

2022-2028年中国农超对接模式产业发展动态及投资战略规划报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国农超对接模式产业发展动态及投资战略规划报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202009/896805.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

智研咨询发布的《2022-2028年中国农超对接模式产业发展动态及投资战略规划报告》共八章。首先介绍了农超对接模式行业市场发展环境、农超对接模式整体运行态势等，接着分析了农超对接模式行业市场运行的现状，然后介绍了农超对接模式市场竞争格局。随后，报告对农超对接模式做了重点企业经营状况分析，最后分析了农超对接模式行业发展趋势与投资预测。若您想对农超对接模式产业有个系统的了解或者想投资农超对接模式行业，本报告是您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：

第一章 农超对接模式提出的背景及其内涵

1.1 农超对接模式概况

1.1.1 农超对接模式定义

1.1.2 农超对接模式基本要素

1.2 农超对接模式提出背景分析

1.2.1 农超对接模式产生背景

1.2.2 农超对接模式产生原因

- (1) 农产品中转环节损耗巨大
- (2) 超市：变收购为采购，压缩成本
- (3) 农民：“菜贱伤民”，卖菜难，丰产不丰收
- (4) 市场：食品安全问题有望通过农超对接模式缓解

1.2.3 农超对接模式政策背景

- (1) 《关于开展农超对接试点工作的通知》
- (2) 《商务部农业部关于全面推进农超对接工作的指导意见》
- (3) 《关于搞活流通扩大消费的意见》

1.3 农超对接模式构建意义

1.3.1 推进农业现代化发展

1.3.2 提高农业生产规模效益

1.3.3 降低食品安全隐患

1.3.4 增加农户与市场双方经济效益

1.3.5 降低食品安全隐患

第二章 农超对接模式构建主体发展分析

2.1 中国农业发展状况

2.1.1 农业发展与经营情况

- (1) 农业基础设施建设分析
- (2) 农业机械化发展分析
- (3) 农业生产情况分析
- (4) 农业经营情况分析

2.1.2 农产品国内消费情况

- (1) 中国肉类产品产销量分析
- (2) 中国水产品产销量分析
- (3) 中国果蔬产品产销量分析

2.2 中国冷链物流行业的发展状况

2.2.1 中国物流行业的发展概况

- (1) 中国物流行业的总体发展概况
- (2) 中国物流行业基础设施建设
- (3) 中国物流行业运行指标分析

2.2.2 中国冷链物流行业的发展状况

(1) 中国冷链物流发展现状分析

- 1) 冷鲜产品损耗率分析
- 2) 产品冷链流通率分析
- 3) 冷链物流设施设备分析
- 4) 与国外冷链物流的比较

(2) 中国冷库资源发展状况分析

- 1) 中国冷库保有量分析
- 2) 冷库建筑结构与特点
- 3) 冷库的发展趋势分析

(3) 中国冷链物流外包情况分析

- 1) 第三方冷链物流企业数量
- 2) 第三方冷链物流发展特点
- 3) 冷链物流外包必要性分析
- 4) 第三方冷链物流发展建议

2.3 超市连锁业发展现状分析

2.3.1 超市连锁业运营现状分析

(1) 超市连锁业收入与成本结构分析

1) 收入结构

2) 成本结构

(2) 超市连锁业绩效分析

1) 收入与规模

2) 单位经营效益

(3) 超市连锁业竞争格局分析

1) 市场集中度

2) 区域分布

(4) 超市连锁业核心竞争力分析

1) 供应链管理

2) 以客户为中心

3) 自有品牌发展分析

2.3.2 样本企业运营情况分析

(1) 代表性超市企业监控与分析

1) 国内代表性超市企业监控与分析

2) 外资代表性超市企业监控与分析

(2) 样本企业经营情况

(3) 样本门店经营情况

2.3.3 超市连锁业商业模式分析

(1) 超市连锁业价值链分析

(2) 超市连锁业商业模式分析

1) 通道收入模式

2) 价值链盈利模式

3) 非价值链盈利模式

2.3.4 超市连锁业发展趋势分析

(1) 超市连锁业态发展趋势

(2) 超市连锁业营业区域发展趋势

(3) 超市连锁业营业定位发展趋势

第三章 农超对接主要实施模式分析

3.1 农超对接主要实施模式概况

3.2 体化对接模式

3.2.1 体化对接模式定义及其分类

3.2.2 体化对接模式实施分析

3.2.3 体化对接模式优劣势分析

3.3 市场化对接模式

3.3.1 市场化对接模式定义及其分类

3.3.2 市场化对接模式实施分析

(1) 紧密型对接

(2) 半紧密型对接

(3) 典型案例分析

3.3.3 市场化对接模式优劣势分析

3.4 联盟化对接模式

3.4.1 联盟化对接模式定义及其分类

3.4.2 联盟化对接模式实施分析

(1) “超市+合作社”联盟

(2) “超市+专业合作联社”联盟

(3) “超市+批发市场+合作社”联盟

(4) 联合直采

(5) 超市直营

3.4.3 联盟化对接模式优劣势分析

第四章 全球农超对接发展状况分析

4.1 国际农超对接发展状况分析

4.1.1 国际农超对接发展状况分析

4.1.2 国际农超对接主要实施模式分析

4.1.3 国际农超对接发展对中国的启示

4.2 中国农超对接发展状况分析

4.2.1 中国农超对接发展状况分析

4.2.2 中国农超对接发展特点分析

4.2.3 中国农超对接发展阻碍因素分析

(1) 产品问题

(2) 品牌问题

(3) 供应商问题

(4) 物流问题

(5) 政策问题

(6) 农贸市场竞争

4.2.4 中国农超对接发展驱动因素分析

第五章 中国农超对接模式构建深度分析

5.1 中国农超对接模式构建总体概况

5.1.1 中国农超对接模式构建必要性分析

5.1.2 中国农超对接模式构建要素分析

5.2 农超对接模式构建农业定位分析

5.2.1 农业需具备要素分析

(1) 建立产业化组织模式

(2) 产业化经营

5.2.2 农业产业化组织结构分析

(1) 农业产业化组织模式结构

(2) 合同组织模式

(3) 农业合作社

(4) 企业组织模式

5.2.3 农业产业化发展情况

(1) 农业产业化发展总体概况

(2) 农业细分行业产业化发展情况

1) 种植业产业化分析

2) 家禽养殖产业化分析

3) 畜牧养殖产业化分析

4) 水产养殖产业化分析

5.3 中国农超对接模式构建连锁超市定位分析

5.3.1 连锁超市业需具备要素分析

(1) 经营经验和资金实力

(2) 产品配送能力

(3) 经营信息化水平

5.3.2 农超对接模式潜力超市分析

(1) 大型综合超市

1) 大型综合超市市场发展分析

2) 大型综合超市分布区域分析

3) 大型综合超市产品种类与品牌分析

4) 大型综合超市物流网络分析

5) 大型综合超市代表企业分析

6) 大型综合超市农超对接模式构建分析

(2) 生鲜超市

1) 生鲜超市市场发展分析

- 2) 生鲜超市产品种类与品牌分析
- 3) 生鲜超市开店速度分析
- 4) 生鲜超市物流网络分析
- 5) 生鲜超市代表企业分析
- 6) 生鲜超市农超对接模式构建分析
- 5.3.3 农超对接物流配送体系分析
 - (1) 肉类产品冷链物流分析
 - (2) 水产品冷链物流分析
 - (3) 果蔬产品冷链物流市场分析
 - (4) 连锁超市物流配送体系构建分析
- 5.3.4 农超对接信息体系构建分析
 - (1) 农超对接离不开信息化
 - (2) 信息化有利于流通环节节约成本
 - (3) 信息化有利于缓解市场供求关系
 - (4) 连锁超市信息体系构建分析
- 5.4 中国农超对接模式构建政府定位分析
 - 5.4.1 出台政策扶持
 - (1) 指导思想，明确产业发展方向
 - (2) 引导超市：实现产需均衡发展
 - (3) 土地规划，方便农业产业化经营
 - (4) 税收优惠，扩大农超双方获利空间
 - 5.4.2 加快基础设施建设
 - (1) 技术引进
 - (2) 人才培养
 - (3) 基础物流设施建设
 - 5.4.3 提供财政支撑
 - (1) 资金支持
 - (2) 补偿农超亏损方
 - 5.4.4 充当中介，给予信誉保证
 - 5.4.5 鼓励和加快“农改超”进程

第六章 中国农超对接构建领先区域发展状况

- 6.1 山东省农超对接发展状况及前景分析
 - 6.1.1 农业发展状况
 - 6.1.2 物流行业发展状况

- 6.1.3 连锁超市业发展状况
- 6.1.4 农超对接政策及规划分析
- 6.1.5 农超对接发展状况及前景分析
- 6.2 河南省农超对接发展状况及前景分析
 - 6.2.1 农业发展状况
 - 6.2.2 物流行业发展状况
 - 6.2.3 连锁超市业发展状况
 - 6.2.4 农超对接政策及规划分析
 - 6.2.5 农超对接发展状况及前景分析
- 6.3 四川省农超对接发展状况及前景分析
 - 6.3.1 农业发展状况
 - 6.3.2 物流行业发展状况
 - 6.3.3 连锁超市业发展状况
 - 6.3.4 农超对接政策及规划分析
 - 6.3.5 农超对接发展状况及前景分析
- 6.4 江苏省农超对接发展状况及前景分析
 - 6.4.1 农业发展状况
 - 6.4.2 物流行业发展状况
 - 6.4.3 连锁超市业发展状况
 - 6.4.4 农超对接政策及规划分析
 - 6.4.5 农超对接发展状况及前景分析
- 6.5 广东省农超对接发展状况及前景分析
 - 6.5.1 农业发展状况
 - 6.5.2 物流行业发展状况
 - 6.5.3 连锁超市业发展状况
 - 6.5.4 农超对接政策及规划分析
 - 6.5.5 农超对接发展状况及前景分析
- 6.6 河北省农超对接发展状况及前景分析
 - 6.6.1 农业发展状况
 - 6.6.2 物流行业发展状况
 - 6.6.3 连锁超市业发展状况
 - 6.6.4 农超对接政策及规划分析
 - 6.6.5 农超对接发展状况及前景分析
- 6.7 江西省农超对接发展状况及前景分析
 - 6.7.1 农业发展状况

- 6.7.2 物流行业发展状况
- 6.7.3 连锁超市业发展状况
- 6.7.4 农超对接政策及规划分析
- 6.7.5 农超对接发展状况及前景分析
- 6.8 湖南省农超对接发展状况及前景分析
 - 6.8.1 农业发展状况
 - 6.8.2 物流行业发展状况
 - 6.8.3 连锁超市业发展状况
 - 6.8.4 农超对接政策及规划分析
 - 6.8.5 农超对接发展状况及前景分析

第七章 农超对接模式前景与投资分析

- 7.1 中国农超对接模式前景分析
 - 7.1.1 中国农产品营销模式发展趋势分析
 - 7.1.2 中国连锁超市农产品采购模式发展趋势分析
 - 7.1.3 中国政策关于“农超对接”政策趋势分析
 - 7.1.4 中国农超对接模式前景分析
- 7.2 中国农超对接模式投资特性分析
 - 7.2.1 中国农超对接模式构建壁垒分析
 - 7.2.2 中国农超对接盈利模式分析
 - 7.2.3 中国农超对接模式盈利因素分析
- 7.3 中国农超对接模式投资现状与前景分析
 - 7.3.1 中国农超对接模式投资现状分析
 - 7.3.2 中国农超对接模式投资风险分析
 - 7.3.3 中国农超对接模式构建相关投资建议

第八章 超市连锁业主要企业经营分析

- 8.1 大型综合超市领先企业经营分析
 - 8.1.1 沃尔玛（中国）投资有限公司
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业主营业态分析
 - （3）企业门店分布情况
 - （4）企业经营情况分析
 - 8.1.2 家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
 - （1）企业发展简况分析

- (2) 企业主营业态分析
- (3) 企业门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- 8.1.3 上海大润发有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 企业门店分布情况
 - (4) 企业经营情况分析
- 8.1.4 联华超市股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 企业门店分布情况
 - (4) 企业经营指标情况
- 8.1.5 华润万家有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 企业门店分布情况
 - (4) 企业经营情况分析
- 8.1.6 人人乐连锁商业集团股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 企业门店分布情况
 - (4) 企业经营指标分析
- 8.1.7 新一佳超市有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 企业门店分布情况
 - (4) 企业经营情况分析
- 8.1.8 物美控股集团有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业态分析
 - (3) 企业门店分布情况
 - (4) 企业经营指标分析
- 8.1.9 美特好集团有限公司
 - (1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 企业门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

8.1.10 武汉中百连锁仓储超市有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 企业门店分布情况

(4) 企业经营指标分析

8.2 生鲜超市领先企业经营策略分析

8.2.1 永辉超市股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 企业门店分布情况

(4) 企业经营指标情况

8.2.2 苏果超市有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 企业门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

8.2.3 山东家家悦集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 企业门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

8.2.4 河南大张实业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 企业门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

8.2.5 北京华联综合超市股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 企业门店分布情况

(4) 企业经营指标情况

8.2.6 北京超市发连锁股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 企业门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析

8.2.7 福建省大家乐生鲜连锁超市有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 企业门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析

8.2.8 好厨房生鲜连锁超市有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业态分析
- (3) 企业门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析 (ZY KT)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202009/896805.html>