概念的认识上，在当时的社会生产力水平上，物流仅仅被看成是作为市场营销的附属功能。实践上，二战期间，美国将物流理论运用于军事后勤活动中，推动了战后物流活动的研究以及企业界对物流的引入。组织上，1946年美国正式成立了全美输送物流协会（American Society of Traffic Logistics），通过该组织，对专业输送者进行资格认定，为美国物流业发展培养专门人才。美国是第一阶段从事物流研究的主要国家。这一阶段的研究主要是对物流概念的初步认识上，认为物流是市场营销的一部分，将其作为附属功能定位，并未对物流概念进行系统化的延伸。

#### 物流理论形成与实践初步推广阶段（1950-1978年）

进入20世纪50年代后，各国纷纷开展对物流的系统研究，对物流的重视程度有了很大提高。1961年，E. Smykny和D. Bowersox等合著了《物流的管理》一书，第一次从系统的角度论述了物流总成本分析的概念。1962年，Peter·Druke在“经济的黑暗大陆”一文中也强调了应当高度重视流通及流通过程中的物流管理。1963年，美国成立了国家物流管理委员会（National Council of Physical Distribution Management），是世界上第一个物流专业

组织。1956年，物流首次被引入日本，称为“物的流通”；组织方面，日本于1970年成立了两个最大的物流学术团体“日本物流管理协会”和“日本物的流通协会”，日本企业重视提高物流服务的水平，逐步开展了城市之间和城市内部的配送活动，大大提高了物流服务的水平。欧共体的物流研究与日本同时起步，主要集中于经济发达的英、德、法等国家。建立在美国物流理念基础上，欧共体物流研究的理论和实践的发展都很快，这一阶段被理论界称为工厂物流（1950-1960年）和综合物流（1960-1978年）阶段。

总之。这一阶段的研究主要是理论体系的形成及实践的初步发展阶段，并未提升到标准化的系统物流管理范围内，主要在物流的各种职能和技术方面进行研究和发展的，如：运输、包装、搬运、装卸等。

美国是第一阶段从事物流研究的主要国家。这一阶段的研究主要是对物流概念的初步认识上，认为物流是市场营销的一部分，将其作为附属功能定位，并未对物流概念进行系统化的延伸。

#### 物流理论形成与实践初步推广阶段（1950-1978年）

进入20世纪50年代后，各国纷纷开展对物流的系统研究，对物流的重视程度有了很大提高。1961年，E．Smykny和D．Bowersox等合著了《物流的管理》一书，第一次从系统的角度论述了物流总成本分析的概念。1962年，Peter·Druke在“经济的黑暗大陆”一文中也强调了应当高度重视流通及流通过程中的物流管理。1963年，美国成立了国家物流管理委员会（National Council of Physical Distribution Management），是世界上第一个物流专业组织。1956年，物流首次被引入日本，称为“物的流通”；组织方面，日本于1970年成立了两个最大的物流学术团体“日本物流管理协会”和“日本物的流通协会”，日本企业重视提高物流服务的水平，逐步开展了城市之间和城市内部的配送活动，大大提高了物流服务的水平。欧共体的物流研究与日本同时起步，主要集中于经济发达的英、德、法等国家。建立在美国物流理念基础上，欧共体物流研究的理论和实践的发展都很快，这一阶段被理论界称为工厂物流（1950-1960年）和综合物流（1960-1978年）阶段。

总之。这一阶段的研究主要是理论体系的形成及实践的初步发展阶段，并未提升到标准化的系统物流管理范围内，主要在物流的各种职能和技术方面进行研究和发展的，如：运输、包装、搬运、装卸等。

#### 物流管理理论的成熟阶段（1978-1985年）

这几年是物流飞速发展的阶段，产生了物流管理的系统化思想。一体化概念得到了广泛应用。1984年G．Sharman在《哈佛商业评论》中发表了“物流的再认识”一文。指出企业高层管理人员应该重视物流在企业规划和战略决策中的重要作用。1985年，W．D．Harries和J．R．Stock也发表了《市场营销与物流的重组——历史与未来的展望》，从历史经验证明了市场营销与物流活动的相关性，首次提出了营销与物流的一体化概念，该文的发表推动了物流供应链过程的一体化研究与实践的开展。

1983年，日本开始了以大型量贩式为中心的网上订、发货系统，物流企业发展到5万多

家，从业人员约105万人，货运量达到34亿t，开始在全国乃至国外开展物流业务，形成了多渠道、多层次、多形式、工商齐办的现代化物流一体化网络系统。欧共体的物流在这一阶段为了追求物流系统的集成化和一体化，开始应用了物流供应链的概念，发展联盟型和合作型的物流新体系，通过改变原来分散的物流管理方式提高物流效率。

总之，这一阶段是物流管理理论的成熟阶段，通过系统化的质量管理、信息管理、供应链管理从企业内部延伸到整个供应链环节的各个部分，形成了比较完善的物流管理理论体系。

#### 物流实践的信息化、国际化阶段（1985年至今）

随着电子信息技术的不断进步和经济全球化步伐的加快，国际贸易量大大增加。一方面信息技术的飞速发展使远距离交易成为可能，另一方面随着国际贸易量的增加，物流开始了全球化运行的新阶段，供应链条延伸到全世界各个角落。物流信息系统和电子数据交换（EDI）技术，即条形码、卫星定位系统（GPS）和无线电射频技术在物流领域得到了广泛的应用，完成了从资产密集型向信息密集型的转变。

总之，国际上的物流研究是循序渐进的，研究的重点从物流的概念、物流的重要性、企业降低物流成本的方法开始，到研究运筹学及其他优化技术在物流中的应用技术，使物流向专业化的方向发展；再到研究物流信息技术、互联网与物流、电子商务与物流、第三方物流、供应链、价值链及相关技术等，目前更多的研究则是物流联盟、精益物流、第四方物流等问题，可以说对物流的研究是在不断发展和深入的。

截止2017年中国农产品物流总额达到3.72万亿元，预计2018年物流总额将达到3.85万亿元。具体如下：

2013-2018年中国农产品物流总额 资料来源：中国报告网整理

#### 中国农产品物流行业未来发展趋势分析

##### 1、农产品物流体系建设之趋势

要积极加大农产品物流体系建设的力度，着力培育规模较大的农产品物流集团等规模化、体系化发展之主体。要把农产品物流原来较为分散的物流资源进行全面整合，从而发挥出积极的作用，进而能够实现产销之间的无缝对接，加快我国农产品物流的顺利流通进程，而且同时还能控制农产品物流中的相应成本。在此基础上，还应当积极支持农产品物流业协会的建立与健全，形成农产品物流公司的诚信经营机制以及认证体系，积极支持该行业协会制定出牵涉到农产品物流业的有关行业标准，并严格加以执行。

##### 2、农产品物流专业化之趋势

如今，我国农产品专业物流一体化服务正在逐步建立之中。鉴于近些年来我国农产品产业化的不断提升，农产品规模化经营局面以及特色农业发展趋势已经逐步建立，对于农产品专业化物流的需求也变得愈来愈高。其所表现出来的发展趋势就是要加快本行业的分工进程，把农产品物流分配从原来的供应企业与销售企业那里予以脱离，交由专业第三方物流公司进行运作，从而让农产品的供应企业以及销售企业能够一心一意地抓好农产品生产、加工

以及销售等环节的工作。

### 3、农产品冷链物流发展之趋势

因为农产品具备了数量大、类别多、运输困难、容易腐烂等鲜明特色，所以农产品物流业的发展，一定要建立起从农产品的运输到防腐、加工、配送以及销售等各个环节的一体化冷链物流发展体系。然而，当前我国的冷链设施以及装备数量上有所不足，技术上还不过硬，也就容易产生易腐农产品，尤其是各类初级农产品被大量地消耗，以至于在食品安全上产生了相当大的隐患。有鉴于此，我国应当加紧构建覆盖面更宽、范围更广、技术更高的农产品物流冷链体系，并且较好地实现农产品物流之更新换代。

### 4、零售环节规模化之趋势

如今，中国农业的发展已经进入到一个崭新的阶段之中。随着我国农产品买方市场的逐步确立，竞争也变得日趋激烈化，而随着人民群众生活水平的持续提升，对农产品的消费也从追求数量转向提升内在质量。与此同时，鉴于我国近年来全面深化改革和扩大开放，农产品市场也要面对愈来愈激烈的国际市场的挑战，以上这些均对今后我国农产品物流的发展提出了更高、更严格的要求。就西方发达国家的实践来看，积极发展我国农产品的连锁经营行业，就能进一步地实现其生产和市场之间的良好对接，从而切实减少流通环节的损耗，持续提升流通的效率，能够进一步地推进规模化经营，持续扩大市场的主体，提升其所具有的市场竞争实力。同时，推进我国农产品零售的连锁化经营，对于促进中国农产品更趋科学化与规范化也有正面、积极的影响。鉴于当前我国不同地区的经济发展具有不平衡性，城乡之间的差别比较大，农产品零售要想实现连锁化必然有一个较长的发展过程，一开始往往集中于东部经济发达地区的大中型城市，在物流技术以及产业化程度不断提升之后，连锁的范围必然会得到持续扩大。

### 5、农产品物流信息化建设之趋势

信息化可以说是我国农产品物流业发展的重中之重，从农产品的生产起，到存储环节、运输环节和销售环节，农产品物流信息一定要进行快速处理，从而力求做到更加精准的传递。一是要提升农民群众应用信息之能力，全面普及农村九年制义务教育，以提升广大农民群体的受教育程度以及掌握信息化知识的能力。要尊重广大农民群众的意愿，加快农地的流转进程以及规模化经营的程度，提升农民群众对于信息化工作之需求。同时，各地政府部门也应当进行统一协调，运用市场化导向，认真实施好农产品交易信息的采集以及发布等工作。要逐步完善农产品物流方面的信息交流以及服务机制建设，积极创建现代物流产业信息发展平台，落实农产品的信息化服务工作，形成快速、高效的现代物流业发展体系。

### 6、农户组织化提升之趋势

中国的农产品从生产起，一直到加工环节、销售环节，参与其中的农民群众以及组织数量非常多，然而规模却相当小，层次也比较低，缺乏应有的联合性，进而造成组织化的程度不高。要想解决存在于农民群众身上的组织化程度过低和大市场之间存在的矛盾，较为可行的一项措施是促进家庭经营与规模化经营的紧密联系，积极开发多元化农产品的合作方式

，加快农地的合理集中，进一步提升广大农户经营的规模化程度，提升农产品生产过程中的整体规模化状况，切实解决分散经营的生产成本过高而效益偏低等实际问题。运用农产品产业化经营过程中的农业龙头企业将原本分散化的农户进行合理的组织，从而产生产业化的组织新方式，切实带动广大农户进入到市场中实施统一化管理。要充分发挥出农民合作组织、农民专业合作社等的功能，切实提升农户群体的组织化程度。

#### 7、强化专业合作社建设之趋势

农业专业合作社是指专业生产方向一致的农民群体为了共同的利益而在自愿基础上组建而成的实施自主管理和自负盈亏的一种农业经济组织。在我国农业发展进程中，农业专业合作社与普通农户比较起来，具有团队协作、要素改进、市场竞争力提升、风险降低以及管理能力提升等各个方面。合作社完全可利用自身更为稳定的货源、更为充裕的资金，对农产品实施全面深加工，以求缓和集中上市带来的各种压力，进而提升农产品所具有的附加值，从而有效缓解农产品在产、销过程中产生的危机。（FSW）

观研天下发布的《2019年中国农产品物流行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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 2019-2025年世界农产品物流行业分布走势预测

第七节 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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2019-2025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的关键客户战略实施

#### 一、实施关键客户战略的必要性

#### 二、合理确立关键客户

#### 三、对关键客户的营销策略

#### 四、强化关键客户的管理

#### 五、实施关键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 2019-2025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/374868374868.html>