

2016-2022年中国农产品流通产业运营现状及十三五投资前景预测报告

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《2016-2022年中国农产品流通产业运营现状及十三五投资前景预测报告》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/247751247751.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liu通是指农产品由生产领域向消费领域转移的经济过程，主要由农产品生产、收购、运输、储存、装卸、搬运、包装、配送、liu通加工、分xiao、信息活动等一系列运作环节组成，并在整个过程中实现了农产品保值、增值和组织目标。

这些年来，我国农产品市场化程度逐步提高，基础设施逐步改善，初步形成多层次、多主体、多类型的农产品市场liu通新格局，农村liu通网络得到完善。有关部门推动实施的"万村千乡市场工程"和"双百市场工程"进展顺利。

据不完全统计，目前从事农产品liu通、科技、信息等中介服务活动的农村经纪人已经达到600万以上，农民合作经济组织达到15万个，农业产业化龙头企业超过4300多家，成为农产品市场liu通中强大的新生力量。2013年，我国第一产业增加值56957亿元，占全年国内生产总值的10.01%。进入liu通领域的实体农产品的价值总额为2.63万亿元，占当年社会物liu总额的1.51%。全国经由农产品批发市场交易的农产品比重高达70%以上，并且仍在继续升高；在北京、上海、广州、深圳、成都、沈阳等大城市经由批发市场提供的农产品比例在80%以上；不同层次的农产品批发市场在城乡农产品liu通、交易和确保城乡市场供应中发挥着任何方式都不可替代的功能与作用。

中国报告网发布的《2016-2022年中国农产品liu通产业运营现状及十三五投资前景预测报告》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

第一部分 农产品liu通产业环境tou视

第一章 产品liu通行业发展综述

第一节 农产品liu通行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类

1、果蔬农产品liu通

2、鲜活农产品liu通

3、大宗农产品liu通

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 农产品liu通行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、关联行业发展状况及影响分析

1、农业发展状况及影响

2、物liu行业发展状况及影响

3、超市行业发展状况及影响

第三节 农产品liu通行业市场环境及影响分析

一、农产品liu通行业政治法律环境（P）

二、行业经济环境分析（E）

三、行业社会环境分析（S）

四、行业技术环境分析（T）

1、养殖/加工技术分析

2、仓储/物liu技术分析

3、电子信息技术分析

第二章 中国农产品liu通行业的国际比较分析

第一节 国外农产品liu通模式分析

一、美国农产品liu通模式分析

1、农产品liu通参与主体

2、美国农业生产组织分析

3、农产品liu通模式分析

4、农产品物liu技术分析

5、农产品liu通质量追溯

二、日本农产品liu通模式分析

1、农产品liu通参与主体

2、农产品liu通模式分析

3、农产品物liu技术分析

4、农产品liu通质量追溯

三、欧盟农产品liu通模式分析

1、农产品liu通参与主体

2、农产品liu通模式分析

3、农产品物流技术分析

4、农产品物流质量追溯

第二节 国内外农产品物流模式比较分析

一、国外农产品物流模式分析

1、发达国家农产品物流模式类型

2、发达国家农产品物流模式特点

二、我国农产品物流模式分析

1、我国农产品物流模式类型

2、我国农产品物流模式特点

3、我国农产品物流模式问题

三、对我国农产品物流体系的启示

1、政策面的启示

2、实业界的启示

第三节 国内外农产品物流行业批发模式比较分析

一、国外农产品批发市场模式分析

1、以美国、加拿大为代表的北美模式

2、以荷兰比利时为代表的欧盟模式

3、以日本、韩国和中国台湾地区为代表的东亚模式

二、我国农产品批发市场模式分析

1、以山东寿光蔬菜批发市场为例的产地模式

2、以布吉农产品批发市场为例的销地模式

三、国外发展经验对中国的启示和借鉴

1、加强对农产品批发市场的调控和规划

2、培养市场内规模化经营的现代大批发商

3、发挥行业协会和中介组织的联结作用

4、推进农产品交易方式的改进和创新

5、完善批发市场法律法规

四、我国农产品批发市场模式创新分析

1、市场组织主体

2、运作方式

3、批发市场的产权

4、批发市场基础设施建设和科技的应用

5、批发市场的交易主体

6、交易原则和交易方式

7、管理服务与生活服务体系

第四节 国内外农产品物流行业物流模式比较分析

一、中日美鲜活农产品物流模式比较

- 1、日本鲜活农产品物流模式
- 2、美国鲜活农产品物流模式
- 3、我国鲜活农产品物流模式

二、日美鲜活农产品物流模式比较

- 1、生产环节比较
- 2、批发环节比较
- 3、零售环节比较

三、对我国的借鉴与启示

- 1、发展农民合作组织
- 2、培育和壮大农产品物流主体
- 3、提高农产品的标准化程度
- 4、加快物流和信息建设
- 5、加快制订和完善相关法规

第五节 国内外农产品物流行业物流模式比较分析

一、国外农产品物流模式分析

- 1、东亚模式
- 2、西欧模式
- 3、北美模式

二、我国农产品物流模式分析

- 1、我国农产品物流模式特点
- 2、我国农产品物流模式问题
- 3、我国农产品物流模式设计

三、国外农产品物流模式经验分析

- 1、农产品物流公共设施发达
- 2、农产品物流信息化程度高
- 3、农产品物流组织化、专业化、规模化程度高
- 4、农产品物流标准化程度高
- 5、农产品物流具有完备的法律法规及市场条例指导

四、国外农产品物流模式启示分析

- 1、加快农产品物流基础设施的投入
- 2、培育和壮大农产品物流主体
- 3、加快农产品物流的信息化建设
- 4、加快农产品物流标准化进程

5、优化农产品物流管理的组织结构

6、加快制订和完善相关法规

7、建立中国式的农产品物流组织机构

第二部分 农产品物流行业深度分析

第三章 我国农产品物流行业运行现状分析

第一节 我国农产品物流行业发展基础分析

一、我国农产品生产基地分析

二、我国农产品加工基地分析

1、农产品加工企业数量

2、农产品加工业收入规模

3、农产品加工基地分布

4、农产品加工业发展趋势

三、我国农产品物流园区分析

1、农产品物流园规模

2、重点农产品物流园

3、农产品物流园发展趋势

四、我国农产品批发市场分析

1、农批市场规模分析

2、批发市场组织形式

3、农批市场发展趋势

第二节 我国农产品物流行业发展状况分析

一、我国农产品物流行业发展阶段

二、我国农产品物流行业发展总体概况

三、我国农产品物流行业发展特点分析

四、我国农产品物流行业商业模式分析

第三节 农产品物流行业发展现状

一、我国农产品物流行业市场规模

二、我国农产品物流行业发展分析

三、中国农产品物流企业分析

第四节 我国农产品物流市场价格走势分析

一、农产品市场定价机制组成

二、农产品物流成本机制分析

三、2016-2022年农产品价格趋势预测

四、2016-2022年农产品物流成本趋势预测

第四章 我国农产品物流行业整体运行指标分析

第一节 2011-2014年农业总体规模分析

一、农业总产值分析

二、农业细分行业产值分析

第二节 2011-2014年农产品liu通行业批发市场规模分析

一、农产品liu通行业农产品综合市场发展规模分析

二、农产品liu通行业农产品专业市场发展规模分析

第三节 2011-2014年农产品liu通行业区域批发市场规模

一、中国三大地带农产品交易市场情况

二、中国36城市农产品交易市场情况

三、中国东中西部及东北地区农产品交易市场情况

四、中国省、自治区、直辖市农产品交易市场情况

第五章 我国农产品liu通市场供需形势

第一节 农产品liu通行业生产分析

一、农业种植总规模分析

二、主要农产品种植规模分析

三、主要农产品种植地理分布

第二节 我国农产品liu通市场供需分析

一、2011-2014年我国农产品liu通行业供给情况

二、2011-2014年我国农产品liu通行业需求情况

第三节 农产品liu通产品市场应用及需求预测

一、农产品liu通产品应用市场总体需求分析

二、2016-2022年农产品liu通行业领域需求量预测

第六章 我国农产品liu通行业产品细分市场分析

第一节 果蔬农产品liu通市场分析

一、果蔬农产品产xiao规模分析

二、果蔬农产品加工市场分析

1、果蔬农产品加工市场需求

2、果蔬农产品加工关键领域

3、果蔬农产品加工区域格局

三、果蔬农产品冷链物liu分析

1、果蔬农产品冷链物liu特点

2、果蔬农产品冷链物liu现状

第二节 鲜活农产品liu通市场现状分析

一、肉类农产品liu通市场分析

1、肉类农产品产xiao规模分析

2、肉类农产品冷链物流分析

二、鲜活水产品流通市场分析

三、乳制品流通市场发展现状分析

1、乳制品产销规模分析

2、乳制品市场流通特点

3、乳制品冷链物流分析

第三节 大宗农产品流通市场分析

一、主要大宗农产品产销规模分析

二、主要大宗农产品产区分析

三、主要大宗农产品流通模式分析

1、大宗农产品电子现货交易分析

2、大宗农产品期货交易分析

第三部分 农产品流通行业发展模式分析

第七章 我国农产品流通行业细分市场模式分析

第一节 农产品流通行业批发市场模式分析

一、农产品批发市场发展现状

1、农产品综合市场发展规模

2、农产品专业市场发展规模

3、农产品专业市场的细分市场分析

二、农产品流通行业批发市场模式

第二节 农产品流通行业农贸市场流通模式分析

第三节 农产品流通行业连锁超市流通模式分析

一、农产品连锁超市发展现状

二、农产品流通行业连锁超市流通模式

1、“连锁超市+基地+农户”模式

2、“基地+加工企业(供应商)+连锁超市”模式

3、“农业龙头企业(基地)+连锁超市”模式

4、“农户+农民协会+物流配送中心+社区超市”模式

第四节 农产品其他流通模式分析

一、以物流企业为核心的流通模式分析

二、以农业合作社为核心的流通模式分析

三、以龙头企业为核心的流通模式分析

第五节 农产品流通模式创新分析

一、农产品直采模式分析

二、农餐对接模式分析

- 1、“农户+专业化农业企业+餐饮企业”模式
- 2、“农户+农民专业合作社+餐饮企业”模式
- 3、“农户+农场+餐饮企业”模式

第八章 我国农产品liu通行业营xiao趋势及策略分析

第一节 农产品liu通渠道模式与策略分析

一、我国农产品liu通渠道模式分析

- 1、收购小贩+批发商+终端零售
- 2、龙头企业+批发商+终端零售
- 3、合作社+批发商+终端零售
- 4、农户+超市模式

二、农产品liu通渠道模式问题分析

- 1、liu通渠道链条冗长
- 2、买卖双方力量不对等
- 3、农户经营分散
- 4、农户和合作组织之间签约执行力差

三、农产品liu通渠道模式策略分析

- 1、缩短liu通环节
- 2、加强信息畅通
- 3、促使买卖双方公平
- 4、刺激农民进行产品的生产和创新
- 5、加快农民进行农业生产的技术改造
- 6、关注国内外相关的农业生产情况

第二节 农产品liu通渠道模式变革分析

一、影响我国农产品liu通渠道模式变革因素分析

二、农产品liu通渠道变革路径分析

三、农产品liu通渠道变革对策建议

第三节 农产品liu通渠道模式创新分析

一、国内外农产品liu通渠道模式的现状

- 1、世界农产品liu通渠道模式类型与特点
- 2、我国农产品liu通渠道模式类型与特点

二、农产品liu通渠道模式创新分析

- 1、渠道关系创新
- 2、渠道参与主体创新
- 3、liu通业态创新
- 4、liu通技术/手段创新

5、政府政策支撑体系创新

第四部分 农产品liu通行业竞争格局分析

第九章 农产品liu通行业竞争分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、农产品liu通行业竞争结构分析
- 二、农产品liu通行业企业间竞争格局分析
- 三、农产品liu通行业集中度分析
- 四、农产品liu通行业SWOT分析

第二节 中国农产品liu通行业竞争格局综述

- 一、农产品liu通行业竞争概况
- 二、中国农产品liu通行业竞争力分析
- 三、中国农产品liu通产品竞争力优势分析

第三节 2011-2014年农产品liu通行业竞争格局分析

- 一、2011-2014年国内外农产品liu通竞争分析
- 二、2011-2014年我国农产品liu通市场竞争分析
- 三、2011-2014年我国农产品liu通市场集中度分析
- 四、2011-2014年国内主要农产品liu通企业动向

第四节 农产品liu通市场竞争策略分析

- 一、农产品liu通行业宏观竞争策略
- 二、农产品liu通市场竞争策略分析
- 三、农产品liu通企业竞争策略分析

第十章 农产品liu通行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳市农产品股份有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析
- 三、企业经营分析
- 四、企业发展战略分析

第二节 北京市新发地农产品股份有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析
- 三、企业经营分析
- 四、企业发展战略分析

第三节 山东寿光蔬菜产业控股集团

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析

三、企业经营分析

四、企业发展战略分析

第四节 无锡天鹏集团有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营分析

四、企业发展战略分析

第五节 合肥周谷堆农产品批发市场股份有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营分析

四、企业发展战略分析

第六节 中国供xiao农产品批发市场控股有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营分析

四、企业发展战略分析

第七节 广州江南果菜批发市场有限责任公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营分析

四、企业发展战略分析

第八节 苏州市南环桥市场发展股份有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营分析

四、企业发展战略分析

第九节 江苏凌家塘市场发展有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营分析

四、企业发展战略分析

第十节 北京顺鑫农业股份有限公司创新食品分公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营分析

四、企业发展战略分析

第五部分 农产品liu通行业投资战略分析

第十一章 2016-2022年农产品liu通行业前景及趋势

第一节 “十二五”农产品liu通体系建设分析

一、完善liu通设施

二、推进农产品批发市场改造

三、加快农产品冷链建设

四、加强农产品食品安全

五、完善市场调控

第二节 2016-2022年农产品liu通市场发展前景

一、2016-2022年农产品liu通市场发展潜力

二、2016-2022年农产品liu通市场前景展望

三、2016-2022年农产品liu通细分行业发展前景分析

1、农产品加工行业发展前景预测

2、农产品物liu行业发展前景预测

3、农产品批发行业发展前景预测

4、农产品零售行业发展前景预测

第三节 2016-2022年农产品liu通市场发展趋势预测

一、2016-2022年农产品liu通行业基本趋势

1、“互联互通”发展趋势

2、“线上线下联动”发展趋势

二、2016-2022年农产品liu通行业发展趋势

1、农产品liu通产业化

2、农产品liu通标准化

3、农产品liu通品牌化

4、农产品liu通“绿色”化

5、农产品liu通规模化、网络化

三、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第四节 2016-2022年中国农产品liu通行业供需预测

一、2016-2022年中国农产品市场供需预测

二、2016-2022年中国农产品liu通行业供给预测

三、2016-2022年中国农产品liu通行业需求预测

四、2016-2022年中国农产品liu通行业供需平衡预测

第十二章 2016-2022年农产品liu通行业投资价值评估分析

第一节 农产品liu通行业投资特性分析

一、农产品liu通行业盈利因素分析

二、农产品liu通行业盈利模式分析

第二节 2016-2022年农产品liu通行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2016-2022年农产品liu通行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、新进入者应注意的障碍因素

第十三章 2016-2022年农产品liu通行业投资机会与风险防范

第一节 农产品liu通行业投资分析

一、固定资产投资分析

二、农产品liu通行业投资现状分析

第二节 农产品liu通行业rong资分析

一、农产品liu通行业主要rong资方式

1、资本整合与运营

2、企业投rong资服务

3、财务顾问

4、股权投资

5、风险投资

6、资本市场

二、农产品liu通行业主要投rong资工具

1、银行信贷

2、信托公司

3、基金/证券公司

4、小额贷款公司

5、信用保险公司

6、金融租赁公司

第三节 2016-2022年农产品liu通行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、农产品liu通行业投资机遇

第四节 2016-2022年农产品liu通行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、食品卫生安全风险

三、宏观经济波动风险

四、货源供应风险

五、竞争风险

第五节 中国农产品liu通行业投资建议

一、农产品liu通行业未来发展方向

二、农产品liu通行业主要投资建议

三、中国农产品liu通企业rong资分析

第十四章 2016-2022年农产品liu通行业面临的困境及对策

第一节 2014年农产品liu通行业面临的困境

一、市场基础设施薄弱

二、质量标准体系欠缺

三、市场结构偏倚

四、农产品市场的组织化程度较低

第二节 农产品liu通企业面临的困境及对策

一、重点农产品liu通企业面临的困境及对策

二、中小农产品liu通企业发展困境及策略分析

三、国内农产品liu通企业的出路分析

第三节 中国农产品liu通行业存在的问题及对策

一、中国农产品liu通行业存在的问题

1、农产品价格持续上涨

2、liu通成本居高不下

3、物liu设施建设滞后

4、食品安全监管困难

5、遭遇商人囤积涨价谋利

二、农产品liu通行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国农产品liu通市场发展面临的挑战与对策

一、中国农产品liu通市场发展面临的挑战

- 1、农产品供需信息不畅
- 2、农产品加工能力薄弱
- 3、农产品市场化程度低
- 4、农产品物liu技术落后
- 5、liu通主体功能定位不明确

二、中国农产品liu通市场迎接挑战的对策

- 1、拓宽农产品liu通主渠道
- 2、发展农产品深加工
- 3、推进农产品品牌化
- 4、加强农产品市场的综合管理
- 5、完善农产品信息发布
- 6、建立高效“绿色通道”

第十五章 农产品liu通行业投资战略研究

第一节 农产品liu通行业发展战略研究

- 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xiao品牌战略

第二节 对我国农产品liu通品牌的战略思考

- 二、农产品liu通实施品牌战略的意义
- 三、农产品liu通企业品牌的现状分析
- 四、我国农产品liu通企业的品牌战略
- 五、农产品liu通品牌战略管理的策略

第三节 农产品liu通经营策略分析

- 一、农产品liu通市场细分策略
- 二、农产品liu通市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、农产品liu通新产品差异化战略

第四节 农产品liu通行业投资战略研究

- 一、2016-2022农产品liu通行业投资战略
- 二、2016-2022年细分行业投资战略

第十六章 研究结论及投资建议

第一节 农产品liu通行业研究结论及建议

第二节 农产品liu通子行业研究结论及建议

第三节 农产品liu通行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

1、农产品冷冻链

2、农产品电子商务

3、农产品公益性批发市场

4、农产品超市终端

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：农产品liu通的各环节及存在的缺陷

图表：2013-2014年我国GDP增长率

图表：2014年1-9月我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2014年1-9月我国规模以上企业主营业务收入与利润总额增速

图表：2014年1-9月我国规模以上企业各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本

图表：2014年1-9月我国规模以上企业经济类型主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2014年1-9月我国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2014年1-9月我国固定资产投资到位资金同比增速

图表：2014年1-9月我国房地产开发投资增速

图表：2014年1-9月我国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2014年1-9月我国商品房xiao售面积及xiao售额增速

图表：2014年1-9月我国房地产企业本年到位资金增速

图表：2014年1-9月我国社会消费品零售额分月同步增长速度

图表：2014年1-9月我国居民消费价格涨跌幅

图表：2013-2014年8我国出口情况

图表：2007-2013年中国人口及其自然增长率变化情况

图表：2007-2013年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2007-2013年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

图表：美国农产品liu通模式

图表：日本农产品liu通模式

图表：欧盟农产品liu通模式

图表：布吉农产品批发市场组织架构

图表：日本批发主导的鲜活农产品liu通模式

图表：美国直xiao主导的鲜活农产品liu通模式

图表：我国传统的鲜活农产品liu通模式

图表：2012-2014年规模以上农副食品加工业企业数量全国统计

图表：2012-2014年中国农副食品加工业主营业务收入及增长率分析

图表：2014年我我国农副产品加工基地区域分布结构

图表：2014年中国农产品综合市场发展规模

图表：2014年中国农产品专业市场发展规模

图表：2014年我国各农产品细分专业市场成交金额规模占比分析

图表：2012-2014年9月我国进入liu通领域的实体农产品的价值总额及增长率

图表：近年农副食品加工业调查企业物liu成本构成

图表：中国与发达国家农产品物liu比较

图表：2011-2014年9月我国农业总产值及增长率分析

图表：2012-2014年9月农产品liu通行业农产品综合市场发展规模分析

图表：2012-2014年9月农产品liu通行业农产品专业市场发展规模分析

图表：2014年9月中国三大地带农产品交易市场情况

图表：2013年中国36城市农产品交易市场总体情况

图表：2013年中国东中西部及东北地区农产品交易市场情况

图表：2013年中国36城市农产品交易市场情况干鲜果统计

图表：2011-2014年农作物播种面积分析

图表：2014年我国主要农产品作物种植面积规模结构

图表：2013年农作物播种面积地理分布情况

图表：2014年农产品liu通交易市场数量分析

图表：2011-2013年中国蔬菜、水果和坚果加工总体运行概况

图表：2014年我国蔬菜、水果和坚果加工行业各区域资产规模占比分析

图表：2014年我国蔬菜、水果和坚果加工行业各区域xiao售收入规模占比分析

图表：2011-2014年我国肉类农产品产量规模分析

图表：2013-2014年屠宰及肉类加工行业产xiao规模分析

图表：2011-2014年我国鲜活水产品产量规模分析

图表：2013年水产品加工行业产xiao规模全国统计

图表：2011-2014年我国乳制品产量及增长率分析

图表：2014年我国乳制品区域产量占比分析

图表：2014年我国主要大宗农产品产量及增长率分析

图表：2014年中国农产品综合市场发展规模

图表：2014年中国农产品专业市场发展规模

图表：2014年我国各农产品细分专业市场成交金额规模占比分析

图表：“农户+专业化农业企业+餐饮企业”模式

图表：“农户+农民专业合作社+餐饮企业”模式

图表：“农户+农场+餐饮企业”模式

图表：世界农产品liu通渠道模式类型与特点

图表：我国各农产品liu通渠道模式特点比较

图表：我国农产品liu通渠道模式创新体系

图表：合作社/协会指导下的生产联盟

图表：加工企业主导下的企业加工联盟

图表：营xiao企业主导下的liu通联盟

图表：超市/卖场主导下的农产品直xiao联盟模式

图表：以批发市场为核心的“农超对接模式”SWOT分析示意图

图表：以超市为核心的“农超对接模式”SWOT分析示意图

图表：2014年上半年深圳市农产品股份有限公司主营构成分析

图表：2013-2014年9月深圳市农产品股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2014年9月深圳市农产品股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2014年9月深圳市农产品股份有限公司运营能力分析

图表：2013-2014年9月深圳市农产品股份有限公司偿zhai能力分析

图表：2012-2014年山东寿光蔬菜产业控股集团xiao售收入

图表：2012-2014年合肥周谷堆农产品批发市场股份有限公司经营情况

图表：2012-2014年苏州市南环桥市场发展股份有限公司经营情况

图表：2014年上半年北京顺鑫农业股份有限公司主营构成分析

图表：2013-2014年9月北京顺鑫农业股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2014年9月北京顺鑫农业股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2014年9月北京顺鑫农业股份有限公司运营能力分析

图表：2013-2014年9月北京顺鑫农业股份有限公司偿zhai能力分析

图表：难以标准化的农产品liu通模式

图表：市场互联互通示意图

图表：可以标准化的农产品liu通模式

图表：线上线下联动示意图

图表：近年农副食品加工业调查企业物liu成本构成

图表：中国与发达国家农产品物liu比较

图表：区域发展战略咨询liu程图

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyehongzi/247751247751.html>