

2017-2022年中国种子行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国种子行业市场研究及发展前景预测报告》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/286508.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

种子行业市场规模逐年上升，种业安全已成为国家安全的重要组成。按各类种子的市场价值计算，2013年我国种子市场总规模约为1113.72亿元，居世界第二。种子企业发展的目标就是搞好经营，只有保证合理的盈利水平，才能为企业的基础投入及长远发展积累资本。从表面上看，种子企业经营的是种子，而实际推广的是品种，并且还不是只有单一使用性的普通商品，所以企业在市场营销时要关注品种所包含的技术问题。

目前，中国农作物种子常年用量约100多亿公斤，其中杂交玉米、杂交水稻、蔬菜、转基因棉花种子商品供种率基本达到100%，常规农作物的商品种子供种率也大幅度提高，良种覆盖率达到96%以上，对农业增产增效的贡献率已达43%。

发展现代种业写入“十三五”规划建议

“十三五”规划建议提出“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念。规划建议强调，坚持创新发展，着力提高发展质量和效益，在国际发展竞争日趋激烈和我国发展动力转换的形势下，必须把发展基点放在创新上。农业是全面建成小康社会、实现现代化的基础，大力推进农业现代化不能忘了种业。民族种业正在处于市场化改革的攻艰期，正在逐步与国际种业接轨，发展现代种业被写入“十三五”规划建议，给我国民族种业腾飞提供了强有力的支撑。

。

一、变革种子物流渠道

目前，种业物流渠道基本属于厂家+县级代理商+乡村零售商，最终到农户的模式，如果能减少中间环节，使得自己的网络体系更加扁平化，需要的就不只是一个渠道下沉的问题，更是一个传统经销思路大变革的问题。除加强技术服务之外，对于经销商的深刻理解和对新渠道的成功把控，将是决胜未来的关键。今后，如果土地流转进入大面积实质化阶段，种子企业是否能直面种植大户，这将会成为检视企业应变能力和操作能力的试金石。

二、定位适应市场产品。

如今没有能包打天下的品种，因为气候、土壤、耕作习惯等多种条件都会对品种的表现产生影响，能适宜一个具体生态区域的品种就是好品种。作为种子企业只要深刻了解品种的区域适应性及优势，就能做到优势区域布局，选择相应的区域市场来发力。另外，为种子提供技术服务的很多，如种衣剂等也是企业的产品规划部门应该高度重视的问题。

当前是国内种子行业市场化改革的第二阶段，行业营销也是市场发展的重中之重，如今种业竞争的激烈程度一天更甚一天，行业做好市场营销关系到行业的健康发展。

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。

目录

第一部分 种子市场发展现状

第一章全球种子行业发展分析

第一节 全球种子行业发展轨迹综述

- 一、全球种子行业发展历程
- 二、全球种子行业发展面临的问题
- 三、全球种子行业技术发展现状及趋势

第二节 全球种子行业市场情况

第三节 部分国家地区种子行业发展状况

- 一、2010-2015年美国种子行业发展分析
- 二、2010-2015年欧洲种子行业发展分析
- 三、2010-2015年日本种子行业发展分析
- 四、2010-2015年韩国种子行业发展分析

第二章 2015年中国种子产业运行环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第三章2010-2015年中国种子行业发展形势

第一节 种子行业发展概况

- 一、种子行业发展特点分析
- 二、种子行业投资现状分析
- 三、种子行业总产值分析
- 四、种子行业技术发展分析

第二节2010-2015年种子行业市场情况分析

- 一、种子行业市场发展分析
- 二、种子市场存在的问题

三、种子市场规模分析

第三节 2010-2015年种子产销状况分析

一、种子产量分析

二、种子产能分析

三、种子市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第四章中国种子行业区域市场分析

第一节 2015年华北地区种子行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第二节 2015年东北地区种子行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第三节 2015年华东地区种子行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第四节 2015年华南地区种子行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第五节 2015年华中地区种子行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第六节 2015年西南地区种子行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

第七节 2015年西北地区种子行业分析

- 一、2010-2015年行业发展现状分析
- 二、2010-2015年市场规模情况分析
- 三、2017-2022年市场需求情况分析

第五章 中国种子品牌发展需求环境分析

第一节 国内消费者行为分析

- 一、整体的消费行为特征
- 二、消费信心与消费模式
- 三、消费者的品牌认知度
- 四、消费者的品牌忠诚度
- 五、消费特征对企业的启示

第二节 中国种子消费群体分析

- 一、种子消费者消费动机
- 二、种子消费者群体特征
- 三、种子消费者议价能力

第三节 消费者种子品牌忠诚度

- 一、种子品牌忠诚度
- 二、种子品牌转移趋势

第二部分 公司对种子市场竞争格局分析

第六章 种子行业竞争格局分析

第一节 种子行业集中度分析

- 一、种子市场集中度分析
- 二、种子企业集中度分析
- 三、种子区域集中度分析

第二节 种子行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 种子行业竞争格局分析

- 一、2015年种子行业竞争分析
- 二、2015年中外种子产品竞争分析

三、2010-2015年我国种子市场竞争分析

四、2017-2022年国内主要种子企业动向

第三部分 赢利水平与企业分析

第七章中国种子行业整体运行指标分析

第一节2010-2015年中国种子所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 2010-2015年中国种子所属行业产值分析

第三节 2010-2015年中国种子所属行业成本费用分析

一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节2010-2015年中国种子所属行业运营效益分析

第八章种子重点企业发展分析

第一节 公司A

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

五、生产布局与产能扩张

六、市场营销区域分析

七、主要客户分析

九、成长性分析

十、公司战略规划分析

第二节 公司B

第三节 公司C

第四节 公司D

第九章公司对种子产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 整体产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第四节 业内专家观点与结论

第十章 公司对种子行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2015年种子行业投资效益分析

第四节 2015年种子行业投资策略研究

第十一章 2017-2022年种子行业投资风险预警

第一节 影响种子行业发展的主要因素

一、2015年影响种子行业运行的有利因素

二、2015年影响种子行业运行的稳定因素

三、2015年影响种子行业运行的不利因素

四、2015年我国种子行业发展面临的挑战

五、2015年我国种子行业发展面临的机遇

第二节 种子行业投资风险预警

一、2017-2022年种子行业市场风险

二、2017-2022年种子行业政策风险

三、2017-2022年种子行业经营风险

四、2017-2022年种子行业技术风险

五、2017-2022年种子行业竞争风险

六、2017-2022年种子行业其他风险

第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议

第十二章 2017-2022年种子行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年中国种子市场趋势分析

第二节 2017-2022年种子产品发展趋势分析

一、2017-2022年种子产品技术趋势分析

二、2017-2022年种子产品价格趋势分析

第三节 2017-2022年中国种子行业供需预测

一、2017-2022年中国种子供给预测

二、2017-2022年中国种子需求预测

第四节 2017-2022年种子行业盈利能力分析

第十三章 种子企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、种子价格策略分析

二、种子渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高种子企业竞争力的策略

一、提高中国种子企业核心竞争力的对策

二、种子企业提升竞争力的主要方向

三、影响种子企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高种子企业竞争力的策略

第四节 对我国种子品牌的战略思考

一、种子实施品牌战略的意义

二、种子企业品牌的现状分析

三、我国种子企业的品牌战略

四、种子品牌战略管理的策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286508.html>