

2017-2023年中国现代农业+互联网行业市场运营 态势及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国现代农业+互联网行业市场运营态势及发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201708/554591.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

报告目录：

第一章 现代农业专业市场基本概述

1.1 专业市场的阐释

1.1.1 专业市场的界定

1.1.2 专业市场的特点

1.1.3 专业市场的功能

1.1.4 专业市场的分类

1.2 我国农产品批发市场的历程及特征

1.2.1 自发萌芽阶段

1.2.2 快速发展阶段

1.2.3 盲目发展阶段

1.2.4 规范发展阶段

1.2.5 质的提升阶段

1.2.6 集团化发展阶段

1.3 现代农业专业市场的重要作用

1.3.1 促进农业经营现代化

1.3.2 促进农业物流现代化

1.3.3 推进农业主体现代化

第二章 2015-2017年现代农业专业市场运行环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 国际经济形势分析

2.1.2 中国经济运行现状

2.1.3 经济发展趋势分析

2.2 运营环境

2.2.1 农产品行业供需形势

2.2.2 农产品价格波动情况

2.2.3 农产品冷链物流现状

2.2.4 农产品流通模式情况

2.3 产业环境

2.3.1 商品交易市场总体规模

2.3.2 商品交易市场发展特征

2.3.3 商品交易市场面临形势

2.3.4 商品交易市场建设方向

2.4 外部环境转变的影响

2.4.1 政策制度转变

2.4.2 产业结构升级

2.4.3 经营方式转变

2.4.4 商业业态变化

第三章 2015-2017年现代农业专业市场政策环境分析

3.1 2015-2017年商品交易市场总体政策环境

3.1.1 市场监管政策

3.1.2 标准规范政策

3.1.3 财税减负政策

3.1.4 知识产权政策

3.2 2015-2017年农产品批发市场的政策环境

3.2.1 总体政策环境

3.2.2 市场建设政策

3.2.3 体系建设政策

3.2.4 标准规范政策

3.2.5 金融扶持政策

3.2.6 相关利好政策

3.3 农产品批发市场发展重点政策解读

3.3.1 市场体系架构

3.3.2 流通主体培育

3.3.3 创新机制建设

3.3.4 市场监管体系

第四章 2015-2017年中国现代农业专业市场总体现状分析

4.1 2015-2017年我国农产品批发市场现状分析

4.1.1 整体发展规模

4.1.2 市场分类情况

4.1.3 地区分布情况

4.1.4 市场发展特征

4.1.5 基础设施建设

4.1.6 市场发展效应

4.2 2015-2017年现代农业专业市场发展热点分析

4.2.1 市场的公益性

4.2.2 新一轮竞争和集团化

4.2.3 电子商务应用

4.2.4 农产品冷链物流

4.3 2015-2017年国家级农产品专业市场建设分析

4.3.1 市场建设动态

4.3.2 市场建设方向

4.3.3 市场发展措施

4.3.4 市场辐射效应

4.3.5 市场建设瓶颈

4.3.6 市场建设策略

4.4 2015-2017年现代农业重点细分专业市场分析

4.4.1 粮食专业市场

4.4.2 蔬菜专业市场

4.4.3 水产品专业市场

4.4.4 花卉专业市场

4.5 我国农产品批发市场发展的主要问题

4.5.1 规划布局方面

4.5.2 配套设施方面

4.5.3 经营管理方面

4.5.4 市场组织方面

4.5.5 法律法规方面

第五章 中国现代农业专业市场的发展模式分析

5.1 中国农产品批发市场发展模式与国外的比较

5.1.1 产品经由量比较

5.1.2 投资模式比较

5.1.3 管理模式比较

5.1.4 交易模式比较

5.1.5 结算模式比较

5.2 我国农产品批发市场产地模式分析

5.2.1 市场组织主体

5.2.2 运作方式

5.2.3 交易主体

5.2.4 交易方式

5.2.5 其他体系建设

5.3 我国农产品批发市场销地模式分析

5.3.1 市场组织主体

5.3.2 运作方式

5.3.3 交易主体

5.3.4 交易方式

5.3.5 其他体系建设

5.4 农产品批发市场发展模式的定位分析

5.4.1 确立公益性地位

5.4.2 企业投资为主

5.4.3 加强市场运作

5.5 农产品批发市场发展模式的创新分析

5.5.1 市场组织主体

5.5.2 市场运作方式

5.5.3 市场产权制度

5.5.4 基建及科技应用

5.5.5 市场交易主体

5.5.6 交易原则及方式

5.5.7 管理服务体系

5.6 完善农产品批发市场发展模式的策略选择

5.6.1 加强法律体系建设

5.6.2 建立现代企业制度

5.6.3 积极培育市场主体

5.6.4 加快市场硬件建设

5.6.5 实行市场准入制度

5.6.6 拓展市场内涵和外延

第六章 2015-2017年中国现代农业专业市场国际贸易分析

6.1 专业市场对农产品国际贸易的作用

6.1.1 规模效应

6.1.2 产品汇聚

6.1.3 信息汇集

6.1.4 安全保障

6.1.5 信誉保证

6.2 我国农产品批发市场的国际贸易现状

6.2.1 产业背景

6.2.2 发展优势

6.2.3 贸易现状

6.2.4 实例简析

6.3 我国农产品批发市场国际贸易的主要问题

6.3.1 经营视野不广

6.3.2 自身条件不足

6.3.3 缺乏扶持政策

6.3.4 市场信息不对称

6.4 影响农产品批发市场国际竞争力的因素

6.4.1 商品因素

6.4.2 主体因素

6.4.3 设施与服务因素

6.4.4 市场环境因素

6.5 农产品批发市场发展国际贸易的策略

6.5.1 转变经营观念

6.5.2 加大政策扶持

6.5.3 发挥协会功能

6.5.4 加快升级改造

第七章 2015-2017年中国现代农业专业市场电商应用分析

7.1 我国农产品批发市场信息化需求分析

7.1.1 市场阶段性与信息化的关联

7.1.2 市场发展推进信息化需求

7.1.3 我国市场三维发展模式分析

7.1.4 三维模式与信息化的关系分析

7.2 我国农产品电子商务发展现状分析

7.2.1 发展历程演变

7.2.2 经营形式特点

7.2.3 电商平台发展

7.2.4 发展形势分析

7.3 我国农产品批发市场电商现状分析

7.3.1 发展必要性

7.3.2 主要模式

7.3.3 应用实践

7.3.4 难题待解

7.4 我国农产品批发市场电子商务系统架构设计

7.4.1 传统交易模式特点

7.4.2 电商系统设计思路

7.4.3 电商系统框架与功能

7.4.4 电商系统开发平台

第八章 2015-2017年主要区域现代农业专业市场发展分析

8.1 珠三角地区

8.1.1 总体发展概况

8.1.2 蔬菜销售体系

8.1.3 重点市场比较

8.1.4 市场发展特点

8.1.5 经营链条延伸

8.2 上海市

8.2.1 整体发展现状

8.2.2 主要存在问题

8.2.3 面临形势分析

8.2.4 未来发展规划

8.3 江苏省

8.3.1 发展现状分析

8.3.2 重点发展成效

8.3.3 主要存在问题

8.3.4 未来发展方向

8.4 福建省

8.4.1 整体基本情况

8.4.2 发展特征分析

8.4.3 主要存在问题

8.4.4 发展对策建议

8.5 浙江金华市

8.5.1 整体规模情况

8.5.2 运行特点分析

8.5.3 主要面临困难

8.5.4 未来发展趋势

8.6 其他地区

8.6.1 河北省

8.6.2 江西省

8.6.3 海南省

8.6.4 河南省

第九章 2015-2017年中国农产品批发市场的转型升级分析

9.1 农产品批发市场的转型升级实践

9.1.1 经历三次升级改造

9.1.2 改造落后设施

9.1.3 推进标准化市场建设

9.1.4 启动现代流通综合试点

9.2 农产品批发市场的公益性发展形势

9.2.1 公益性的提出前提

9.2.2 公益性的主要内容

9.2.3 公益性的实现路径

9.3 农产品批发市场第一生产力作用的提升

9.3.1 第一生产力角色

9.3.2 第一生产力作用

9.3.3 市场提升的策略

9.4 农产品批发市场废弃物管理的完善

9.4.1 发展循环经济是大势所趋

9.4.2 市场重视废弃物循环利用

9.4.3 废弃物管理的问题及建议

9.5 农产品批发市场摊位商的转型升级

9.5.1 亟待转型升级

9.5.2 转型时机已到

9.5.3 加速转型进程

9.5.4 缺乏扶持政策

9.6 农产品批发市场转型升级的趋势分析

9.6.1 升级动力

9.6.2 市场功能

9.6.3 经营模式

9.6.4 布局调整

9.6.5 国际贸易

第十章 2015-2017年中国重点农产品批发市场发展分析

10.1 北京新发地农产品批发市场

10.1.1 市场基本概况

10.1.2 市场运营现状

10.1.3 市场全国布局

10.1.4 市场电商发展

10.1.5 市场发展动向

10.1.6 市场发展战略

10.2 深圳海吉星国际农产品物流园

- 10.2.1 市场基本概况
 - 10.2.2 市场运营现状
 - 10.2.3 运营模式分析
 - 10.2.4 集团化发展探索
 - 10.3 广州江南果菜批发市场
 - 10.3.1 市场基本概况
 - 10.3.2 价格监测动态
 - 10.3.3 市场优劣势分析
 - 10.3.4 市场发展动向
 - 10.4 东莞信立国际农产品贸易城
 - 10.4.1 市场基本概况
 - 10.4.2 市场运营现状
 - 10.4.3 市场业务分布
 - 10.4.4 市场发展经验
 - 10.5 苏州市南环桥农副产品批发市场
 - 10.5.1 市场基本概况
 - 10.5.2 市场运营现状
 - 10.5.3 市场经营战略
 - 10.5.4 市场发展动向
 - 10.6 山东寿光农产品物流园
 - 10.6.1 市场基本概况
 - 10.6.2 市场运营现状
 - 10.6.3 市场发展特色
 - 10.6.4 市场发展规划
 - 10.7 江苏淮海蔬菜批发交易市场
 - 10.7.1 市场基本概况
 - 10.7.2 市场运营现状
 - 10.7.3 市场服务理念
 - 10.7.4 推进转型升级
 - 10.8 其他重点市场概况
 - 10.8.1 北京八里桥农产品中心批发市场
 - 10.8.2 湛江霞山水产品批发市场
 - 10.8.3 夏商（中埔）农产品批发市场
 - 10.8.4 江苏凌家塘农副产品批发市场
- 第十一章 国外农产品批发市场的发展分析及经验借鉴

11.1 国外农产品批发市场的模式分析及借鉴

11.1.1 北美模式

11.1.2 欧洲模式

11.1.3 东亚模式

11.1.4 经验借鉴

11.2 美国农产品批发市场发展分析

11.2.1 市场重要性

11.2.2 市场运作体制

11.2.3 批发商经营规模化

11.3 日本农产品批发市场发展分析

11.3.1 功能和分类

11.3.2 现状及特点

11.3.3 运作方式

11.3.4 管理制度

11.4 韩国农产品批发市场发展分析

11.4.1 建设历程

11.4.2 分类及分布

11.4.3 流通环节

11.4.4 发展趋势

11.5 荷兰花卉拍卖市场发展分析

11.5.1 发展概况

11.5.2 主要经验

11.5.3 政策扶持

11.6 台湾地区农产品批发市场发展分析

11.6.1 发展概述

11.6.2 市场类型

11.6.3 先进经验

11.7 国外主要经验总结及启示

11.7.1 交易方式创新

11.7.2 发挥行业协会作用

11.7.3 培育现代批发商

11.7.4 服务设施和法制建设

第十二章 2015-2017年现代农业专业市场典型运营企业分析

12.1 深圳市农产品股份有限公司

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营效益分析

12.1.3 业务经营分析

12.1.4 财务状况分析

12.1.5 未来前景展望

12.2 中国农产品交易有限公司

12.2.1 企业基本概况

12.2.2 经营效益分析

12.2.3 业务经营分析

12.2.4 企业发展战略

12.2.5 未来前景展望

12.3 广东广弘控股股份有限公司

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 经营效益分析

12.3.3 业务经营分析

12.3.4 财务状况分析

12.3.5 未来前景展望

12.4 东莞市信立实业有限公司

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 业务运营模式

12.4.3 企业战略动向

12.4.4 未来前景展望

12.5 浙江新农都实业有限公司

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 企业经营现状

12.5.3 企业发展动向

12.5.4 企业战略方向

12.6 其他重点企业发展概况

12.6.1 中国供销农产品批发市场控股有限公司

12.6.2 寿光地利农产品集团有限公司

12.6.3 厦门夏商农产品集团有限公司

12.6.4 柳州市柳邕农副产品批发市场有限公司

第十三章 2017-2023年中国现代农业专业市场的投资潜力分析

13.1 投资价值分析

13.1.1 特性优势

13.1.2 产业优势

13.1.3 发展空间

13.1.4 成长速度

13.1.5 重估价值

13.2 投资特性分析

13.2.1 周期长且投资额大

13.2.2 不可逆转性

13.2.3 多样性

13.2.4 连续性和不可间断性

13.2.5 肩负社会责任

13.3 投资形势分析

13.3.1 政策扶持契机

13.3.2 升级改造空间

13.3.3 电商发展机遇

13.3.4 产业链投资热

13.3.5 投资项目动态

第十四章 2017-2023年现代农业专业市场投资项目的选择分析

14.1 投资项目的选择因素

14.1.1 环境因素（宏观、局部）

14.1.2 竞争因素

14.1.3 交易品种因素

14.1.4 规划设计

14.1.5 财务成果

14.2 投资项目选择的原则

14.2.1 顺势而为

14.2.2 谨慎选址

14.2.3 招商先行

14.2.4 整体规划

14.2.5 均衡赢利

14.3 投资项目可行性研究的内容

14.3.1 基本概念

14.3.2 主要作用

14.3.3 包含内容

14.4 投资项目可行性研究的实施步骤

14.4.1 市场调研

14.4.2 区域定位

14.4.3 功能设计

14.4.4 布局规划

14.4.5 财务分析

14.5 投资项目的财务分析

14.5.1 财务模型的基本假设

14.5.2 投资标准财务模型

14.5.3 项目敏感性分析

14.5.4 总体结论简述

第十五章 2017-2023年中国现代农业专业市场的投资风险预警

15.1 投资风险分析

15.1.1 国际风险

15.1.2 政府风险

15.1.3 环境风险

15.1.4 法律风险

15.1.5 金融风险

15.1.6 自然灾害及事故风险

15.1.7 财务风险

15.1.8 经营风险

15.1.9 管理风险

15.1.10 信用风险

15.2 主要应对措施

15.2.1 风险规避措施

15.2.2 风险遏制措施

15.2.3 风险转移措施

15.2.4 风险化解措施

15.2.5 风险消减措施

15.2.6 风险容忍措施

15.2.7 风险分担措施

15.3 项目风险评估

15.3.1 新建市场

15.3.2 扩建市场

15.3.3 改建市场

15.3.4 迁建市场

第十六章 2017-2023年中国现代农业专业市场前景预测 (ZY ZM)

16.1 中国现代农业的发展前景展望

- 16.1.1 面临的机遇及挑战
- 16.1.2 未来供需形势预测
- 16.1.3 未来贸易发展展望
- 16.2 中国农产品批发市场发展趋势展望
 - 16.2.1 一体化的管理系统
 - 16.2.2 专业食品安全管控
 - 16.2.3 冷链物流的完善
 - 16.2.4 市场国际化贸易
 - 16.2.5 市场公益性功能
- 16.3 中国农产品批发市场未来方向探析
 - 16.3.1 公益性的实现
 - 16.3.2 市场集团化发展
 - 16.3.3 流通渠道多元化
 - 16.3.4 发展第三代批发市场
- 16.4 2017-2023年农产品批发市场规模预测
 - 16.4.1 2017-2023年市场数量预测
 - 16.4.2 2017-2023年成交总额预测
 - 16.4.3 2017-2023年成交总量预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/554591.html>