



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年第4季度中国农资市场运行监测研究分析报告

一、调研说明

《2009年第4季度中国农资市场运行监测研究分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/151684.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

摘要

农用物资简称农资，一般是指在农业生产过程中用以改变和影响劳动对象的物质资料和物质条件，如农业运输机械、生产及加工机械、农药、化肥、农膜等等。土地不是农用物资，而是农业劳动对象（农业生产过程中人们将劳动加于其上的物质对象），与农用物资相比，它具有数量有限，位置固定，功能不可代替，肥力可以再生等特点。农用物资应用于农业生产，必须采用先进的农业技术，才能使其发挥更大的作用。如科学使用化肥和防治病虫害，采用现代技术改土治田，建立科学的耕作制度等。随着农业生产水平的不断发展，农用物资的概念也不断扩大，现代科技方法也可称为农用物资，如电脑农业专家系统在农业生产中的应用，使微电脑也成为农业生产中的一部分。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国农资行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区农资市场的发展状况、农资消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国农资市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对农资未来发展趋势进行了研判，是农资生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前农资行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009年农资行业发展态势分析 1

第一节 2009年4季度农资市场发展趋势分析 1

一、市场购买意识趋势分析 1

二、市场购买习惯趋势分析 1

三、产品需求类型趋势分析 2

四、农资产品需求量趋势分析 2

第二节 2009年化肥行业发展分析 3

一、原材料领域分析 4

二、流通领域分析 4

三、企业领域分析 5

四、进出口领域分析 5

五、国际竞争领域分析 6

第二章 国际农资行业运行情况 7

第一节 国际化肥行业运行情况分析 7

一、国际化肥行业概况 7

二、国际化肥行业格局分析 8

第二节 国际农药行业运行情况分析 9

一、国际农药行业概况 9

二、价格趋势分析 10

三、国际农药行业格局中国企业处境分析 14

四、国外资本对中国农药行业影响分析 16

五、国际农药行业价值链分析 19

第三章 2009年4季度农资行业经济指标分析 23

第一节 2009年4季度农资行业总销售收入分析 23

一、2009年4季度行业总销售收入分析 23

二、2009年4季度不同规模企业总销售收入比较 23

三、2009年4季度不同所有制企业总销售收入比较 24

第二节 2009年4季度农资行业分区域不同规模企业销售收入分析 24

一、华北地区 24

二、东北地区 26

三、华东地区 27

四、中南地区 30

五、华南地区 31

六、西南地区 32

七、西北地区 34

第三节 2009年4季度农资行业分区域不同所有制企业销售收入分析 36

一、华北地区 36

二、东北地区 39

三、华东地区 41

四、中南地区 45

五、华南地区 47

六、西南地区 48

七、西北地区 51

第四章 行业重点企业竞争分析 54

第一节 山东鲁西化工股份有限公司 54

一、企业概况 54

二、竞争优势分析 54

三、2009年4季度经营状况 55

四、2009-2012年发展战略 55

第二节 史丹利化肥股份有限公司 56

一、企业概况 56

二、竞争优势分析 56

三、2009年4季度经营状况 57

四、2009-2012年发展战略 57

第三节 美丰化工股份有限公司 57

一、企业概况 57

二、竞争优势分析 58

三、2009年4季度经营状况 59

四、2009-2012年发展战略 60

第四节 山东大成农药股份有限公司 61

一、企业概况 61

二、竞争优势分析 62

三、2009年4季度经营状况 63

第五节 南通江山农药化工股份有限公司 64

一、企业概况 64

二、竞争优势分析 65

三、2009年4季度经营状况 66

四、2009-2012年发展战略 66

第五章 农资行业发展预测 67

第一节 2009-2012年化肥市场预测 67

一、气候因素分析 67

二、市场因素分析 67

三、投入品因素分析 67

四、生产因素分析 68

五、政策因素分析	68
第二节 2009-2012年农药市场预测	68
一、市场整合趋势分析	69
二、整合方式趋势分析	70
三、政策整合趋势分析	71
四、农资企业分化趋势分析	72
五、农资营销导向趋势分析	73
六、经销商整合趋势分析	74
七、传统零售商发展趋势分析	74
八、农资行业融资趋势分析	75
九、促销模式趋势分析	76
十、厂家与代理商合作趋势分析	77

图表目录

图表：2009年1-11月农资相关行业全部类型规模企业利润总额	23
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额全国统计	23
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额全国统计	24
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额北京统计	24
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额天津统计	25
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额河北统计	25
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额山西统计	25
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额内蒙古统计	26
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额辽宁统计	26
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额吉林统计	27
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额黑龙江统计	27
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额上海统计	27
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额江苏统计	28
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额浙江统计	28
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额安徽统计	28
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额福建统计	29
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额江西统计	29
图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额山东统计	29

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额河南统计 30

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额湖北统计 30

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额湖南统计 31

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额广东统计 31

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额广西统计 31

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额海南统计 32

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额重庆统计 32

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额四川统计 32

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额贵州统计 33

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额云南统计 33

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额西藏统计 33

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额陕西统计 34

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额甘肃统计 34

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额青海统计 35

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额宁夏统计 35

图表：2009年1-11月农资相关产业不同规模企业利润总额新疆统计 35

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额北京统计 36

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额天津统计 36

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额河北统计 37

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额山西统计 37

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额内蒙古统计 38

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额辽宁统计 39

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额吉林统计 39

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额黑龙江统计 40

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额上海统计 41

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额江苏统计 41

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额浙江统计 42

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额安徽统计 42

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额福建统计 43

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额江西统计 44

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额山东统计 44

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额河南统计 45

图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额湖北统计 45
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额湖南统计 46
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额广东统计 47
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额广西统计 47
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额海南统计 48
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额重庆统计 48
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额四川统计 49
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额贵州统计 49
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额云南统计 50
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额西藏统计 51
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额陕西统计 51
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额甘肃统计 52
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额青海统计 52
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额宁夏统计 53
图表：2009年1-11月农资相关产业不同所有制企业利润总额新疆统计 53
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/151684.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。