

2024-2030年中国供销社行业市场研究分析及发展前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国供销社行业市场研究分析及发展前景分析报告》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.chyxx.com/research/1137727.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解供销合作社行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国供销社行业市场研究分析及发展前景分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国供销合作社市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保供销合作社行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年供销合作社行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能供销合作社从业者抢跑转型赛道。

供销社全称供销合作社，是合作社的一种，是主要从事供应和销售方面业务的合作社。具体来讲，供销合作社是由农民自愿组织起来，以社员购买、销售活动以及与此相关联的加工、仓储、运输、包装、信息、技术服务、培训等为主要活动内容，由社员参与管理，为社员提供服务，旨在通过互助合作来提高社员生产和生活水平的合作经济组织。

2006年以来全国供销合作社系统销售规模保持快速增长，CAGR为15.3%，体量在2021年达到6.26万亿元，为同期社会消费品零售总额的14.2%，影响力颇为可观；并且疫情以来销售总额增长有所加快，2021年同比增长18.1%，增速为近八年的新高，供销社在疫情下的保供作用有所凸显，截至2022年我国供销社系统销售额约为6.52万亿元。

自上世纪90年代国家将供销社的传统经营业务由专营改为放开经营，随之而来的是农村市场各种服务组织不断涌现，农业部门、工业企业、私营企业，包括一些大型企业集团，也纷纷参与农村流通市场竞争。现有竞争者较多，如农业部门、邮政部门、林业部门、安监部门、民营企业、个体经营户等纷纷进入农村流通市场。

在农产品转变成农商品方面。许多农民所种植的农作物难以实现标准化，就很难制作成高附加值商品。而在当地供销社的帮扶下，可通过实现标准化来推进贸易，保证渠道畅通，顺利连接发达地区，随后可持续产出高毛利产品。并且考虑到会出现农民因缺乏指导而随意种植农作物的现象，供销社可以进行实地帮助，帮助农民实现利润最大化。

《2024-2030年中国供销社行业市场研究分析及发展前景分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是供销合作社领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 供销社行业发展综述

1.1 供销社行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 供销社行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 供销社行业在国民经济中的地位

1.2.3 供销社行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 供销社行业生命周期

1.3 最近3-5年中国供销社行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 供销社行业运行环境分析

2.1 供销社行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 供销社行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 供销社行业社会环境分析

2.3.1 供销社产业社会环境

- 2.3.2 社会环境对行业的影响
- 2.3.3 供销社产业发展对社会发展的影响
- 2.4 供销社行业技术环境分析
 - 2.4.1 供销社技术分析
 - 2.4.2 供销社技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国供销社行业运行分析

- 3.1 我国供销社行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国供销社行业发展阶段
 - 3.1.2 我国供销社行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国供销社行业发展特点分析
- 3.2 2019-2023年供销社行业发展现状
 - 3.2.1 2019-2023年我国供销社行业市场规模
 - 3.2.2 2019-2023年我国供销社行业发展分析
 - 3.2.3 2019-2023年中国供销社企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2019-2023年重点省市市场分析
- 3.4 供销社细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2019-2023年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 供销社产品/服务利润分析
 - 3.5.1 2019-2023年供销社价格走势
 - 3.5.2 影响供销社利润的关键因素分析
 - (1) 产品
 - (2) 供需情况
 - (3) 渠道
 - (4) 其他
 - 3.5.3 2024-2030年供销社产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4 主要供销社企业定价策略

第四章 我国供销社行业整体运行指标分析

- 4.1 2019-2023年中国供销社行业总体规模分析

- 4.1.1 企业数量结构分析
- 4.1.2 人员规模状况分析
- 4.1.3 行业资产规模分析
- 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2019-2023年中国供销社行业产销情况分析
 - 4.2.1 我国供销社行业工业总产值
 - 4.2.2 我国供销社行业工业销售产值
 - 4.2.3 我国供销社行业产销率
- 4.3 2019-2023年中国供销社行业财务指标总体分析
 - 4.3.1 行业盈利能力分析
 - 4.3.2 行业偿债能力分析
 - 4.3.3 行业营运能力分析
 - 4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国供销社行业供需形势分析

- 5.1 供销社行业供给分析
 - 5.1.1 2019-2023年供销社行业供给分析
 - 5.1.2 2024-2030年供销社行业供给变化趋势
 - 5.1.3 供销社行业区域供给分析
- 5.2 2019-2023年我国供销社行业需求情况
 - 5.2.1 供销社行业需求市场
 - 5.2.2 供销社行业客户结构
 - 5.2.3 供销社行业需求的地区差异
- 5.3 供销社市场应用及需求预测
 - 5.3.1 供销社应用市场总体需求分析
 - (1) 供销社应用市场需求特征
 - (2) 供销社应用市场需求总规模
 - 5.3.2 2024-2030年供销社行业领域需求量预测
 - (1) 2024-2030年供销社行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2024-2030年供销社行业领域需求产品/服务市场格局预测
 - 5.3.3 重点行业供销社产品/服务需求分析预测

第六章 供销社行业产业结构分析

- 6.1 供销社产业结构分析
 - 6.1.1 市场细分充分程度分析

- 6.1.2 各细分市场领先企业排名
- 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
- 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
 - 6.2.1 产业价值链的构成
 - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
- 6.3 产业结构发展预测
 - 6.3.1 产业结构调整指导政策分析
 - 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
 - 6.3.3 中国供销社行业参与国际竞争的战略市场定位
 - 6.3.4 供销社产业结构调整方向分析
 - 6.3.5 建议

第七章 我国供销社行业产业链分析

- 7.1 供销社行业产业链分析
 - 7.1.1 产业链结构分析
 - 7.1.2 主要环节的增值空间
 - 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
- 7.2 供销社上游行业分析
 - 7.2.1 供销社产品成本构成
 - 7.2.2 2019-2023年上游行业发展现状
 - 7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势
 - 7.2.4 上游供给对供销社行业的影响
- 7.3 供销社下游行业分析
 - 7.3.1 供销社下游行业分布
 - 7.3.2 2019-2023年下游行业发展现状
 - 7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势
 - 7.3.4 下游需求对供销社行业的影响

第八章 我国供销社行业渠道分析及策略

- 8.1 供销社行业渠道分析
 - 8.1.1 渠道形式及对比
 - 8.1.2 各类渠道对供销社行业的影响
 - 8.1.3 主要供销社企业渠道策略研究
 - 8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 供销社行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 供销社行业营销策略分析

8.3.1 中国供销社营销概况

8.3.2 供销社营销策略探讨

8.3.3 供销社营销发展趋势

第九章 我国供销社行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 供销社行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 供销社行业企业间竞争格局分析

9.1.3 供销社行业集中度分析

9.1.4 供销社行业SWOT分析

9.2 中国供销社行业竞争格局综述

9.2.1 供销社行业竞争概况

(1) 中国供销社行业竞争格局

(2) 供销社行业未来竞争格局和特点

(3) 供销社市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国供销社行业竞争力分析

(1) 我国供销社行业竞争力剖析

(2) 我国供销社企业市场竞争的优势

(3) 国内供销社企业竞争能力提升途径

9.2.3 供销社市场竞争策略分析

第十章 供销社行业领先企业经营形势分析

10.1 广东天禾农资股份有限公司竞争力分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 10.2 浙农集团股份有限公司竞争力分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 10.3 安徽辉隆农资集团股份有限公司竞争力分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 10.4 黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司竞争力分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析

第十一章 2024-2030年供销社行业投资前景

- 11.1 2024-2030年供销社市场发展前景
 - 11.1.1 2024-2030年供销社市场发展潜力
 - 11.1.2 2024-2030年供销社市场发展前景展望
 - 11.1.3 2024-2030年供销社细分行业发展前景分析
- 11.2 2024-2030年供销社市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2024-2030年供销社行业发展趋势
 - 11.2.2 2024-2030年供销社市场规模预测
 - 11.2.3 2024-2030年供销社行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2024-2030年中国供销社行业供需预测
 - 11.3.1 2024-2030年中国供销社行业供给预测
 - 11.3.2 2024-2030年中国供销社行业需求预测
 - 11.3.3 2024-2030年中国供销社供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2024-2030年供销社行业投资机会与风险

12.1 供销社行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2024-2030年供销社行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2024-2030年供销社行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 供销社行业投资战略研究

13.1 供销社行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国供销社品牌的战略思考

13.2.1 供销社品牌的重要性

13.2.2 供销社实施品牌战略的意义

13.2.3 供销社企业品牌的现状分析

13.2.4 我国供销社企业的品牌战略

13.2.5 供销社品牌战略管理的策略

13.3 供销社经营策略分析

- 13.3.1 供销社市场细分策略
- 13.3.2 供销社市场创新策略
- 13.3.3 品牌定位与品类规划
- 13.3.4 供销社新产品差异化战略
- 13.4 供销社行业投资战略研究
 - 13.4.1 2023年供销社行业投资战略
 - 13.4.2 2024-2030年供销社行业投资战略
 - 13.4.3 2024-2030年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 供销社行业研究结论
- 14.2 供销社行业投资价值评估
- 14.3 供销社行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：部分

- 图表1：2019-2023年我国供销社系统销售额走势图
 - 图表2：2019-2023年我国供销社全系统合作社机关及基层社数量统计图
 - 图表3：2019-2023年我国供销社销售额区域格局变动趋势
 - 图表4：2019-2023年我国各区域供销社销售额统计图
 - 图表5：2023年供销社全系统实现销售分类占比
 - 图表6：2019-2023年供销社全系统细分产品实现销售额及增速统计
 - 图表7：2024-2030年供销社全系统细分产品实现销售额及增速预测
 - 图表8：2024-2030年农产品批发价格200指数
 - 图表9：2019-2023年中国供销社行业企业数量分析
 - 图表10：2019-2023年中国供销社企业资产规模分析
 - 图表11：2019-2023年中国供销社企业收入规模分析
 - 图表12：供销社行业产业链
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1137727.html>