

# 2020-2026年中国土特产行业 发展分析及前景策略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国土特产行业发展分析及前景策略研究报告》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/201910/144081.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

特产具有当地特色，部分产品还具有独特的人文、历史或收藏价值。从产品类别的归属来看，特产是旅游商品的主要构成部分，同时也是一种地理标志产品，犹如一张地方名片，使产品具有了特殊的文化象征。

2010年我国土特产行业的市场规模为6350亿元，近年来随着国内经济的稳步增长，销售渠道的日趋完善，2016年我国土特产销售市场规模达到11520亿元。 2010-2016年我国土特产市场规模走势图

本中国土特产行业市场监测与发展前景研究报告由北京智研科信咨询有限公司出品，通过专业的文字、图表形式，向您全面而详细描述土特产行业的发展现状。共研咨询通过多年的行业研究，建立了一整套完备的产业研究体系，其研究方法一直处于业内领先地位。本中国土特产行业市场监测与发展前景研究报告是2017-2019年度，国内最全面、研究最深入、数据资源最强大的研究报告产品，能为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由共研咨询公司领衔撰写，资料来源于庞大缜密的市场调研。报告建立于国家统计局、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、知识产权局、中国产业信息网提供的最新行业运行数据基础之上，验证于与我们联系紧密的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

本报告重点分析了土特产行业标杆企业的经营状况，并揭示出行业的发展前景与市场机会。报告能为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层部署战略规划提供准确的市场情报及科学的决策依据，同时也对银行信贷部门具备参考价值。

报告目录：

### 第一章 土特产行业相关界定 1

#### 第一节 相关概念界定 1

一、农产品 1

二、农副产品 3

三、特色农产品 3

四、土特产品 4

#### 第二节 土特产的特点 4

一、地域性 4

- 二、季节性 4
- 三、不稳定性 4
- 四、其他特点 4

## 第二章土特产产业发展现状分析 5

### 第一节 土特产产业概况 5

### 第二节 土特产行业现状及发展分析 6

#### 一、特产行业 6

#### 二、行业现状 6

#### 三、模式分析 13

#### 四、行业突破 14

### 第三节 把脉地方特产经营现状 14

#### 一、调查的过程中的一些问题 14

#### 二、传统行业加快新陈代谢来适应市场的对策 15

### 第四节 土特产品牌的时尚高端化演绎 16

### 第五节 中国特产的发展趋势 18

#### 一、产品——创新化 18

#### 二、区域——全国化 18

#### 三、渠道——连锁化 19

#### 四、模式——电商化 19

#### 五、推广——参与化 19

## 第三章土特产电子商务发展分析 20

### 第一节 “名优特产”特产行业网络营销发展新动向 20

### 第二节 特产产业在电子商务行业异军突起 21

### 第三节 土特产网店市场商机分析 22

#### 一、土特产网上热卖 22

#### 二、信誉和品质最关键 23

#### 三、网络零售前景诱人 23

#### 四、特产网店的经营之道 24

#### 五、实例：用网络招揽客户 25

### 第四节 基于电子商务的邮政土特产营销模式探讨 26

一、邮政土特产4P营销策略	26
二、土特产市场和销售存在的问题	27
三、基于电子商务的整合营销模式	27
第四章部分省市土特产行业分析	31
第一节 福建土特产行业发展分析	31
一、福建省主要特产	31
二、福建各地土特产介绍	32
三、泉州土特产介绍	35
四、福建拟在淘宝网等知名网络销售平台建“特产馆”	38
第二节 东北地区土特产产业的规模化战略研究	39
一、东北地区土特产产业现状	39
二、东北地区土特产产业SWOT分析	39
三、东北地区土特产产业的规模化战略研究	41
四、东北地区加大发展土特产产业的意义	43
第三节 山西旅游土特产品的市场分析及营销策略	44
一、山西旅游土特产品市场分析	44
二、山西土特产品的营销策略	46
第四节 山西土特产的品牌建设路径	48
一、品牌建设的重要性	48
二、山西土特产品品牌的现状	49
三、山西土特产的品牌路径建设	52
第五节 河南特产企业的营销策略分析	52
一、地方特产的基本特征	52
二、河南土特产企业存在的营销策略问题	53
三、河南特产企业的营销策略分析	54
第六节 2017年四川特产店分析	58
第五章 2020-2026年中国土特产行业发展策略	63
第一节 旅游城市土特产品的品牌策略探究	63
一、桂林土特产品现状及问题	63
二、土特产品的品牌营销策略	64

第二节 土特产营销攻略	65
一、土特产市场存在的问题	65
二、土特产营销存在的问题	66
三、土特产营销策略	67
第三节 从礼品向消费市场升级将成特产主流营销方式	67
一、特产现状：鱼龙混杂，良莠不齐	67
二、土特产营销：离现代品牌营销近一点	68
三、特产品牌：精准需求做霸主	69
第四节 落后地区土特产品物流特点及发展瓶颈分析	70
一、中国落后地区物流发展状况	70
二、土特产品定义、特点及分类	71
三、落后地区土特产品物流特点	72
四、落后地区土特产品物流改善思路	73
第五节 桂林土特产市场营销策略研究	74
一、桂林土特产基本情况	74
二、桂林土特产市场分析	75
三、桂林土特产的市场营销策略研究	76
第六章 2020-2026年中国土特产行业经营管理策略	71 78
第一节 特产店经营策略探讨	78
一、特产店定位	78
二、特产店业务系统	78
三、特产店盈利模式	79
四、特产店关键资源和能力	79
五、特产店现金流	80
第二节 土特产掘金秘籍	80
一、土特产经营特点	80
二、土特产专卖店，生意方式有讲究	81
三、赢利要诀	82
四、土特产加工，三条时尚赚钱思路	83
六、土特产经营者策略	86
第三节 土特产专卖盈利模式	87

一、有人关门倒闭 有人星夜开店	87
二、毛利率高达50%	88
三、靠的是团购支撑	88
第四节 从猫哆哩看土特产如何走出区域市场	89
一、营销经验难复制	89
二、重塑土特产价值	89
三、销售渠道科学定位	93
第五节 “土特产”如何变成“金蛋蛋”	93
第六节 东北土特产的营销策略研究	94
一、东北土特产的行业现状	94
二、东北土特产营销存在的问题	95
三、东北土特产营销策略实施建议	96
第七章 2020-2026年中国土特产行业包装策略	99
第一节 土特产包装的本土性表达 ( zycwb235 )	99
一、关于土特产包装的本土性认识	99
二、土特产包装存在的问题	100
三、改变土特产包装现状的方法	100
第二节 安徽土特产包装现状	101
一、对产品包装设计的认识不足	101
二、地域视觉元素在包装中运用较少	102
三、包装样式雷同，品牌意识薄弱	102
四、高档次产品的较少	102
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	103
一、宜春地区土特产包装设计的现状 ( zycwb235 )	103
二、如何解决宜春地区土特产包装设计所存在的问题	104
三、结语	106

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144081.html>