

2020-2026年中国种业市场行情动态及投资规模预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国种业市场行情动态及投资规模预测报告》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.chyxx.com/research/202006/872062.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

种业的市场规模也在稳步提高。自从2012年的中央一号文件首次提出要以种业的科技改革为重心等一系列的利好政策，我国种子行业的市值便不断攀升。预计2020年种子市场规模将超1500亿元。我国种业自2011年起年复增长约4.73%，平均每年增长56.67亿元。

2011-2020年中国种业市场规模增长幅度（单位：亿元）

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国种业市场行情动态及投资规模预测报告》共十三章。首先介绍了种业行业市场发展环境、种业整体运行态势等，接着分析了种业行业市场运行的现状，然后介绍了种业市场竞争格局。随后，报告对种业做了重点企业经营状况分析，最后分析了种业行业发展趋势与投资预测。您若想对种业产业有个系统的了解或者想投资种业行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 种业概述

第一节 我国种业的背景分析

- 一、种业发展的历程
- 二、种业资源供给和资源的要求
- 三、种业的区域分布
- 四、种业在农业生产中的地位和作用的变化分析
- 五、种业产业化演变分析

第二节 我国种业特征分析

- 一、消费群体具有的特性分析
- 二、土地资源和种业关联性
- 三、产品具有周期和自然属性
- 四、产业经营具有的风险
- 五、行业进退的壁垒分析

第三节 我国种业与世界种业发展的差异分析

- 一、外部因素分析
- 二、内部因素分析

三、世界种业的发展方向和趋势

第四节 种子市场需求的特征

- 一、种业市场容量和潜力分析
- 二、农户对种子需求特征分析
- 三、引导和购买行为关联性
- 四、种子需求的季节性明显
- 五、单位面积需求种子量对时间分析

第五节 市场需求的最主要影响因素探讨分析

- 一、终端用户四因素的变化
- 二、购买决定的主要因素分析
- 三、供应、销售商在市场中的地位和角色
- 四、政策、法规对市场的影响因素
- 五、经济环境和种业市场的关联性
- 六、技术对种业市场的影响
- 七、社会因素对种业市场的影响

第六节 我国种业营销渠道的演变

- 一、统购统销阶段
- 二、商品化的阶段

第七节 我国种子市场营销环境分析

第八节 2019年中国种业形势评述

第九节 2015-2019年种子行业相关政策展望

第二章 我国玉米种产业分析

第一节 玉米制种的特点分析

- 一、种、粮的专业化分工
- 二、种业研发周期长、投入大
- 三、产品稍售特点分析

第二节 中国玉米种子市场需求分析

从总需求看，预计2020年玉米商品粮价格稳步回升，玉米种植效益将进一步提高，农民种植积极性增加，同时国家鼓励生猪养殖将拉动饲用玉米需求有所恢复，预计明年玉米种植面积仍有所增加，商品种子需求量约为10.6亿公斤，2020年期末库存将下降至5.5亿公斤。
我国杂交玉米种子供需情况

数据来源：公开资料整理

- 一、需求的总量
- 二、区域需求状况

三、需求的产品结构

四、影响消费者购种行为的因素

五、需求的影响因素分析

第三节 中国玉米种子市场供给状况和预测分析

一、玉米种子市场供给现状

二、玉米种生产基地布局及发展趋势

三、玉米种子供给的影响因素分析

四、玉米种子供给中存在的问题

五、2019年玉米种子市场预测

第四节 中国玉米种子市场流通演变分析

一、玉米种子流通体制的发展历程

二、现行的玉米种子市场流通体制

三、玉米种子市场流通中存在的问题

四、新品种进入市场的情况

第五节 玉米种子市场价格

一、玉米种子价格形成机制的演变

二、玉米种子的价格形成

三、玉米种子市场价格的总体水平与波动

四、价格的演进趋势

五、2019年我国玉米种子价格波动情况

第六节 外部环境对玉米种子市场的影响

一、政府对玉米种子市场的影响

二、法律法规对玉米种子市场的影响

三、世界贸易一体化对玉米种子市场的影响

四、我国玉米种业的机遇

第七节 我国玉米种子加工业的现状与发展对策

第三章 我国杂交水稻种产业分析

第一节 水稻种子产业特点和购买行为分析

一、水稻种子的传输过程

二、水稻品种的分布具有很强区域性

三、水稻育种的育种方向和育种意愿

四、购买水稻品种以杂交水稻为主

五、购买水稻品种的主要原因

六、购买的主要场所

第二节 我国杂交水稻种子供需状况分析

第三节 水稻种子竞争状况分析

第四节 水稻种业宏观环境与行业分析

一、宏观环境分析

二、市场规模与成长

三、行业特点

四、行业发展趋势

第四章 我国棉花杂交种产业分析

第一节 棉花种业的历史、现状与趋势评述

第二节 棉花种子供求状况分析

一、种子交易特征分析

二、种子需求特征分析

三、种子供给特征分析

四、种子市场均衡分析

五、主体效应简析

第三节 棉种行业竞争状况研究

一、行业发展动力对种子供给和种业竞争状况影响的研究

二、行业集中度对种子供给和种业竞争状况影响的研究

三、进入壁垒对种子供给和种业竞争状况影响的研究

四、经营一体化对种子供给和种业竞争状况影响的研究

五、集团化经营对种子供给和种业竞争状况影响的研究

六、品种产权制度对种子供给和种业竞争状况影响的研究

七、整体产品结构对种子供给和种业竞争状况影响的研究

第五章 我国麦种种子产业分析

第一节 麦种的现状分析

第二节 麦种供求状况分析

第三节 麦种竞争状况分析

第四节 2015-2019年我国小麦新品种实况分析

第六章 我国油料、花卉种子产业分析

第一节 油菜种子产业分析

第二节 大豆种子产业分析

第三节 花生种子产业分析

第四节 花卉种业分析

第五节 瓜菜种子行业市场供需状况综述

第七章 我国药用植物种子产业分析

第一节 我国药用植物种子的研究进展

- 一、药用植物的种子特性
- 二、药用植物种子的繁殖和生产方式
- 三、药用植物种子的采集、贮藏与处理
- 四、药用植物种子的质量检验

第二节 当前我国药用植物种子产业存在的问题

- 一、存在的问题
- 二、建立药用植物种质基因库和常用中药材栽培品种种质基因库
- 三、制定中药材种子、种苗标准和建立检测中心
- 四、加强中药材种质资源的研究和优良品种的选育
- 五、依据“中药区划”，建立中药材良种繁育基地
- 六、规范药用植物种子的生产
- 七、中药材野生变家种栽培技术研究
- 八、加强和推广生物技术在中药栽培方面的应用
- 九、积极探索药材基地建设的基层组织形式
- 十、综合发展，多学科结合，实现可持续发展

第八章 我国种子行业重点企业分析

第一节 登海种业

- 一、公司简介
- 二、主营产品销售情况分析
- 三、公司展望

第二节 万向德农

- 一、公司简介
- 二、公司行业地位
- 三、公司经营情况
- 四、公司面临的风险
- 五、公司未来发展展望
- 六、万向集团十件大事

第三节 敦煌种业

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况
- 三、公司未来发展展望

第四节 中国种子集团

- 一、公司简介
- 二、公司种子生产基地
- 三、公司生产玉米品种介绍
- 四、公司科研开发

第五节 丰乐种业

- 一、公司简介
- 二、公司经营现状
- 三、公司未来发展展望

第九章 中国种业市场营销策略分析

第一节 种业广告的要求分析

第二节 农作物种子的服务营销

- 一、服务营销的优势分析
- 二、种子营销服务策略

第三节 农户对种子信息来源的调研分析

- 一、农户获知种子信息主管道
- 二、农户对新种态度及行为回归分析

第四节 我国种子进入国际市场营销策略分析

第十章 我国种业发展趋势和竞争格局预测分析

第一节 我国种业的兼并组合的现状和趋势

第二节 我国种业产业化分析

第三节 我国种业竞争的焦点和趋势分析

第四节 中小型种子企业发展思路分析

第十一章 2019年种子行业投资机会与风险展望

第一节 2019年种子行业投资机会

- 一、2019年种子行业区域投资机会
- 二、2019年种子出口市场投资机会

第二节 2019年种子行业投资风险展望

第十二章 2019年种子企业经营战略建议

第一节 2019年种子企业的标杆管理（ZY ZS）

第二节 2019年种子企业的资本运作模式

第三节 2019年种子企业营销模式建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202006/872062.html>