

中国社会主义新农村道路建设市场投资分析及未来五年盈利空间评估报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国社会主义新农村道路建设市场投资分析及未来五年盈利空间评估报告》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趋势、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：<https://baogao.chinabaogao.com/luqiaogongcheng/219996219996.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

社会主义新农村建设是10月，中国共产党十六届五中全会通过《十一五规划纲要建议》的一项决议，是指在社会主义制度下，按照新时代的要求，对农村进行经济、政治、文化和社会等方面的建设，最终实现把农村建设成为经济繁荣、设施完善、环境优美、文明和谐的社会主义新农村的目标。

10月，中国共产党十六届五中全会通过《十一五规划纲要建议》，提出要按照“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的要求，扎实推进社会主义新农村建设。生产发展，是新农村建设的中心环节，是实现其他目标的物质基础。建设社会主义新农村好比修建一幢大厦，经济就是这幢大厦的基础。如果基础不牢固，大厦就无从建起。如果经济不发展，再美好的蓝图也无法变成现实。生活宽裕，是新农村建设的目的，也是衡量我们工作的基本尺度。只有农民收入上去了，衣食住行改善了，生活水平提高了，新农村建设才能取得实实在在的成果。乡风文明，是农民素质的反映，体现农村精神文明建设的要求。只有农民群众的思想、文化、道德水平不断提高，崇尚文明、崇尚科学，形成家庭和睦、民风淳朴、互助合作、稳定和谐的良好社会氛围，教育、文化、卫生、体育事业蓬勃发展，新农村建设才是全面的、完整的。村容整洁，是展现农村新貌的窗口，是实现人与环境和谐发展的必然要求。社会主义新农村呈现在人们眼前的，应该是脏乱差状况从根本上得到治理、人居环境明显改善、农民安居乐业的景象。这是新农村建设最直观的体现。管理民主，是新农村建设的政治保证，显示了对农民群众政治权利的尊重和维护。只有进一步扩大农村基层民主，完善村民自治制度，真正让农民群众当家做主，才能调动农民群众的积极性，真正建设好社会主义新农村。

数据显示，截止底，我国社会主义新农村建设市场规模达到5.33万亿元，较同期同比增长37.17%。预计我国社会主义新农村建设市场规模将突破20万亿元人民币。

第一部分 市场发展概况

第一章 社会主义新农村道路建设市场发展概况

第一节 社会主义新农村道路建设市场及产品介绍

- 一、乡村旅游
- 二、农村养老
- 三、农用机械
- 四、农业科技

第二节 社会主义新农村道路建设市场发展概况

- 一、乡村旅游与社会主义新农村道路建设的关系
 - 1、我国乡村旅游发展现状分析
 - 2、社会主义新农村建设战略对发展农村旅游业具有指导意义
 - 3、乡村旅游对新农村建设的支撑作用

4、我国乡村旅游发展趋势

二、农村养老发展现状与应对措施

1、我国农村养老面临的现状

2、我国农村养老发展的特点

3、我国农村养老问题的原因分析

5、解决农村养老问题的措施

三、农业机械行业经济运行情况

1、我国农业机械行业发展现状

2、我国农业机械行业发展问题及原因分析

四、我国农业科技发展现状及问题分析

1、我国农业科技发展现状

2、政策与措施

第三节 社会主义新农村道路建设市场相关政策法规

一、统筹城乡经济社会发展，扎实推进社会主义新农村建设

二、推进现代农业建设，强化社会主义新农村建设的产业支撑

三、促进农民持续增收，夯实社会主义新农村建设的经济基础

四、加强农村基础设施建设，改善社会主义新农村建设的物质条件

五、加快发展农村社会事业，培养推进社会主义新农村建设的新型农民

六、全面深化农村改革，健全社会主义新农村建设的体制保障

七、加强农村民主政治建设，完善建设社会主义新农村的乡村治理机制

八、切实加强领导，动员全党全社会关心、支持和参与社会主义新农村建设

第四节 未来五年社会主义新农村道路建设市场发展前景预测

一、低碳经济将成为社会主义新农村建设市场的主要发展趋势

1、低碳经济在新农村建设中的必要性

2、新农村发展低碳经济存在的主要问题

3、新农村推进低碳经济的对策建议

二、生态农业成为社会主义新农村建设的新热点

第五节 农场民主化对社会主义新农村道路建设市场的意义

一、社会主义新农村民主政治社会化建设的现状

二、社会主义新农村民主政治社会化建设的核心

三、社会主义新农村民主政治社会化建设的基础

四、社会主义新农村民主政治社会化建设的保障

第六节 市场推广在社会主义新农村道路建设行业的重要性

一、市场推广在农业旅游行业中的重要性

1、提高对农村居民旅游市场的认识

- 2、刺激农村居民消费需求
- 3、强化对农村旅游市场的宣传
- 4、针对性地开发农民旅游产品
- 5、切实推出旅游惠农政策
- 6、重视农村导游人员培训

二、市场推广在农村养老市场的重要性

- 1、市场推广在农村养老市场的重要性
- 2、农村养老市场推广工作中遇到的问题

三、市场推广在农用机械行业中的重要性

- 1、现状和问题
- 2、市场推广在农业机械行业的重要性

第七节 营销渠道建设是社会主义新农村道路建设市场竞争的关键

- 一、营销渠道含义及特征
- 二、建立营销渠道的重要性
- 三、建立适应新经济形势的营销渠道
- 1、改善常规营销渠道
- 2、适度扩展一体化直销渠道
- 3、争取渠道成员的方法
- 1、渠道成员的选择
- 2、渠道成员的鼓励
- 3、渠道成员的评估

第二部分 市场深度分析

第二章 社会主义新农村道路建设市场规模分析

第一节 社会主义新农村道路建设市场规模统计

第二节 社会主义新农村道路建设下游应用市场结构

- 一、农村旅游市场结构
- 二、农村养老市场结构
- 三、农业机械市场结构
- 四、农业科技市场结构

第三节 影响社会主义新农村道路建设市场规模增长的因素

第四节 未来五年我国社会主义新农村道路建设市场规模预测

第三部分 发展策略研究

第三章 社会主义新农村道路建设市场推广策略研究

第一节 社会主义新农村道路建设行业新品推广模式研究

- 一、最有效的新品推广模式

二、新产品的推广差异化

三、新品推广的具体形式

1、首推性价比最高的推广模式。

2、站外连接。

3、视频娱乐。

4、博客微博。

5、QQ/QQ群。

6、百度文库、百度百科。

7、百度问答。

8、网络分类信息推广广告。

9、网站优化。

10、400、800电话、客服QQ。

11、SEM及SEO。

四、如何用推广提升产品销量

1、产品力的拉动

2、推销力的刺激

3、渠道竞争力的构建

第二节 社会主义新农村道路建设市场中间商、代理商参与机制

一、中间商的重要性

二、选择中间商的原则

三、选择中间商的条件

1、中间商的市场范围

2、中间商的产品政策

3、中间商的地理区位优势

4、中间商的产品知识

5、预期合作程度

6、中间商的财务状况及管理水平

7、中间商的促销政策和技术

8、中间商的综合服务能力

四、合格中间商的判别标准

五、中间商的功能

六、中间商参与机制

第三节 社会主义新农村道路建设市场网络推广策略研究

第四节 社会主义新农村道路建设市场广告宣传策略

第五节 社会主义新农村道路建设新产品推广常见问题

第六节 直销模式在社会主义新农村道路建设推广过程中的应用

第四章 社会主义新农村道路建设盈利模式研究

第一节 社会主义新农村道路建设市场盈利模式的分类

第二节 社会主义新农村道路建设农机生产企业的盈利模式研究

第三节 社会主义新农村道路建设经销代理商盈利模式研究

2、自有品牌盈利模式

3、战略联盟盈利模式

4、掌控终端盈利模式

第四节 社会主义新农村道路建设零售业盈利模式研究

第五节 影响网络目标市场营销策略选择的因素

一、宏观因素

1、人口因素

2、经济因素

3、网络营销的基本环境及其发展趋势

二、微观因素

1、企业本身

2、物流渠道

3、竞争者

4、市场

第六节 网络营销盈利模式研究

一、网络营销盈利模式的涵义编辑本段

1、网络营销

2、盈利模式

3、网络营销盈利模式

二、国内网络营销盈利模式的发展及分类

1、整合网络营销盈利模式。

2、跨平台多元业务盈利模式。

3、基于不同应用平台的盈利模式。

4、网络营销教育培训发展模式。

三、网络营销盈利模式成功的原因

1、整合盈利模式成功的原因。

2、综合门户网站盈利模式成功的原因。

3、专门或专业的盈利模式成功的原因。

4、网络营销培训模式的成功原因。

四、网络营销盈利模式的发展方向与创新思路

1、发展方向。

2、创新思路。

第五章 社会主义新农村道路建设营销渠道建立策略

第一节 社会主义新农村道路建设市场营销渠道结构

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第二节 社会主义新农村道路建设市场伙伴型渠道研究

第三节 社会主义新农村道路建设市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

1、直接分销渠道的定义

2、直接营销渠道起源

3、直接营销渠道的优势

4、直接营销渠道环境

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

1、间接渠道的定义

2、间接渠道的优缺点

第四节 渠道经销管理问题

一、销售渠道管理缺乏效率

二、专业化渠道企业发展缺乏稳定性

三、企业过分依赖中间商

四、渠道冲突严重

第六章 我国农业科技行业产业链分析

第一节 农业科技行业产业链分析

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

第二节 农业科技上游行业分析

一、农业科技成本构成

二、上游行业发展现状

三、未来五年上游行业发展趋势

四、上游行业对农业科技行业的影响

第三节 农业科技下游行业分析

一、农业科技下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、未来五年下游行业发展趋势

四、下游需求对农业科技行业的影响

第四部分 企业案例分析

第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

第一节 海南神农大丰种业科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

四、未来五年发展规划

第二节 新疆机械研究院股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

四、未来五年发展规划

第三节 合肥丰乐种业股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

四、未来五年发展规划

第四节 湖南亚华种业股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

四、未来五年发展规划

第五节 袁隆平农业高科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

四、未来五年发展规划

第八章 数据关于社会主义新农村建设道路市场发展战略研究

第一节 行业发展战略研究

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

第二节 品牌战略

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

图表详见正文.....

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/luqiaogongcheng/219996219996.html>