

2020-2026年中国种植行业 前景展望与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国种植行业前景展望与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202002/152331.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

植物栽培业。栽培各种农作物以及取得植物性产品的农业生产部门，种植业是农业的主要组成部分之一。利用植物的生活机能，通过人工培育以取得粮食、副食品、饲料和工业原料的社会生产部门。包括各种农作物、林木、果树、药用和观赏等植物的栽培。有粮食作物、经济作物、蔬菜作物、绿肥作物、饲料作物、牧草、花卉等园艺作物。在中国通常指粮、棉、油、糖、麻、丝、烟、茶、果、药、杂等作物的生产。亦指狭义的农业，亦称农作物栽培业。通常指栽培农作物以取得植物性产品的农业生产部门。在中国，种植业同林业、畜牧业、副业和渔业合在一起，为广义的农业。在国外，种植业一般同畜牧业合在一起，统称为农业。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国种植行业前景展望与投资策略报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录

第一部分 产业环境分析

第一章 种植业行业的基本介绍

第一节 行业界定

一、行业定义

二、范围界定

第二节 行业在国民经济中的地位

一、行业政策定位

二、对国民经济贡献度

三、对相关行业影响程度

第二章 中国种植业行业竞争环境分析

第一节 政策环境分析

一、行业重点政策分析

二、行业发展规划分析

三、政策发展趋势分析

第二节 经济环境分析

一、中国经济运行现状

二、中国国民收入情况

三、中国经济发展趋势

1、"十三五"期间我国经济将长期趋好

2、"十三五"期间我国经济将围绕三个转变

3、"十三五"期间我国工业产业将全面升级

4、"十三五"期间我国以绿色发展战略为基调

第三节 社会环境分析

一、中国工业发展水平

二、中国人口规模现状

三、居民收入消费水平

第四节 技术环境分析

一、行业技术术语解释

二、行业技术发展趋势

第二部分 行业深度分析

第三章 世界种植业产业竞争格局及经验借鉴

第一节 国际种植业产业的发展

一、世界种植业产业发展综述

二、全球种植业产业竞争格局

三、全球种植业产业发展特点

第二节 主要国家地区种植业产业发展分析

一、欧洲

二、亚洲

三、美国

四、其它国家和地区

第三节 2020-2026年世界种植业产业竞争趋势及前景分析

一、种植业技术发展及趋势分析

二、种植业产业发展趋势分析

三、种植业产业竞争趋势分析

第四章 中国种植业市场发展现状综合分析

第一节 中国种植业市场销售情况分析

一、经营现状分析

二、主要经营区域分析

第二节 行业容量分析及预测

一、市场容量现状

二、未来容量趋势预测

第三节 需求分析及预测

一、需求总量分析

二、需求结构变化分析

三、2020-2026年需求预测

第四节 市场分析及预测

一、供需平衡分析及预测

二、价格变化分析及预测

第五节 种植业市场发展驱动因素分析

一、产品优势

二、政策扶持

第三部分 市场全景调研

第五章 中国种植业行业经营状况分析

第一节 行业经营效益分析

第二节 行业盈利能力分析

第三节 行业营运能力分析

第四节 行业偿债能力分析

第六章 中国种植业行业分区域竞争格局分析

第一节 黑龙江省种植业行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第二节 河北省种植业行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第三节 河南省种植业行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第四节 四川省种植业行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第五节 江苏省种植业行业竞争分析

一、行业总体现状

二、企业竞争格局

三、产业区域发展前景

第七章 中国种植业市场品牌构成

第一节 中国种植业市场主要品牌分析

一、国外主要企业品牌分析

二、品牌数量及所占份额

三、主要品牌在华发展历程及经验分析

第二节 国内主要品牌分析

一、品牌数量及所占份额

二、主要品牌在华发展历程及经验分析

第四部分 竞争格局分析

第八章 种植业行业市场竞争格局分析

第一节 种植业行业企业竞争整体状况

第二节 种植业行业企业竞争特点分析

第三节 企业构成及区域分布分析

一、企业数量规模

二、企业区域分布构成分析

第四节 种植业行业市场集中度分析

第五节 种植业行业企业兼并重组情况分析

第九章 种植业行业竞争结构分析

第一节 国际市场竞争格局

一、中国与国际比较

二、中国与美国的比较

三、竞争力提升策略

第二节 中国市场竞争结构

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第十章 种植业企业营销调查

第一节 行业重点企业营销模式调查

一、专业批发市场销售渠道模式

1、优点

2、缺点

3、改善措施

二、销售公司销售渠道模式

1、优点

2、缺点

3、改善措施

三、合作组织销售模式

1、优点

2、缺点

3、改善措施

四、销售大户销售模式

- 1、优点
- 2、缺点
- 3、改善措施

五、农户直接销售模式

- 1、优点
- 2、问题
- 3、改善措施

六、网络销售模式

- 1、优点
- 2、问题
- 3、改善措施

第二节 行业重点企业销售渠道调查

- 一、企业产品销售渠道架构及规模
- 二、各营销渠道销售份额对比
- 三、营销渠道建设规划
 - 1、提高营销主体的组织化程度
 - 2、完善批发市场功能
 - 3、构建以连锁超市为主体的零售终端

第三节 行业重点企业下游典型客户调查

- 一、客户分类特点
- 二、客户分类规模
- 三、客户需求特点

第十一章 种植业企业综合评价

第一节 企业综合竞争力评价

第二节 企业价值评估

- 一、种植业企业基本情况
- 二、种植业企业价值影响因素
- 三、种植业企业价值结论

第三节 企业存在问题分析

- 一、我国农业企业化区域发展不平衡
- 二、土地流转机制不顺畅

三、农业资本严重不足且外流严重

四、农业技术创新困难重重

四、企业家才能要素稀缺

五、制度要素供给缺失

第四节 与企业相关的投资机会

一、合作交流机会

二、并购机会

1、并购动因分析

2、并购行业分析

3、并购方式分析

4、并购特点

第五节 行业企业排名

第十二章 国内种植业业标杆企业竞争力分析

第一节 标杆企业整体对比分析

一、主营业务对比分析

二、经营状况对比分析

三、竞争优势对比分析

四、发展前景对比分析

第二节 黑龙江北大荒农业股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第三节 袁隆平农业高科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第四节 甘肃亚盛实业（集团）股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第五节 山东登海种业股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第六节 合肥丰乐种业股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第七节 湖南金健米业股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第八节 中粮屯河股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第五部分 行业发展策略

第十三章 2020-2026年中国种植业企业产销模式渠道竞争力提升对策

第一节 种植业行业企业经营发展分析及建议

一、种植业行业经营模式

二、种植业行业企业经营发展建议

第二节 行业主要销售渠道与策略

一、行业产品销售渠道存在的主要问题

二、行业产品销售渠道发展趋势与策略

第三节 种植业行业营销模式分析及建议

一、种植业行业营销模式

二、种植业行业营销策略

第四节 中国种植业市场销售品牌研究

一、区域热卖品牌

二、龙头企业动态

第五节 中国种植业市场标杆企业销售模式分析

一、国外品牌企业

二、国内龙头企业

第六节 影响中国种植业目标市场策略因素分析

一、企业的资源特点

二、产品及市场特点

三、竞争者策略选择

第七节 中国种植业目标市场营销策略

一、无差别性市场营销策略

二、差别性市场营销策略

三、集中性市场营销策略

图表目录：

图表：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2019年中国国内生产总值增长速度

图表：2019年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2019年中国25省份前三季度居民收入

图表：2015-2019年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2019年末人口数及其构成

图表：2015-2019年城镇新增就业人数

图表：2015-2019年农村居民人均纯收入

图表：2015-2019年城镇居民人均可支配收入

图表：2015-2019年中国居民消费价格指数

图表：世界水稻种植业区域分布

图表：世界牧场放牧业区域分布

图表：亚洲水稻种植业的特点和发展措施

图表：阿根廷“潘帕斯”草原介绍

图表：2015-2019年我国粮食产量统计分析

图表：我国种植业市场规模区域分布结构

图表：2015-2019年我国种植业市场容量分析

图表：2020-2026年我国种植业市场容量预测

图表：2015-2019年我国种植业销售收入分析

图表：我国种植业需求结构分析

图表：2020-2026年我国种植业销售收入预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/152331.html>