

2015-2020年中国供销合作社市场需求及投资前景 分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国供销合作社市场需求及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/180100.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

中华全国供销合作总社设立理事会、监事会，实行理事会主任负责制。中华全国供销合作总社理事会内设机构14个，监事会内设机构1个，有11家出资企业、16个直属事业单位和15家主管社团。也是国际合作社联盟（International Co-operative Alliance，缩写ICA）的成员。

合作社在我国已有近百年的历史。早在民主革命时期，毛泽东、刘少奇等党和国家领导人就多次论述过合作社的问题。新中国成立后，党和政府一直把发展合作社作为促进农村经济发展、解决农民问题的重要方面，切实给予引导、支持和推动。1949年11月，成立了中央合作事业管理局，主管全国合作事业。1950年7月，召开了中华全国合作社工作者第一届代表会议，通过了《中华人民共和国合作社法（草案）》、《中华全国合作社联合总社章程（草案）》等重要文件，成立了中华全国合作社联合总社，统一领导和管理全国的供销、消费、信用、生产、渔业和手工业合作社。1954年7月，召开了中华全国合作社第一次代表大会，修改了社章，将中华全国合作社联合总社更名为中华全国供销合作总社，建立了全国统一的供销合作社系统。从新中国成立到1957年，供销合作社在全国得到迅速发展，形成了一个上下连接、纵横交错的全国性流通网络，不仅成为满足农民生产生活需要、组织农村商品流通的主渠道，而且成为联结城乡、联系工农、沟通政府与农民的桥梁和纽带，对恢复国民经济、稳定物价、保障供给、促进农业和农村经济发展发挥了重要作用。这一时期，是供销合作社发展的黄金时期。

尽管2007-2011五年间我国供销合作社系统成绩斐然，但与国外供销社相比，仍存在总体发展还比较缓慢，整体实力和抵御风险能力都不强；经营服务网络薄弱，基层组织建设欠缺，尤其是基层供销社整体弱化的状况未见明显改观；系统经营理念、人才储备有待提高；农合联组织体系运行机制不完备，作用不明显；各区域、地区供销社发展不平衡等差距。

2014年中央1号文件和《政府工作报告》提出的一项重要改革任务，开展供销合作社综合改革试点。国务院批准同意供销合作总社在河北、浙江、山东、广东4省开展试点。据介绍，试点将按照改造自我、服务农民的要求，大力推进供销合作社组织创新、服务创新、经营创新，完善体制机制。通过健全基层组织，激发内在活力，进一步密切与农民利益联系，拓展服务领域、提高服务质量，推进服务规模化、流通现代化，促进实体性合作经济组织建设。努力将供销合作社打造成为农民生产生活服务的生力军和综合平台，提供“保姆式”“菜单式”服务。全国供销合作社系统2014年计划完成100家大型骨干批发市场的现代化改造，完善农产品批发市场的质量检测、包装加工及标准化集配功能，提升市场运营管理水平。鼓励骨干农产品批发市场构建产销一体化流通链条，开展冷藏储存、物流配送、终端直销网点建设。推进城市零售终端建设，逐步把供销合作社网点延伸到城市社区。

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家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 中国供销合作社发展历程与背景

1.1 供销合作社定义

1.1.1 定义

1.1.2 系统体系

1.2 供销合作社发展历程

1.2.1 初创阶段

1.2.2 繁荣阶段

1.2.3 改革阶段

1.3 供销合作社政策背景

1.3.1 相关政策回顾

1.3.2 现有政策配套情况

1.4 供销合作社经济背景

1.4.1 计划经济背景

1.4.2 市场经济背景

1.5 供销合作社金融背景

1.5.1 农村金融需求现状

1.5.2 农村融资渠道及用途

第二章 中国供销合作社发展现状分析

2.1 供销合作社发展规模

2.1.1 供销合作社资产规模

2.1.2 供销合作社人员规模

2.1.3 供销合作社机构规模

2.2 供销合作社经营现状

2.2.1 供销合作社销售情况

(1) 供销合作社销售规模

(2) 供销合作社分产品销售结构

(3) 供销合作社分地区销售结构

(4) 供销合作社分企业性质销售结构

2.2.2 供销合作社盈利情况

2.2.3 供销合作社进出口情况

2.3 供销合作社项目建设

2.3.1 项目建设投资规模

2.3.2 项目建设完成情况

2.3.3 项目建设资金来源

2.4 供销合作社金融服务

2.4.1 小额贷款服务情况

2.4.2 担保业务服务情况

2.4.3 银行业务服务情况

2.4.4 农村资金互助业务服务情况

2.4.5 其他金融业务服务情况

第三章 中国供销合作社经营模式及定位分析

3.1 农业生产资料经营模式及定位分析

3.1.1 农业生产资料经营分析

(1) 全社会农资经营分析

1) 化肥经营分析

2) 农药经营分析

3) 农膜经营分析

4) 农机经营分析

(2) 供销合作社农资经营分析

3.1.2 供销合作社农资经营模式

(1) 封闭经营模式

(2) 半开放农资经营模式

(3) 开放经营农资经营模式

(4) 未来农资经营模式设想

3.1.3 供销合作社农资经营定位及优势

(1) 农资市场基本特征

(2) 供销合作社经营农资的优势

(3) 供销合作社农资连锁经营的定位

1) 市场定位

2) 品牌定位

3) 连锁方式定位

4) 连锁途径定位

5) 连锁网络定位

(4) 供销合作社农资连锁经营发展趋势

3.1.4 供销合作社农资连锁经营成功经验

(1) 新疆农资连锁经营成功经验

(2) 重庆农资连锁经营成功经验

3.2 消费品经营模式及定位分析

3.2.1 消费品经营分析

- (1) 全社会消费品零售额
- (2) 供销合作社消费品零售额

3.2.2 供销合作社消费品营销模式

- (1) 产品驱动型营销模式
- (2) 推广驱动型营销模式
- (3) 渠道驱动型营销模式

3.2.3 供销合作社消费品经营定位及优势

- (1) 农村消费品市场基本特征
- (2) 供销合作社经营消费品的优势
- (3) 供销合作社消费品经营的定位

3.2.4 供销合作社消费品经营成功经验

3.3 农副产品经营模式及定位分析

3.3.1 农副产品经营分析

- (1) 农副产品购销情况
- (2) 棉花购销情况

3.3.2 农副产品产业化经营分析

- (1) 农副产品产业化发展历程
- (2) 农副产品产业化主要特征
- (3) 农副产品产业化发展规模
- (4) 农副产品产业化经营业绩

3.3.3 供销合作社农副产品经营模式

- (1) 终端直供
- (2) 果蔬礼品
- (3) 便民网点

3.3.4 供销合作社农副产品经营定位及优势

- (1) 农副产品市场基本特征
- (2) 供销合作社经营农副产品的优势
- (3) 供销合作社农副产品经营的定位

3.3.5 供销合作社农副产品经营成功经验

3.4 再生资源经营模式及定位分析

3.4.1 再生资源经营分析

- (1) 再生资源回收规模
- (2) 再生资源销售规模

3.4.2 供销合作社再生资源回收模式

(1) 再生资源回收模式

1) 分散性回收模式

2) 层级回收模式

3) 点对点回收模式

4) 柔性管理模式

5) 承包协议模式

(2) 再生资源回收模式比较

1) 组织成本比较

2) 回收效率比较

3.4.3 供销合作社再生资源经营定位及优势

(1) 再生资源市场基本特征

(2) 供销合作社经营再生资源的优势

(3) 供销合作社再生资源经营的定位

3.4.4 供销合作社再生资源经营成功经验

第四章 中国“新网工程”建设进度及规划分析

4.1 “新网工程”投资规模及建设规划

4.1.1 “新网工程”投资规模

4.1.2 “新网工程”建设规划

4.2 农业生产资料现代经营服务网络建设进度

4.2.1 农资连锁企业资质要求及职能

(1) 农资连锁企业资质要求

(2) 农资连锁企业总部职能

4.2.2 配送中心设立条件及职能

(1) 配送中心设立条件

(2) 配送中心职能及要求

4.2.3 门店设立条件及要求

(1) 农资直营店设立条件及要求

(2) 农资加盟店设立条件及要求

4.2.4 农资现代经营服务网络建设情况

(1) 农资连锁企业建设进度

(2) 农资配送中心建设进度

(3) 农资门店建设进度

4.3 农副产品市场购销网络建设进度

4.3.1 农副产品交易市场经营要求

- (1) 农副产品交易市场经营环境要求
- (2) 农副产品交易市场经营设施设备要求
- (3) 农副产品交易市场经营管理技术条件
- 4.3.2 农副产品交易市场建设情况
- 4.4 日用消费品现代经营网络建设进度
 - 4.4.1 总部职能
 - 4.4.2 配送中心设立要求
 - 4.4.3 门店设立要求
 - 4.4.4 日用消费品现代经营网络建设情况
 - (1) 配送中心建设进度
 - (2) 门店建设进度
- 4.5 再生资源回收利用网络建设进度
 - 4.5.1 农村再生资源回收利用龙头企业建设情况
 - 4.5.2 农村再生资源回收利用网络体系建设情况
- 4.6 重点地区“新网工程”建设经验分享
 - 4.6.1 吉林“新网工程”建设经验分享
 - 4.6.2 江苏“新网工程”建设经验分享
 - 4.6.3 山东“新网工程”建设经验分享
 - 4.6.4 山西“新网工程”建设经验分享
 - 4.6.5 云南“新网工程”建设经验分享
 - 4.6.6 天津“新网工程”建设经验分享
- 第五章 国际供销合作社发展模式与经验
 - 5.1 国际供销合作社模式的比较
 - 5.1.1 欧美农业合作社的发展及模式
 - (1) 欧美农业合作社的发展历程及特点
 - (2) 欧美农业合作社的模式分析
 - (3) 欧美农业合作社对我国供销合作社的反思
 - 5.1.2 亚洲国家合作社的发展及模式
 - (1) 日韩农业协同组合的发展历程及特点
 - (2) 日韩农业协同组合的模式分析
 - (3) 日韩农业协同组合对我国供销合作社的反思
 - 5.1.3 国际合作社给我国的启示及借鉴
 - 5.2 罗虚代尔公平先锋社的成功经验
 - 5.2.1 罗虚代尔公平先锋社的发起及壮大
 - 5.2.2 罗虚代尔公平先锋社的目标及性质

5.2.3 罗虚代尔公平先锋社的办社原则

5.2.4 罗虚代尔公平先锋社的新模式

第六章 中国供销合作社体制改制与创新

6.1 供销合作社性质界定及体制问题

6.1.1 供销合作社的性质界定

- (1) 供销合作社系统的性质
- (2) 县及县以上供销合作社机关的性质
- (3) 县及县以上供销合作社所办机构的性质
- (4) 基层供销合作社的性质

6.1.2 中国供销合作社体制存在的问题

- (1) 县及县以上供销合作社的联合问题
- (2) 各级联合社的职能问题
- (3) 各级供销合作社理事会问题
- (4) 各级供销合作社社有企业联合发展问题
- (5) 各级供销合作社服务载体问题

6.2 供销合作社体制创新重点及途径

6.2.1 供销合作社体制创新的必要性

6.2.2 供销合作社体制创新的原则

- (1) 合作性
- (2) 盈利性

6.2.3 供销合作社体制创新的重点及途径

6.2.4 供销合作社体制创新需解决的问题

- (1) 供销合作社与政府的关系创新
- (2) 供销合作社与营利组织的关系创新
- (3) 供销合作社与其他非营利组织的关系创新

6.3 供销合作社组织模式的创新

6.3.1 供销合作社模式的变迁

- (1) 政府主导型模式
- (2) 政府行政干预模式
- (3) 两种模式的变迁
- (4) 供销合作社内部制度的变迁

6.3.2 供销合作社组织模式创新

- (1) 供销合作社内部组织模式创新

1) 组织制度创新

2) 治理结构创新

3) 组织体系创新

(2) 供销合作社外部组织模式创新

6.4 供销合作社经营服务体系的构建

6.4.1 供销合作社经营服务体系的现状

6.4.2 供销合作社经营服务体系的构建

(1) 输出型商品经营服务体系

(2) 输入型商品经营服务体系

(3) 社区服务中心

(4) 农村新型融资经营服务体系

第七章 中国供销合作社典型机构及企业分析

7.1 供销合作社典型机构经营分析

7.1.1 山东省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.2 河北省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.3 内蒙古自治区供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.4 陕西省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.5 河南省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.6 四川省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.7 江苏省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.8 安徽省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.9 浙江省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.10 湖南省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.11 吉林省供销合作社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.12 福建省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.13 北京市供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.14 黑龙江省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.1.15 海南省供销合作联社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

7.2 供销合作社社有企业经营分析

7.2.1 中国农业生产资料集团公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

7.2.2 安徽辉隆农资集团股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

7.2.3 浙江农资集团有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

7.2.4 黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

7.2.5 四川省农业生产资料集团有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

第八章 2015-2020年中国新农村建设与供销合作社发展前景

8.1 2015-2020年新农村建设及供销合作社参与模式

8.1.1 新农村建设政策解读

8.1.2 新农村建设取得成就

(1) 农民减负效果明显

(2) 农村道路建设情况

(3) 农村饮水安全情况

(4) 农村环境治理情况

(5) 农村教育建设情况

(6) 农村医疗建设情况

(7) 农村文化建设情况

(8) 农村社会保障制度建设情况

8.1.3 新农村建设规划目标

8.1.4 供销合作社在新农村建设中的地位及作用

8.1.5 供销合作社企业参与新农村建设的模式

(1) 经济顾问型

(2) 产业带动型

(3) 合作开发型

(4) 直接参与型

(5) 公益捐助型

(6) 帮助自立型

8.2 2014-2020年供销合作社SWOT分析

8.2.1 供销合作社优势分析

8.2.2 供销合作社劣势分析

8.2.3 供销合作社机会分析

8.2.4 供销合作社威胁分析

8.3 2014-2020年供销合作社发展前景预测

8.3.1 供销合作社发展规模预测

8.3.2 供销合作社市场规模预测

8.3.3 供销合作社盈利规模预测

图表目录:

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/180100.html>