

2020-2025年中国土特产行业市场调研分析及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国土特产行业市场调研分析及投资战略咨询报告》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.huaon.com/detail/498106.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

土特产（土产）指某地特有的或特别著名的产品。广义的土特产，不仅包含着农林特产，而且也将矿物产品、纺织品、工艺品等包括进去，一般而言，土特产是指来源于特定区域、品质优异的农林产品或加工产品，土特产可以是直接采收的原料，也可以经特殊工艺加工的制品，无论是原料还是制品，其品质与同类产品相比，应该是特优的或有特色的。

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：

第一章土特产行业相关界定

第一节 相关概念界定

- 一、农产品
- 二、农副产品
- 三、特色农产品
- 四、土特产品

第二节土特产的特点

- 一、地域性
- 二、季节性
- 三、不稳定性
- 四、其他特点

第二章土特产产业发展现状分析

第一节 土特产产业概况

第二节土特产行业现状及发展分析

- 一、特产行业
- 二、行业现状
- 三、模式分析
- 四、行业突破

第三节把脉地方特产经营现状

- 一、调查的过程中的一些问题
- 二、传统行业加快新陈代谢来适应市场的对策

第四节土特产品牌的时尚高端化演绎

第五节中国特产的发展趋势

- 一、产品——创新化
- 二、区域——全国化
- 三、渠道——连锁化
- 四、模式——电商化
- 五、推广——参与化

第三章土特产电子商务发展分析

第一节“名优特产”特产行业网络营销发展新动向

第二节特产产业在电子商务行业异军突起

第三节土特产网店市场商机分析

- 一、土特产网上热卖
- 二、信誉和品质最关键
- 三、网络零售前景诱人
- 四、特产网店的经营之道
- 五、实例：用网络招揽客户

第四节基于电子商务的邮政土特产营销模式探讨

- 一、邮政土特产4P营销策略
- 二、土特产市场和销售存在的问题
- 三、基于电子商务的整合营销模式

第四章部分省市土特产行业分析

第一节 福建土特产行业发展分析

- 一、福建省主要特产
- 二、福建各地土特产介绍
- 三、泉州土特产介绍
- 四、福建拟在淘宝网等知名网络销售平台建“特产馆”

第二节东北地区土特产产业的规模化战略研究

- 一、东北地区土特产产业现状
- 二、东北地区土特产产业SWOT分析
- 三、东北地区土特产产业的规模化战略研究
- 四、东北地区加大发展土特产产业的意义

第三节山西旅游土特产品的市场分析及营销策略

- 一、山西旅游土特产品市场分析

二、山西土特产品的营销策略

第四节山西土特产的品牌建设路径

- 一、品牌建设的重要性
- 二、山西土特产品品牌的现状
- 三、山西土特产的品牌路径建设

第五节河南特产企业的营销策略分析

- 一、地方特产的基本特征
- 二、河南土特产企业存在的营销策略问题
- 三、河南特产企业的营销策略分析

第六节2019年四川特产店分析分析

第五章2020-2025年中国土特产行业发展策略

第一节 旅游城市土特产品的品牌策略探究

- 一、桂林土特产品现状及问题
- 二、土特产品的品牌营销策略

第二节土特产营销攻略

- 一、土特产市场存在的问题
- 二、土特产营销存在的问题
- 三、土特产营销策略

第三节从礼品向消费市场升级将成特产主流营销方式

- 一、特产现状：鱼龙混杂，良莠不齐。
- 二、土特产营销：离现代品牌营销近一点
- 三、特产品牌：精准需求做霸主

第四节落后地区土特产品物流特点及发展瓶颈分析

- 一、中国落后地区物流发展状况
- 二、土特产品定义、特点及分类
- 三、落后地区土特产品物流特点
- 四、落后地区土特产品物流改善思路

第五节桂林土特产市场营销策略研究

- 一、桂林土特产基本情况
- 二、桂林土特产市场分析
- 三、桂林土特产的市场营销策略研究

第六章2020-2025年中国土特产行业经营管理策略

第一节 特产店经营策略探讨

一、特产店定位

二、特产店业务系统

三、特产店盈利模式

四、特产店关键资源和能力

五、特产店现金流

第二节土特产掘金秘籍

一、土特产经营特点

二、土特产专卖店，生意方式有讲究

三、赢利要诀

四、土特产加工，三条时尚赚钱思路

六、土特产经营者策略

第三节土特产专卖盈利模式

一、有人关门倒闭

二、毛利率高达50%

三、靠的是团购支撑

四、黄金地段开店算的是大账

五、情感诉求成为卖点

六、土的东西仍需要经营创新

第四节从猫哆哩看土特产如何走出区域市场

一、营销经验难复制

二、重塑土特产价值

三、销售渠道科学定位

第五节“土特产”如何变成“金蛋蛋”

第六节东北土特产的营销策略研究

一、东北土特产的行业现状

二、东北土特产营销存在的问题

三、东北土特产营销策略实施建议

第七章2020-2025年中国土特产行业包装策略

第一节 土特产包装的本土性表达

一、关于土特产包装的本土性认识

二、土特产包装存在的问题

三、改变土特产包装现状的方法

第二节安徽土特产包装现状

一、对产品包装设计的认识不足

二、地域视觉元素在包装中运用较少

三、包装样式雷同，品牌意识薄弱

四、高档次产品的较少

第三节基于宜春地区土特产包装设计在品牌推广上的问题与对策

一、宜春地区土特产包装设计的现状

二、如何解决宜春地区土特产包装设计所存在的问题

三、结语

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/498106.html>