



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国土特产行业市场深度评估及发展前景预测报告

一、调研说明

《2022-2027年中国土特产行业市场深度评估及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/360260.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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

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2021年四川特产店分析分析

第五章2022-2027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

第二节土特产营销攻略

第三节从礼品向消费市场升级将成特产主流营销方式

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2022-2027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

第四节从猫哆哩看土特产如何走出区域市场

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2022-2027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.icandata.com/view/360260.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

3、具体与抽象方法

4、分析与综合方法

5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。