

<<农村市场营销研究>>

图书基本信息

书名：<<农村市场营销研究>>

13位ISBN编号：9787509202920

10位ISBN编号：7509202922

出版时间：2008-1

出版时间：中国市场出版社

作者：柳思维

页数：384

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<农村市场营销研究>>

### 内容概要

湖南是一个历史悠久的鱼米之乡，是我国重要的农业大省。但是目前农村市场建设严重滞后于城市，农村市场环境较差，体系还不完善，布局不尽合理，导致“有市无场”和“有场无市”产状况存在，农村市场的营销问题依然十分突出，迫切需要理论界研究、总结，探索对策。

基于此，湖南营销理论界的同仁以湖南省市场学会为研究平台，各抒己见，比较系统、深入地探讨了湖南新农村建设中的营销战略以及营销手段的创新问题，提供了许多有价值的观点、对策。

本书是从实践出发研究农村营销问题的创新思想与研究成果，具有一定的学术价值与应用价值。

## <<农村市场营销研究>>

### 作者简介

柳思维，教授、博士生导师，1947年出生。

系湖南商学院经济管理研究所所长，湖南商学院省级重点学科企业管理首席责任教授，国家精品课程“贸易经济学”主持人。

担任全国哲学社会科学规划应用经济学科组评委、全国高等院校商业经济教学研究会副会长、中国商业经济学会学术委员会委员、湖南省社科联副主席、湖南省现代流通理论研究基地首席专家、湖南省市场学会会长等多种学术职务。

自20世纪70年代末以来，一直致力于市场、流通及经济管理方面的研究。

先后主持完成2项国家社科基金项目，1项省社科重大项目及16项省级研究课题，公开发表论文280多篇，出版著述、教材18部，先后30多次荣获国内各种科研成果奖。

## <<农村市场营销研究>>

### 书籍目录

第一部分 农村市场体系研究1.关于完善湖南省农村商品市场体系的若干问题2.建设和谐新农村必须高度重视农村市场流通——224份问卷调查反映湖南农村市场十大问题3.湖南农业工业化发展战略与对策研究4.从完善农村现代流通体系着手构建社会主义新农村5.加快县域城镇化发展扩大农村消费需求6.小城镇建设的营销学思考7.现代农产品市场体系的科学价值：利益原理与交易费用分析8.试论乡村旅游对农村建设带来的挑战9.论湖南旅游节庆的创新开发10.农村人力资源能力建设问题探讨11.我国农村居民消费增长缓慢的原因及对策分析第二部分 农村市场营销策略研究1.构建农产品新型营销体系的探讨2.我国农村零售业发展策略研究3.协议约束力对联盟利益分配的影响探究4.国内连锁商业企业开拓农村市场的选址策略5.从比较优势到竞争优势的理论与实证分析——以中国强优势产品蔬菜、猪肉产品为例6.浅析保健品在农村市场的营销策略7.长沙市农村消费品市场的发展策略探析8.新农村建设背景下我国乡村旅游营销组合策略浅探9.农产品连锁经营存在的问题与对策10.农村市场体验营销策略初探11.农村批发商业的营销困境与创新12.农村耐用品消费市场营销策略探析13.企业战略资源配置方法的批判性回顾14.产品生命周期不同阶段的营销策略研究第三部分 农产品与农村物流研究

## <<农村市场营销研究>>

### 章节摘录

第一部分 农村市场体系研究： 二、加快完善湖南省农村商品流通体系的主要内容、对策：  
完善湖南省农村市场体系是一个长期过程，从目前情况来看，要突出重点，注意抓好以下几个方面。

（一）稳步推进“万村千乡”工程。

突出重点，发展农村连锁经营： 1．优先发展农村食品连锁店。

“民以食为天”，让农民方便地买到放心、安全的食品与副食品是解决农村市场农民买难的首要问题，也是农村调查中农民要求最迫切的，这是发展农村连锁店的重点，应有计划地推动实施“万村千乡”工程的龙头企业在县城建立食品连锁中心店或配送中心，并逐步选择条件较好的小城镇、乡、村下伸或发展加盟店、便利店。

要以经济发达、交通方便、人口密度相对较大的农村以及铁路、公路沿线的交通节点作为食品及综合连锁店下乡的先行地区，加快建立食品连锁店、综合连锁店（含直销店、加盟店）。

力争在“十一五”期间，全省的重点小城镇和建制镇都开设食品连锁店，条件较好的村都有加盟店，尤其要引导和组织农村众多的代售店、夫妻店、便利店建立标准化、规范化的经营制度，有步骤地实行加盟连锁。

2．逐步建立农业生资连锁经营网络。

要特别重视农业生产资料连锁店下伸，以解决农业生产资料终端市场乱涨价及假冒伪劣商品泛滥的问题。

要扶持农业生资经营的龙头企业在县城建立生资配送中心，并在有条件的镇（乡）、村建立和发展农业生资经营便利店和加盟店，直接向农民供应农业生产资料，形成“县级店—乡镇店—村级店”的供应网络，力争用3～5年时间使县一级中心店覆盖全省80%以上的县，乡镇店覆盖乡镇总数的70%以上，村级农业生产资料连锁店覆盖全省行政村的50%以上。

……

<<农村市场营销研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>