

<<为农副产品找销路>>

图书基本信息

书名：<<为农副产品找销路>>

13位ISBN编号：9787307081215

10位ISBN编号：7307081210

出版时间：2010-10

出版时间：武汉大学出版社

作者：巴陵

页数：215

字数：156000

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>

<<为农副产品找销路>>

前言

党中央提出建设社会主义新农村，这是惠及亿万农民的大事、好事、实事。

建设新农村，关键是培养新农民。

农村要小康，科技挑大梁；农民要致富，知识来开路。

目前，农副产品经营中普遍出现了买方市场，各地几乎都正面临着“种得出，养得出，却卖不出”的严峻形势，一些地方农户种养获得大丰收，却“谷贱伤农”，收成反而不如往年，甚至出现亏损。

针对现在农民朋友“有东西卖不出去”或者“卖不出好价钱”的困境，我们特精心组织策划了这套急农民朋友之所急、想农民朋友之所想的“为农副产品找销路”丛书。

“三农”问题始终是关系党和人民事业发展的全局性和根本性问题。

建设社会主义新农村是贯彻落实科学发展观，构建和谐社会的一个重大的战略部署。

目前我国的农业正由传统农业向现代农业转化，我国农业发展进入了一个新的阶段，农副产品出现了局域性、结构性、阶段性的过剩，农副产品“卖难”的问题将越来越严重。

如何才能在激烈的竞争中求生存，如何提高农副产品的竞争力，如何才能将农副产品顺利地卖出去，如何将农副产品卖到国外去，这些均是广大农民朋友目前所要面临的具体问题。

要解决这些问题，就要求农民朋友在经营中树立起市场营销观念。

“营销”这个词，也许很多农民朋友会感到陌生和深奥。

其实，在农家生活中，祖祖辈辈就有把自家的农产品摆在集市售卖的传统。

农村集市贸易的历史相当悠久，与这种传统的集市买卖不同的是，农副产品营销是根据现代市场的供求规律以市场需求为目标的销售，就是变过去“等人来买”为今天的“找人去卖”。

这就需要农民朋友动一番脑筋，具备一些农副产品加工技能，懂一些市场营销知识，会一点农副产品策划技巧。

随着经济全球化的发展，当今企业的经营活动已纳入全球范围。

农副产品的营销也不例外。

农副产品日益丰富，营销方法将在市场中起着越来越重要的作用，而市场的变化日新月异，农副产品营销方法也将不可避免地要不断推陈出新。

比如，当下很流行的网络营销，既省钱也省力，轻点几下鼠标就能轻松帮你把农副产品卖出去。

为此，作为新时代的农民，也要与时俱进，不断学习，终身学习。

本丛书总结了我国农副产品市场营销的实践，从农副产品市场营销的原理和技巧两个方面对农副产品市场营销的策略、渠道及加工方法技巧等进行了较为全面的介绍。

内容包括蔬菜、粮油、果木、园艺、水产、畜牧，本丛书也是分为这六个分册来撰写的。

在此基础上，还列举了一些农副产品营销的成功案例。

在每本书的最后一章，我们系统收集整理了一些国内大型农副产品交易市场、农副产品深加工知名企业等的联系方式，目的就是帮助农民朋友们把自己的农副产品更好、更快地销售出去，在竞争中求生存，在竞争中谋发展。

本丛书力求内容通俗易懂，图文并茂，突出科学性、针对性、实用性和趣味性；力求用新技术、新内容、新形式，开拓营销的新境界。

本丛书所阐述的内容并非是将农副产品营销的方法逐项涉及，而是将一些基本的知识以及具体操作方法介绍给广大农民朋友们，希望对农民朋友们有所帮助，并能起到抛砖引玉的作用。

期盼广大农民朋友们能从本丛书中受到教益，在农副产品营销领域做出成绩，早日走上发家致富之路。

编者2010年6月

<<为农副产品找销路>>

内容概要

本书共分为七章，全面讲述了园艺的营销相关知识，包括园艺的分类，花卉业的发展，园艺的产品策略，产品定位策略，产品定价策略，产品促销策略，产品渠道策略以及花卉的储存运输、包装、组合营销等。

通过对园艺营销知识的介绍，为广大园艺经营者如何种植、管理、销售提供指导，并为如何解决园艺产品增值问题提供切实的帮助。

希望《为农副产品找销路：园艺》能成为广大园艺经营者尤其是花农朋友们的手头必备物，通过《为农副产品找销路：园艺》，为农民朋友的致富征程撒下一路花香。

<<为农副产品找销路>>

书籍目录

第一章 深受欢迎的园艺业

- 一、了解园艺产品
- 二、从传统到现代的园艺业
- 三、国内外花卉市场
- 四、园艺业的营销
- 五、大力开拓园艺产业

附录：中国十大名花

第二章 园艺产品市场概述

- 一、花卉产品的市场细分
- 二、花卉产品的市场调研
- 三、花卉产品的市场预测
- 四、花卉产品的消费

附录：两岸合作，推动南靖兰花产业发展

第三章 园艺的产品策略

- 一、园艺产品的定位
- 二、园艺产品的包装
- 三、园艺产品的定价
- 四、园艺产品的促销

附录：三圣乡的“五朵金花”

第四章 园艺产品渠道管理

- 一、园艺产品渠道类型
- 二、园艺产品渠道类型分析
- 三、如何选择园艺产品销售渠道

附录：国际花卉拍卖市场

第五章 园艺连锁经营

- 一、园艺产品的中间商
- 二、园艺产品的连锁经营
- 三、园艺产品连锁经营的发展方向

附录：花木经纪人搞活金坛花木业

第六章 园艺产品运输及营销管理

- 一、园艺产品运输及配送
- 二、园艺产品的网络营销
- 三、园艺产品的营销管理

附录：阿里巴巴网站和农产品营销

第七章 园艺产品“联系人”

- 一、政府指导部门
- 二、花卉交易市场
- 三、大超市（大卖场）
- 四、园艺B2B网站
- 五、各地花卉博览会

<<为农副产品找销路>>

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>