

2024-2029年中国社会主义新农村道路建设行业市场现状调查及投资策略咨询报告

报告简介

社会主义新农村道路建设行业研究报告主要分析了社会主义新农村道路建设行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、社会主义新农村道路建设行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨,分析内容客观、公正、系统,真实准确地反映了我国社会主义新农村道路建设行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国社会主义新农村道路建设行业作了详尽深入的分析,是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料,同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录

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1

第一节 社会主义新农村道路建设市场及产品介绍1

一、农村旅游1

二、农村养老2

三、农用机械2

四、农业科技3

第二节 2019-2023年社会主义新农村道路建设市场发展概况4

一、农村旅游与社会主义新农村道路建设的关系4

1、我国农村旅游发展现状分析4

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5

3、农村旅游对新农村建设的支撑作用5

4、我国农村旅游发展趋势7

二、农村养老发展现状与应对措施8

1、我国农村养老面临的现状8

2、我国农村养老发展的特点10

3、我国农村养老问题的原因分析11

5、解决农村养老问题的措施13

三、2019-2023年农业机械行业经济运行情况16

1、2019-2023年我国农业机械行业发展现状16

2、我国农业机械行业发展问题及原因分析19

四、我国农业科技发展现状及问题分析22

1、我国农业科技发展现状22

2、政策与措施23

第三节 社会主义新农村道路建设市场相关政策法规24

一、统筹城乡经济社会发展，扎实推进社会主义新农村建设24

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26

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28

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29

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31

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33

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34

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35

第四节 2024-2029年社会主义新农村道路建设市场发展前景预测36

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36

1、低碳经济在新农村建设中的必要性36

- 2、新农村发展低碳经济存在的主要问题38
- 3、新农村推进低碳经济的对策建议40
- 二、生态农业成为社会主义新农村建设的新热点42
- 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43
 - 一、社会主义新农村民主政治社会化建设的现状44
 - 二、社会主义新农村民主政治社会化建设的核心45
 - 三、社会主义新农村民主政治社会化建设的基础45
 - 四、社会主义新农村民主政治社会化建设的保障46
- 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47
 - 一、市场推广在农业旅游行业中的重要性47
 - 1、提高对农村居民旅游市场的认识47
 - 2、刺激农村居民消费需求48
 - 3、强化对农村旅游市场的宣传48
 - 4、针对性地开发农民旅游产品48
 - 5、切实推出旅游惠农政策49
 - 6、重视农村导游人员培训49
 - 二、市场推广在农村养老市场的重要性50
 - 1、市场推广在农村养老市场的重要性50
 - 2、农村养老市场推广工作中遇到的问题50
 - 三、市场推广在农用机械行业中的重要性51
 - 1、现状和问题51
 - 2、市场推广在农业机械行业的重要性53
- 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55
 - 一、营销渠道含义及特征55

二、建立营销渠道的重要性56

三、建立适应新经济形势的营销渠道56

1、改善常规营销渠道56

2、适度扩展一体化直销渠道56

3、争取渠道成员的方法57

1、渠道成员的选择57

2、渠道成员的鼓励58

3、渠道成员的评估58

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59

第一节 2019-2023年社会主义新农村道路建设市场规模统计59

第二节 社会主义新农村道路建设下游应用市场结构60

一、农村旅游市场结构60

二、农村养老市场结构61

三、农业机械市场结构61

四、农业科技市场结构62

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62

第四节 2024-2029年我国社会主义新农村道路建设市场规模预测68

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69

第一节 社会主义新农村道路建设行业新品推广模式研究69

一、2019-2023年最有效的新品推广模式69

二、新产品的推广差异化70

三、新品推广的具体形式72

- 1、首推性价比最高的推广模式。72
 - 2、站外连接。74
 - 3、视频娱乐。74
 - 4、博客微博。75
 - 5、QQ/QQ群。75
 - 6、百度文库、百度百科。76
 - 7、百度问答。76
 - 8、网络分类信息推广广告。76
 - 9、网站优化。76
 - 10、400、800电话、客服QQ。76
 - 11、SEM及SEO。77
- 四、如何用推广提升产品销量77
- 1、产品力的拉动77
 - 2、推销力的刺激77
 - 3、渠道竞争力的构建78
- 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79
- 一、中间商的重要性79
 - 二、选择中间商的原则80
 - 三、选择中间商的条件80
- 1、中间商的市场范围80
 - 2、中间商的产品政策81
 - 3、中间商的地理区位优势81
 - 4、中间商的产品知识81
 - 5、预期合作程度81

6、中间商的财务状况及管理水平81

7、中间商的促销政策和技术82

8、中间商的综合服务能力82

四、合格中间商的判别标准82

五、中间商的功能83

六、中间商参与机制84

第三节 社会主义新农村道路建设市场网络推广策略研究85

第四节 社会主义新农村道路建设市场广告宣传策略96

第五节 社会主义新农村道路建设新产品推广常见问题97

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99

第四章 社会主义新农村道路建设盈利模式研究103

第一节 社会主义新农村道路建设市场盈利模式的分类103

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103

第三节 社会主义新农村道路建设经销商盈利模式研究109

2、自有品牌盈利模式112

3、战略联盟盈利模式112

4、掌控终端盈利模式113

第四节 社会主义新农村道路建设零售业盈利模式研究115

第五节 影响网络目标市场营销策略选择的因素117

一、宏观因素117

1、人口因素117

2、经济因素117

3、网络营销的基本环境及其发展趋势118

二、微观因素118

1、企业本身118

2、物流渠道119

3、竞争者119

4、市场119

第六节 网络营销盈利模式研究120

一、网络营销盈利模式的涵义编辑本段120

1、网络营销120

2、盈利模式120

3、网络营销盈利模式121

二、国内网络营销盈利模式的发展及分类121

1、整合网络营销盈利模式。122

2、跨平台多元业务盈利模式。122

3、基于不同应用平台的盈利模式。123

4、网络营销教育培训发展模式。124

三、网络营销盈利模式成功的原因124

1、整合盈利模式成功的原因。125

2、综合门户网站盈利模式成功的原因。125

3、专门或专业的盈利模式成功的原因。125

4、网络营销培训模式的成功原因。126

四、网络营销盈利模式的发展方向与创新思路126

1、发展方向。126

2、创新思路。127

第五章 社会主义新农村道路建设营销渠道建立策略128

第一节 社会主义新农村道路建设市场营销渠道结构128

一、主力型渠道128

二、紧凑型渠道128

三、伙伴型渠道128

四、松散型渠道129

第二节 社会主义新农村道路建设市场伙伴型渠道研究129

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132

一、直接分销渠道132

1、直接分销渠道的定义132

2、直接营销渠道起源132

3、直接营销渠道的优势133

4、直接营销渠道环境134

二、间接分销渠道(长渠道、短渠道)135

1、间接渠道的定义135

2、间接渠道的优缺点135

第四节 渠道经销管理问题136

一、销售渠道管理缺乏效率136

二、专业化渠道企业发展缺乏稳定性136

三、企业过分依赖中间商137

四、渠道冲突严重137

第六章 我国农业科技行业产业链分析138

第一节 农业科技行业产业链分析138

一、产业链结构分析138

二、主要环节的增值空间138

三、与上下游行业之间的关联性140

第二节 农业科技上游行业分析140

一、农业科技成本构成140

二、2019-2023年上游行业发展现状142

三、2024-2029年上游行业发展趋势142

四、上游行业对农业科技行业的影响143

第三节 农业科技下游行业分析143

一、农业科技下游行业分布143

二、2019-2023年下游行业发展现状144

三、2024-2029年下游行业发展趋势155

四、下游需求对农业科技行业的影响158

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163

第一节 海南神农大丰种业科技股份有限公司163

一、企业概况163

二、企业优势分析164

三、2019-2023年经营状况164

四、2024-2029年发展规划166

第二节 新疆机械研究院股份有限公司169

一、企业概况169

二、企业优势分析169

三、2019-2023年经营状况170

四、2024-2029年发展规划172

第三节 合肥丰乐种业股份有限公司173

一、企业概况173

二、企业优势分析174

三、2019-2023年经营状况174

四、2024-2029年发展规划177

第四节 湖南亚华种业股份有限公司179

一、企业概况179

二、企业优势分析179

三、2019-2023年经营状况180

四、2024-2029年发展规划182

第五节 袁隆平农业高科技股份有限公司184

一、企业概况184

二、企业优势分析186

三、2019-2023年经营状况186

四、2024-2029年发展规划190

第八章 社会主义新农村建设道路市场发展战略研究192

第一节 行业发展战略研究192

一、战略综合规划192

二、技术开发战略194

三、业务组合战略195

四、区域战略规划197

五、产业战略规划198

六、营销品牌战略198

七、竞争战略规划199

第二节 品牌战略201

一、品牌的重要性201

二、实施品牌战略的意义202

三、企业品牌的现状分析203

四、企业的品牌战略204

五、品牌战略管理的策略206

第三节 重点客户战略210

一、实施重点客户战略的必要性210

二、合理确立重点客户211

三、实施重点客户战略要重点解决的问题212

四、重点客户管理功能213

图表目录

图表：2019-2023年社会主义新农村道路建设市场规模统计数据59

图表：2019-2023年农村旅游市场客源区域结构60

图表：2019-2023年农村旅游市场规模占比60

图表：2019-2023年农村养老市场规模占比61

图表：2019-2023年农用机械市场规模占比61

图表：2019-2023年农业科技市场市场规模占比62

图表：2024-2029年我国社会主义新农村道路建设市场规模预测68

图表：农业科技成本构成142

图表：我国农作物耕种收综合机械化水平发展趋势146

图表：农业机械化发展阶段情况147

图表：2019-2023年海南神农大丰种业股份有限公司偿债能力分析164

图表：2019-2023年海南神农大丰种业股份有限公司资本结构分析164

图表：2019-2023年海南神农大丰种业股份有限公司盈利能力分析165

图表：2019-2023年海南神农大丰种业股份有限公司成长能力分析165

- 图表：2019-2023年海南神农大丰种业股份有限公司营运能力分析166
- 图表：2019-2023年海南神农大丰种业股份有限公司发展能力分析166
- 图表：2019-2023年海南神农大丰种业股份有限公司现金流量分析166
- 图表：2019-2023年新疆机械研究院股份有限公司偿债能力分析170
- 图表：2019-2023年新疆机械研究院股份有限公司资本结构分析170
- 图表：2019-2023年新疆机械研究院股份有限公司盈利能力分析171
- 图表：2019-2023年新疆机械研究院股份有限公司成长能力分析171
- 图表：2019-2023年新疆机械研究院股份有限公司营运能力分析172
- 图表：2019-2023年新疆机械研究院股份有限公司发展能力分析172
- 图表：2019-2023年新疆机械研究院股份有限公司现金流量分析172
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司偿债能力分析174
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司资本结构分析175
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司经营效率分析175
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司获利能力分析175
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司发展能力分析176
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司现金流量分析176
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司发展能力分析176
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司主营业务收入分析177
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司产品结构分析177
- 图表：2019-2023年合肥丰乐种业股份有限公司区域收入分析177
- 图表：2019-2023年湖南亚华种业股份有限公司偿债能力分析180
- 图表：2019-2023年湖南亚华种业股份有限公司资本结构分析180
- 图表：2019-2023年湖南亚华种业股份有限公司成长能力分析180
- 图表：2019-2023年湖南亚华种业股份有限公司营运能力分析181

- 图表：2019-2023年湖南亚华种业股份有限公司盈利能力分析181
- 图表：2019-2023年湖南亚华种业股份有限公司发展能力分析181
- 图表：2019-2023年湖南亚华种业股份有限公司现金流量分析182
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司偿债能力分析186
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司资本结构分析187
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司经营效率分析187
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司获利能力分析187
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司发展能力分析188
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司现金流量分析188
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司投资收益分析189
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司主营业务收入分析189
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司产品结构分析189
- 图表：2019-2023年袁隆平农业高科技股份有限公司区域收入分析190
- 图表：四种基本的品牌战略210

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170210/33505.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)