

2024-2030年中国生鲜农产品 连锁市场评估与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国生鲜农产品连锁市场评估与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/419473.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国生鲜农产品连锁市场评估与市场供需预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 生鲜农产品连锁行业基本概况 第一节 生鲜农产品连锁的相关概念 一、生鲜农产品的定义 二、生鲜农产品连锁的定义 三、生鲜农产品连锁的特征 四、社区生鲜农产品超市的定义 第二节 生鲜农产品连锁行业经营模式 一、直营连锁 二、特许加盟 三、自由连锁 第三节 连锁经营的相关概述 一、连锁经营的定义 二、连锁经营的发展 三、连锁经营的优势 四、连锁经营的特点 第二章 中国生鲜农产品连锁行业发展环境分析 第一节 中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、全国居民收入增长分析 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 生鲜农产品连锁行业政策环境分析 一、行业的主管部门及监管体制 二、生鲜农产品连锁行业相关政策 三、生鲜农产品连锁行业相关标准 第三节 生鲜农产品连锁行业社会环境分析 一、人口环境分析 二、城镇化率分析 三、食品支出情况 第三章 中国生鲜农产品产量及交易市场分析 第一节 生鲜农产品产量分析 一、生鲜农产品总产量 二、水产品的产量分析 三、肉类产品产量分析 四、奶类产品产量分析 五、禽蛋产品产量分析 六、水果产品产量分析 七、蔬菜产品产量分析 第二节 生鲜农产品交易市场基本情况分析 一、生鲜农产品市场数量 二、生鲜农产品摊位数量 三、生鲜农产品市场营业面积 四、生鲜农产品市场成交额 第三节 生鲜农产品发展存在的问题分析 一、生鲜农产品在生产领域存在的问题 二、生鲜农产品传统流通渠道模式存在的问题 三、生鲜农产品冷链物流存在问题 第四节 生鲜农产品快速发展的原因分析 一、城乡居民收入变化 二、城镇居民生鲜食品消费数量变化 三、城乡居民恩格尔的变化 四、居民消费方式的改变 五、保鲜、冷藏技术的发展 六、冷链物流的发展 七、国家政策的支持 第四章 中国连锁超市生鲜农产品发展情况分析 第一节 中国连锁超市生鲜农产品经营困境分析 一、管理方式不科学，管理水平较低 二、配送中心与物流系统建设落后 三、生产基地建设无法满足供货需求 四、目标市场定位不准确 五、连锁经营方式不当，品牌意识淡薄 六、政府对生鲜农产品经营的支持力度不够 第二节 中国连锁超市生鲜农产品经营对策分析 一、引入先进的管理方式，提升管理水平 二、建立生鲜配送中心，构建畅通物流配送系统 三、积极构建信息系统，实现配送信息化 四、准确定位企业的服务对象 五、创新经营理念，注重品牌的塑造 六、国家为连锁超市生鲜经营提供支持 第三节 连锁超市生鲜农产品物流配送模式分析 一、连锁超市生鲜农产品物流配送模式选择目的

及意义 二、连锁超市生鲜农产品自建类型的配送中心 三、连锁超市生鲜农产品通过供应商配送 四、第三方物流企业配送模式 第五章 中国生鲜农产品连锁经营发展现状分析 第一节 中国生鲜农产品连锁经营发展情况 一、生鲜农产品连锁经营基本情况分析 二、生鲜农产品连锁行业市场规模分析 第二节 发展生鲜农产品连锁经营的现实意义 一、提升生鲜农产品整体质量 二、降低生鲜农产品流通成本 三、符合消费者消费方式的转变 四、有助于解决农产品销售难，农民“增产不增收”的问题 第三节 中国生鲜农产品连锁经营存在问题 一、产品质量安全及品质不高的问题 二、库存管理较差，商品损耗较大 三、营销模式传统，无法吸引更多消费者 四、农产品连锁经营企业规模小，难以发挥规模效益 五、农产品深加工程度低，缺乏竞争力 六、生鲜农产品物流配送落后 第四节 提高生鲜农产品连锁经营水平的建议 一、改善店面环境，提高经营管理水平，定期进行员工专业培训 二、建立O2O营销模式，改善产品营销模式 三、改善库存方式，减少产品损耗，保证产品品质 四、选择合适的连锁经营模式，巩固“农改超”的成果 五、建设生鲜农产品物流配送系统 六、生鲜农产品连锁经营要走品牌化路线 第六章 中国生鲜农产品流通市场分析 第一节 中国生鲜农产品物流体系的主要形式 一、生鲜农产品物流需求主体 二、生鲜农产品物流供应主体 三、生鲜农产品物流生产主体 第二节 中国生鲜农产品物流发展现状 一、中国农产品物流总额分析 二、生鲜农产品物流成本分析 第三节 中国生鲜农产品物流问题与对策 一、中国生鲜农产品物流存在的问题 二、中国生鲜农产品物流发展的对策 第四节 中国生鲜农产品物流体系的构建 一、生鲜农产品物流体系构建的必要性 二、中国生鲜农产品物流体系的构建（一）全国层面的构建（二）区域层面的构建（三）企业层面的构建 第五节 生鲜农产品批发市场分析 一、全国主要农批市场介绍 二、农批市场交易情况分析 三、中国农批市场经营模式 四、农批市场的问题与对策 第七章 中国生鲜农产品电商发展情况分析 第一节 生鲜农产品电商发展情况分析 一、生鲜农产品电商发展现状分析 二、生鲜农产品电商市场规模分析 第二节 生鲜农产品电商运行情况分析 一、生鲜农产品电商产品供应链 二、生鲜农产品电商经营模式 三、生鲜类电商排行榜TOP20 四、蔬果类生鲜农产品电商运营特点 第三节 生鲜农产品电商制约因素分析 一、消费习惯和观念制约 二、冷链物流体系建设不完善 三、流通成本较高 四、产品自身问题 五、客户群制约 第四节 发达国家生鲜农产品电商发展经验借鉴分析 一、强调模式创新和特色化经营 二、强调区域化发展和渐进式扩张 三、注重采用先进物流技术和设备的应用 四、政府提供全方位的支持 第五节 生鲜农产品电商发展建议分析 一、加强对消费者的引导，提高用户体验 二、大力发展混合电商和移动电商，打造多元电商生态体系 三、加大冷链物流配送体系建设力度 四、加快生鲜农产品质量标准化建设 五、推动线上与线下融合发展 六、做好产品和顾客定位 第六节 生鲜农产品电商发展趋势分析 一、食品冷藏保鲜技术护送“最后一公里” 二、网购生鲜农产品配送新模式的探索 三、网购

生鲜农产品的监管越来越有保障 第八章 国内生鲜农产品连锁经营企业竞争力分析 第一节 菁禾田园健康生鲜连锁 一、企业发展基本情况 二、企业主营业务分析 三、企业经营理念分析 四、企业农业生产基地 五、企业竞争优势分析 第二节 钱大妈社区生鲜（连锁） 一、企业发展基本情况 二、企业主营业务分析 三、企业主营业务分析 四、企业农业生产基地 五、企业经营特色分析 六、企业品牌优势分析 第三节 新果时代（北京）科技股份有限 一、企业发展基本情况 二、企业主营业务分析 三、企业产品配送情况 四、企业竞争优势分析 五、企业发展战略分析 第四节 湖南田园香生鲜连锁销售有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主营业务分析 三、企业农业生产基地 四、企业竞争优势分析 五、企业发展战略分析 第五节 广东亿园生态农业有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主营业务分析 三、企业经营理念分析 四、企业竞争优势分析 第六节 光明都市菜园 一、企业发展基本情况 二、企业主营业务分析 三、企业合作伙伴分析 第九章 中国生鲜农产品连锁行业发展前景及投资建议分析 第一节 中国生鲜农产品连锁行业发展前景分析 第二节 中国生鲜农产品连锁行业市场规模预测 第三节 中国生鲜农产品连锁行业投资建议 一、进一步完善物流系统 二、完善电商平台的准入与监管 三、健全生鲜农产品连锁经营的法律法规 四、加强政府监督力度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/419473.html>