

2013-2017年中国农资连锁 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国农资连锁市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/canyin1305/T1285363J0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-05-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国农资连锁市场监测及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国农资连锁行业的概念，接着分析了中国农资连锁行业发展环境，然后对中国农资连锁行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国农资连锁行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国农资连锁行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国农资连锁市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

2003年，农业部发布《关于发展农产品和农资连锁经营的意见》，强调“必须积极引导、大力发展农产品和农资连锁经营”。同年，农业部等三部委联合发布《关于推进农资连锁经营发展的意见》，提出“各地农业、工商行政管理等有关部门要充分认识发展农资连锁经营的重要意义;推进农资连锁经营工作，包括培育农资连锁经营龙头企业，建立完善农资物流配送体系，搞好连锁经营规范化管理，培育农资连锁经营品牌，搞好农资售后服务”。次年，国务院办公厅《转发商务部等部门关于进一步做好农村商品流通工作意见的通知》，提出“积极发展农资连锁经营，建立以集中采购、统一配送为核心的新型营销体系”。此后，政府还陆续出台类似相关政策鼓励发展农资连锁经营。

随着政府对农资连锁经营方面的政策支持力度增大，各种形式和体制的农资连锁经营企业迅速崛起。自2000年金色谷开始，从中农、中化，到各省的苏农、邦力达、辉隆、倍丰、惠多利，以及生产企业发起的红太阳、德地得、福建浩伦等，目前我国开展连锁经营的农资流通企业超过4000多家，其中规模较大的主要包括中国农资集团、中化化肥、辉隆股份、浙江农资集团等。国内农资连锁经营企业实现销售额约占全国农资销售总额的20%左右。

受益农产品长期牛市，我国农资市场空间巨大。相比家电、零售、医药等行业连锁销售的行业成熟度，农资连锁行业还处于发展初期的无序竞争阶段，呈现“大行业、小企业”的格局。

随着农资流通由计划转向市场经济，农资连锁成为政策扶植重点。预计土地流转变革将导致原有家庭承包被适度集约的农业生产方式取代，农资购买主体转向大户、专业合作社、农业公司有利于专业化连锁销售模式发展，农资连锁龙头市场份额将获得提高。

第一节 2012年全球农资连锁产业运行分析 19

一、世界农资连锁特点分析 19

二、国际农资连锁产业发展目标 19

三、全球农资连锁市场规模发展情况 19

第二节 2012年世界部分国家连锁产业发展分析 20

一、日本 20

二、美国 20

三、德国 21

四、俄罗斯 21

第三节 2013-2017年世界农资连锁趋势分析 22

第二章 2012年中国农资市场与分销渠道综述 23

第一节 农业生产资料行业概述 23

一、农业生产资料范围 23

二、农业生产资料在农业生产中的作用和价值 23

第二节 2012年中国农资行业市场分析 23

一、国内农资市场容量分析 23

二、需求结构与需求趋势分析 24

三、国内农资行业竞争状况分析 25

第三节 2012年中国国内农资营销渠道透析 25

一、营销渠道特征分析 25

二、农资营销渠道模式分析 27

第三章 2012年中国农资连锁业运行环境解析 29

第一节 2012年中国农资连锁政策环境分析 29

一、农业地位重要，农资市场需求巨大 29

二、农村市场体系建设“十一五”规划 29

三、农业部出台政策引导和推动农产品和农资连锁经营 43

四、三部门联合发布《关于推进农资连锁经营发展的意见》 47

五、商务部开展“万村千乡市场工程”建设 52

六、政府在2012年大幅度增加农机具补贴 54

第二节 2012年中国宏观经济环境分析 55

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)	55
二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）	57
三、全国居民收入情况（季度更新）	60
四、恩格尔系数（年度更新）	62
五、中央一号文件确定强化现代农业物质支撑和服务体系	81
第三节 2012年中国农资连锁行业社会环境分析	82
一、发展现代农业成为社会共识	82
二、农民增产增收取得成效，仍然缺乏长期有效地机制	85
三、农民深受假冒伪劣农资伤害	85
四、农资价格上升打压农民积极性，政府强力调控价格	86
五、农村环境污染问题严重	86
第四节 2012年中国农资连锁行业资本市场环境分析	88
一、政府加大农资领域的补贴	88
二、全球资本市场引领下，中国证券市场一泻千里	90
三、中国VC/PE在农业领域的投资状况	90
四、农村金融基本处于拓荒阶段	90
五、金融机构加强对农业的信贷支持	93
第四章 2012年中国农资连锁经营行业运行状况分析	100
第一节 中国农资连锁市场发展特征	100
一、农资连锁蓬勃发展	100
二、政府积极推动和规范农资连锁	100
三、各路资本介入农资连锁	101
四、国内农资连锁企业的经营模式尚在探索之中	101
五、农资连锁配送理论还处于探索阶段	101
六、三大因素困扰农资连锁网络建设	102
第二节 2012年中国农资连锁产业总况	103
一、农资连锁迎来新一轮“创业革命”	103
二、危中寻机推动农资连锁规范发展	104
三、探析农资连锁的九大优点	106
四、农资连锁四步曲	110
五、中国农资连锁产业驱动因素	112

六、中国农资连锁市场前景看好的原因 112

第三节2012年中国农资连锁产业产业化发展探析 112

一、中国农资连锁经营的发展之路 113

二、中国农产品和农资连锁谋划的现状 113

三、中国农资连锁实现商业化生产 114

第四节 2012年中国农资连锁模式的优势 114

一、有利于发挥连锁经营的规模效应 114

二、利于生产与市场的对接，减少流通环节 114

三、有利于农资流通行业的规范化发展 116

四、能够部分解决农资市场信息不对称的现状 116

第五节 2012年中国农资连锁市场中存在的主要问题 117

一、连锁经营业态常常伴临的两个瓶颈问题 117

二、法律意识不强 117

三、农资连锁行业的管理都非常低下 117

四、国家对农资连锁的扶持资金少，有些优惠政策落实不到位 117

五、农资市场的监管体制不顺 118

六、重视经营网点建设，忽视网络体系运作。 119

七、农资市场的恶性竞争使行业处于微利边缘 119

八、农资连锁经营的实体资源单一 119

九、地方保护主义将阻碍农资连锁的跨区域发展 119

第五章2012年中国主要农资产品市场流通与渠道分析 121

第一节2012年中国农药产业的发展情况 121

一、农药行业高风险、高投入和周期长的特点 121

二、农业产业进入退出壁垒进一步提高 121

三、农药产量逐年递增，行业迎来高速增长期 121

四、农药业经济运行规模及效益 122

五、农药产品的流通体制现状及趋势 123

六、2013-2017年中国农药市场预测 125

第二节 2012年中国化肥产业的发展情况 125

一、国务院关于进一步深化化肥流通体制改革的决定解读 125

二、化肥流通体制盼到新一轮改革 127

三、化肥流通体制的改革利在未来 129

四、化肥经营放行社会资本 130

第三节2012年中国种子产业的发展情况 131

一、加快建设种子流通渠道 131

二、种子流通领域管理问题 132

三、种子流通监督管理与种子质量分级 132

四、加快流通体系“农超对接” 134

第四节 2012年中国农膜产业的发展情况 134

一、流通领域农膜质量抽检六成多合格 134

二、农膜实行专营的暂行规定 135

第五节2012年中国农机产业的发展情况 140

一、实施农机流通要抓好“品牌工程” 141

二、日韩农机流通业发展及启示 142

三、浅谈传统农机流通与现代农机流通 147

四、农机流通行业如何适应五大变化 153

五、振兴现代农机流通的思考与建议 154

第六章 2012年中国农资企业营销渠道设计与管理 159

第一节 农资企业营销相关概述 159

一、农资产品营销渠道的设计原则与目标 159

二、农资产品营销渠道的设计流程的理论优化 159

第二节 农资营销渠道模式创新 160

一、渠道创新的必要性 160

二、农资产品营销渠道模式创新——建立补充渠道 160

三、渠道营销策略、方法的创新 161

第三节 农资企业产品营销渠道的管理 161

一、分销商管理 161

二、农资企业营销渠道冲突管理 162

第四节 农资企业营销渠道设计与管理 167

一、营销渠道的设计 167

二、农资产品营销渠道的设计原则与目标 167

三、营销渠道的设计流程的理论优化 167

四、农资营销渠道的模式分析 168

六、农资营销渠道模式创新 169

七、农资企业产品营销渠道的管理 170

第七章 2012年中国农资连锁细分主体运行新格局透析 176

第一节 邮政农资连锁 176

一、邮政农资连锁发展概述 176

二、邮政农资连锁行业发展规模 176

三、邮政农资连锁店的共同特征 176

四、邮政农资连锁行业发展中存在的主要问题 177

五、邮政农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析） 178

六、邮政发展农资连锁的建议 180

第二节 生产企业农资连锁 180

一、经营主体分析 180

二、生产企业农资连锁发展概述 181

三、生产企业农资连锁行业发展规模 183

四、生产企业农资连锁店的特质 183

五、生产企业农资连锁的市场竞争分析 184

六、生产企业农资连锁行业发展中存在的主要问题 190

七、生产企业农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析） 190

八、生产企业农资连锁的发展建议 191

第三节 流通企业农资连锁 191

一、发展历程和经营主体 191

二、流通企业农资连锁发展概述 191

三、流通企业农资连锁行业发展规模 192

四、流通企业农资连锁的市场竞争分析 192

五、流通企业农资连锁店的特征 192

六、流通企业农资连锁行业发展中存在的主要问题 193

七、流通企业农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析） 193

八、流通企业发展农资连锁的建议 194

第四节 中华全国供销合作总社系统 194

一、经营主体分析 194

- 二、农资连锁发展概述 194
- 三、农资连锁行业发展现状 195
- 四、农资连锁行业发展中存在的主要问题 195
- 五、农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析） 195
- 六、中华供销合作总社发展农资连锁的建议 195

第八章 2012年中国农资连锁区域市场运行格局分析 197

第一节 华北地区 197

- 一、发展环境分析 197
- 二、市场发展概述 198
- 三、近几年地区市场规模统计及预测 198
- 四、发展特征及存在的主要问题 199
- 五、华北市场发展趋势分析 199
- 六、华北市场发展前景分析 200
- 七、建议 200

第二节 东北地区 201

- 一、发展环境分析 201
- 二、市场发展概述 202
- 三、近几年地区市场规模统计及预测 202
- 四、发展特征及存在的主要问题 203
- 五、东北市场发展趋势分析 204
- 六、东北市场发展前景分析 204
- 七、建议 205

第三节 华东地区 205

- 一、发展环境分析 205
- 二、市场发展概述 206
- 三、近几年地区市场规模统计及预测 207
- 四、发展特征及存在的主要问题 207
- 五、华东市场发展趋势分析 207
- 六、华东市场发展前景分析 208
- 七、建议 208

第四节 华中地区 208

- 一、发展环境分析 208
- 二、市场发展概述 211
- 三、近几年地区市场规模统计及预测 212
- 四、发展特征及存在的主要问题 212
- 五、华中市场发展趋势分析 213
- 六、华中市场发展前景分析 213
- 七、建议 213

第五节 西部地区 214

- 一、发展环境分析 214
- 二、市场发展概述 214
- 三、近几年地区市场规模统计及预测 214
- 四、发展特征及存在的主要问题 215
- 五、西部市场发展趋势分析 217
- 六、西部市场发展前景分析 217
- 七、建议 217

第六节 华南地区 218

- 一、发展环境分析 218
- 二、市场发展概述 220
- 三、近几年地区市场规模统计及预测 220
- 四、发展特征及存在的主要问题 220
- 五、华南市场发展趋势分析 221
- 六、华南市场发展前景分析 221
- 七、建议 221

第九章 2012年中国农资连锁市场销售策略分析 223

第一节 2012年中国农资连锁市场销售终端的基本类型 223

- 一、中国农资连锁市场各终端的基本特点 223
- 二、农资连锁市场的主要销售模式 223

第二节 2012年农资连锁企业主要渠道模式分析 224

- 一、区域代理 224
- 二、买断品牌 224
- 三、特许经营 225

第三节 2012年中国农资连锁在不同渠道销售情况 225

一、农资连锁渠道策略分析 225

二、经销商选择策略 226

三、渠道的本土化策略 227

四、品牌联合策略 227

第四节 2012年农资连锁在中国的营销策略变化 227

一、传播策略 227

二、渠道策略 229

第十章 2012年中国农资连锁企业主体竞争力分析 231

第一节 金色谷 231

一、公司概况 231

二、公司营业规模 231

三、经营模式 237

四、市场竞争力分析 237

五、资本运作分析 237

六、发展战略分析 238

七、（SWOT分析） 238

第二节 中牧股份（600195） 239

一、企业概况 239

二、企业主要经济指标分析 240

三、企业盈利能力分析 246

四、企业偿债能力分析 247

五、企业运营能力分析 248

六、企业成长能力分析 248

第三节 红太阳（000525） 249

一、企业概况 249

二、企业主要经济指标分析 250

三、企业盈利能力分析 257

四、企业偿债能力分析 257

五、企业运营能力分析 258

六、企业成长能力分析 259

第四节 辉隆 259

一、企业概况 259

二、辉隆集团制定省级农资连锁经营试点实施方案 260

三、大力发展农资连锁 构建农村商业网络 262

第五节 惠多利 263

一、企业概况 263

二、农资连锁经营网点 263

三、未来发展战略分析 264

第六节 中化化肥 264

一、企业概况 264

二、中化化肥帝国梦-化肥市场 264

三、中化化肥：以科技服务打造农资品牌 266

四、未来发展战略分析 267

第七节 天盟 267

一、企业概况 267

二、天盟农资连锁：追求“三赢”；将企业做大做强 269

三、未来发展战略分析 270

第八节 徽商农家福 270

一、企业概况 270

二、安徽徽商农家福农资连锁经营初具规模 271

三、徽商农家福公司农资连锁经营网招商项目 271

四、徽商“农家福”：创农资连锁新模式 273

第十一章 2013-2017年中国农资连锁产业前景展望与趋势预测 276

第一节 2013-2017年中国农资连锁行业发展前景分析 276

一、中国农资产业前景分析 276

二、中国农资连锁业前景分析 276

第二节 2013-2017年中国农资连锁行业发展趋势分析 278

一、实现产销一体化的规模化经营成为必然趋势 279

二、做大做强是行业的发展趋势 279

三、整合区域内既有的农资优势渠道资源成为发展捷径 279

四、提升服务意识和服务能力是农资连锁的必然之路 280

第三节2013-2017年中国农资连锁市场盈利预测分析 280

第十二章2013-2017年中国农资连锁行业投资战略研究 282

第一节 2013-2017年中国农资连锁投资概况 282

一、中国农资流通投资特性分析 282

二、商务部鼓励各类投资主体投资农资商品流通 285

第二节2013-2017年中国农资连锁业投资机会分析 285

一、农资流通投资前景分析 285

二、农资流通投资热点分析 285

三、农资流通区域投资潜力分析 288

第三节2013-2017年中国农资连锁业投资风险预警 288

一、宏观调控政策风险 288

二、市场竞争风险 289

三、市场运营机制风险 289

第四节 博思数据专家投资建议 290

图表目录

图表 1 2009-2012年全球农资连锁市场规模 19

图表 2 2009-2012年日本农资连锁市场规模 20

图表 3 2009-2012年美国农资连锁市场规模 20

图表 4 2009-2012年德国农资连锁市场规模 21

图表 5 2009-2012年俄罗斯农资连锁市场规模 21

图表 6 2006-2012年12月我国国内生产总值及其增长速度 56

图表 7 居民消费价格分类指数(2012年10月) 58

图表 8 2012年10月份居民消费价格主要数据 59

图表 9 2012年10月全国居民消费价格涨跌幅 60

图表 10 2006-2012年12月我国农村居民人均纯收及其增长速度 61

图表 11 2006-2012年12月我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 61

图表 12 1978-2010中国城乡居民恩格尔系数对比表 62

图表 13 2006-2012年12月我国全社会固定资产及其增长速度 65

图表 14 2012年1-12月我国固定资产投资增速 65

图表 15 2012年1-12月我国房地产开发投资增速 66

图表 16 金融机构人民币贷款基准利率变化一览表	69
图表 17 金融机构人民币存款基准利率变化一览表	71
图表 18 2006-2012年12月我国社会消费品零售总额及其增长速度	72
图表 19 2012年1-12月我国社会消费品零售总额增速	72
图表 20 2006-2012年12月我国货物进出口总额增长分析	73
图表 21 2010-2012年6月农药制造基本经济	122
图表 22 2010-2012年6月农药制造成长能力	122
图表 23 2010-2012年6月农药制造偿债能力	123
图表 24 2010-2012年6月农药制造盈利能力	123
图表 25 2010-2012年6月农药制造运营能力	123
图表 26 2013-2017年我国农药制造盈利能力预测	125
图表 27 2009-2012年我国农资连锁市场华北地区市场规模分析	199
图表 28 2013-2017年我国农资连锁市场华北地区市场规模预测分析	200
图表 29 2009-2012年我国农资连锁市场东北地区市场规模分析	202
图表 30 2013-2017年我国农资连锁市场东北地区市场规模预测分析	204
图表 31 2009-2012年我国农资连锁市场华东地区市场规模分析	207
图表 32 2013-2017年我国农资连锁市场华东地区市场规模预测分析	207
图表 33 2009-2012年我国农资连锁市场华中地区市场规模分析	212
图表 34 2013-2017年我国农资连锁市场华中地区市场规模预测分析	213
图表 35 2009-2012年我国农资连锁市场西部地区市场规模分析	214
图表 36 2013-2017年我国农资连锁市场西部地区市场规模预测分析	217
图表 37 2012年1-10月广西国民经济主要指标	219
图表 38 2009-2012年我国农资连锁市场华南地区市场规模分析	220
图表 39 2013-2017年我国农资连锁市场华南地区市场规模预测分析	221
图表 40 近4年金色谷流动资产周转次数变化情况	231
图表 41 近3年金色谷流动资产周转次数变化情况	231
图表 42 近4年金色谷总资产周转次数变化情况	232
图表 43 近3年金色谷总资产周转次数变化情况	232
图表 44 近4年金色谷销售毛利率变化情况	233
图表 45 近3年金色谷销售毛利率变化情况	233
图表 46 近4年金色谷资产负债率变化情况	234
图表 47 近3年金色谷资产负债率变化情况	234

图表 48 近4年金色谷产权比率变化情况	235
图表 49 近3年金色谷产权比率变化情况	235
图表 50 近4年金色谷固定资产周转次数情况	236
图表 51 近3年金色谷固定资产周转次数情况	236
图表 52 2010-2012年12月中牧股份资产负债表：	240
图表 53 2010-2012年12月中牧股份利润表：	243
图表 54 2010-2012年12月中牧股份财务指标：	245
图表 55 2010-2012年12月中牧股份盈利能力：	246
图表 56 2010-2012年12月中牧股份偿债及资本结构：	247
图表 57 2010-2012年12月中牧股份运营能力：	248
图表 58 2010-2012年12月中牧股份成长能力：	249
图表 59 2010-2012年12月红太阳资产负债表：	250
图表 60 2010-2012年12月红太阳利润表	254
图表 61 2010-2012年12月红太阳财务指标：	256
图表 62 2010-2012年12月红太阳盈利能力：	257
图表 63 2010-2012年12月红太阳偿债及资本结构：	258
图表 64 2010-2012年12月红太阳运营能力：	258
图表 65 2010-2012年12月红太阳成长能力：	259
图表 66 2013-2017年中国农资连锁业市场盈利能力预测	280
图表 67 农资连锁业技术应用注意事项分析	290
图表 68 农资连锁业项目投资注意事项图	292
图表 69 农资连锁业行业生产开发注意事项	293
图表 70 农资连锁业销售注意事项	294

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1305/T1285363J0.html>