

<<农产品市场营销>>

图书基本信息

书名：<<农产品市场营销>>

13位ISBN编号：9787811176117

10位ISBN编号：7811176114

出版时间：2008-11

出版时间：赵晨霞、李玉冰、农业部农民科技教育培训中心、中央农业广播电视学校 中国农业大学出版社 (2008-11出版)

作者：赵晨霞，李玉冰 著

页数：153

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>

<<农产品市场营销>>

内容概要

《农产品市场营销》结合我国农产品市场营销的实践，从农产品市场营销的原理和实践两方面对农产品市场营销的理论、策略及方法技巧进行了较全面的介绍。

内容包括我国农产品营销的背景、市场营销观念、市场细分与选择目标市场、农产品的商品特性与营销要求、市场营销调研、目标市场定位、营销组合策略、销售途径、粮油作物营销、园艺产品营销、肉类产品营销、禽蛋营销、乳制品营销、水产品营销等。

在此基础上，还列举了一些农产品营销的成功案例。

<<农产品市场营销>>

书籍目录

一、农业与农产品营销(一) 我国农业和农村经济发展现状(二) 我国农产品供给形势(三) 我国农产品及农产品市场的特点(四) 制约农产品营销的因素(五) 我国农产品营销体系与农产品市场营销存在的问题(六) 农产品呼唤市场营销(七) 构建现代农产品营销体系二、农产品市场营销观念(一) 农产品市场营销的概念及作用(二) 农产品市场营销的特点(三) 市场营销观念及新发展三、农产品市场细分与选择目标市场(一) 农产品市场细分的意义(二) 农产品市场细分的原则(三) 农产品市场细分的程序(四) 农产品市场细分的方法(五) 细分市场中正确选择目标市场(六) 购买心理过程与购买动机(七) 影响购买行为的因素(八) 购买决策过程四、农产品的商品特性与营销要求(一) 农产品的商品特性(二) 农产品营销要求五、农产品市场营销调研(一) 市场营销调研的类型(二) 市场营销调研的方法(三) 农产品市场营销调研的内容(四) 农产品市场营销调研的程序六、农产品目标市场定位(一) 影响农产品目标市场选择的因素(二) 农产品目标市场定位的方法七、农产品营销组合策略(一) 农产品的开发(二) 农产品竞争策略(三) 农产品的定价方法(四) 农产品的促销方法(五) 农产品的销售渠道选择八、农产品销售途径(一) 批发(二) 零售(三) 农产品网络营销(四) 农产品绿色营销九、粮油作物营销(一) 粮油作物生产与需求特点(二) 粮油作物营销的重要性(三) 粮油作物营销过程(四) 粮油作物营销方法十、园艺产品营销(一) 园艺产品生产特点(二) 园艺产品消费特点(三) 园艺产品营销特点(四) 园艺产品国际营销十一、肉类产品营销(一) 肉类产品生产特点(二) 肉类产品消费特点(三) 肉类产品营销渠道(四) 肉类产品等级标准与安全十二、禽蛋营销(一) 禽蛋的商品特点(二) 禽蛋的消费需求及趋势(三) 禽蛋的营销渠道与营销要点十三、乳制品营销(一) 乳制品生产特点(二) 乳品消费特点(三) 政府对奶业发展的支持(四) 乳品营销渠道(五) 乳品企业及竞争十四、水产品营销(一) 水产品生产特点(二) 水产品消费特点(三) 水产品营销特点十五、农产品营销组织与营销队伍(一) 农民专业合作社是农产品营销组织的主体(二) 现阶段农产品营销组织(三) 农产品营销组织的建立十六、农产品营销成功案例(一) 营销牛奶——新疆乳业体验式营销案例(二) 小产品,大市场——乌江榨菜营销策划(三) 老蜂农蜂蜜——一个农业小产品品牌化成功案例(四) 农产品网络营销掘出“真金”(五) 美国苹果在日本市场的成功营销(六) 小杏仁做出的大产业(七) 细分乳业主打单品——智强集团细分市场营营销案例参考文献

<<农产品市场营销>>

章节摘录

插图：（一）农产品市场细分的意义所谓市场细分是指根据用户和消费群需求的差异性，将市场细分为若干个具有类似需求的用户群的过程。

市场细分后每一个用户和消费群就是一个细分市场，也称为“子市场”或“亚市场”。

每一个细分市场都是由具有类似需求的用户和消费者构成的群体。

分属不同细分市场的用户对同一产品的需求存在明显差别，而属于同一细分市场的用户群，他们的需求极其相似。

农产品用户和消费群是一个处在变化发展中的运动体。

进行农产品市场细分，有利于发现市场营销机会。

运用市场细分手段，农户不仅可以找到对自己有利的目标市场，推出相应的产品，还可根据目标市场的变化情况，不断改进老产品，开发新产品，开拓新市场。

北方一些农民把鸡蛋的蛋黄和蛋清分开卖，拆零拆出了大市场。

爱吃蛋黄的消费者买蛋黄，爱吃蛋清的消费者买蛋清，各有所爱，各得其便。

消费者得到了实惠，卖方也赚到了以前赚不到的钱。

进行农产品市场细分，能有效地制定最优营销策略。

因为任何一个优化的市场营销组合策略的制定，都是针对所要进入的目标市场。

离开目标市场，制定市场营销策略就会无的放矢。

<<农产品市场营销>>

编辑推荐

《农产品市场营销》既可作为农业生产经营一线专业农户和农民专业合作社等的培训教材，也可供基层农业、畜牧技术与管理人员和农业职业院校相关专业师生等学习参考使用。是由中国农业大学出版社出版的。

<<农产品市场营销>>

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>