



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国农资连锁行业 市场深度分析与投资前景预测报 告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国农资连锁行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/231824.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](mailto: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

近年来，农资连锁如雨后春笋般涌现，尤其是去年安徽辉隆成功上市，成为国内农资连锁第一股后，更是极大地激发农资连锁的热度。由于历史原因，我国农资流通行业较长时间内一直实行“批发分销”经营模式，即大型批发商从上游厂商大批量采购后，批发分销给下一级中小型批发商，再由下一级中小型批发商逐级批发给终端零售网点销售。“批发分销”经营模式因流通环节多、流通成本高等诸多弊病，已明显不适应市场发展需要。

而连锁经营自1859年诞生以来，在世界范围内得到广泛发展，取得普遍成功，以多业态、多行业、多空间的姿态快速发展。自上世纪80年代中后期，连锁经营传入我国后，经过十几年的发展，已经被视为我国零售业中最具增长潜力的行业。

虽然农资服务的内容最终会逐步统一，但是在连锁模式还处于探索发展时期，服务内容创新无疑成为诸多连锁企业所关注的焦点。业内人士表示，农资连锁更重要的是要在服务创新上。未来，农资连锁需要参与农资生产，实现农资生产和流通的全覆盖。同时，可以考虑为农民提供生产过程中的培训，并且在农民种植粮食之后进行农产品的收购和加工。

《2013-2018年中国农资连锁行业市场深度分析与投资前景预测报告》侧重对农资连锁行业运行环境、市场格局、产品市场供需、企业竞争的研究和行业发展趋势及市场规模增长的预测。通过研究农资连锁行业市场的特征、竞争态势、市场现状及预测，使企业和投资者对农资连锁行业整个市场的脉络更为清晰，从而保证投资者做出更为正确的决策。

### 第一章 2012年全球农资连锁产业运行状况浅析

#### 第一节 2012年全球农资连锁产业运行分析

- 一、世界农资连锁特点分析
- 二、国际农资连锁产业发展目标
- 三、全球农资连锁市场规模发展情况

#### 第二节 2012年世界部分国家连锁产业发展分析

- 一、日本
- 二、美国
- 三、德国
- 四、俄罗斯

#### 第三节 2013-2018年世界农资连锁趋势分析

### 第二章 2012年中国农资市场与分销渠道综述

## 第一节 农业生产资料行业概述

### 一、农业生产资料范围

### 二、农业生产资料在农业生产中的作用和价值

## 第二节 2012年中国农资行业市场分析

### 一、国内农资市场容量分析

### 二、需求结构与需求趋势分析

### 三、国内农资行业竞争状况分析

## 第三节 2012年中国国内农资营销渠道透析

### 一、营销渠道特征分析

### 二、农资营销渠道模式分析

## 第三章 2012年中国农资连锁业运行环境解析

### 第一节 2012年中国农资连锁政策环境分析

#### 一、农业地位重要，农资市场需求巨大

#### 二、农村市场体系建设"十一五"规划

#### 三、农业部出台政策引导和推动农产品和农资连锁经营

#### 四、三部门联合发布《关于推进农资连锁经营发展的意见》

#### 五、商务部开展"万村千乡市场工程"建设

#### 六、政府在2012年大幅度增加农机具补贴

### 第二节 2012年中国宏观经济环境分析 55

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2013年下半年中国宏观经济发展预测分析

### 第三节 2012年中国农资连锁行业社会环境分析

#### 一、发展现代农业成为社会共识

#### 二、农民增产增收取得成效，仍然缺乏长期有效地机制

#### 三、农民深受假冒伪劣农资伤害

#### 四、农资价格上升打压农民积极性，政府强力调控价格

#### 五、农村环境污染问题严重

### 第四节 2012年中国农资连锁行业资本市场环境分析

#### 一、政府加大农资领域的补贴

#### 二、全球资本市场引领下，中国证券市场一泻千里

- 三、中国VC/PE在农业领域的投资状况
- 四、农村金融基本处于拓荒阶段
- 五、金融机构加强对农业的信贷支持

#### 第四章 2012年中国农资连锁经营行业运行状况分析

##### 第一节 中国农资连锁市场发展特征

- 一、农资连锁蓬勃发展
- 二、政府积极推动和规范农资连锁
- 三、各路资本介入农资连锁
- 四、国内农资连锁企业的经营模式尚在探索之中
- 五、农资连锁配送理论还处于探索阶段
- 六、三大因素困扰农资连锁网络建设

##### 第二节 2012年中国农资连锁产业总况

- 一、农资连锁迎来新一轮"创业革命"
- 二、危中寻机推动农资连锁规范发展
- 三、探析农资连锁的九大优点
- 四、农资连锁四步曲
- 五、中国农资连锁产业驱动因素
- 六、中国农资连锁市场前景看好的原因

##### 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
- 二、中国农产品和农资连锁谋划的现状
- 三、中国农资连锁实现商业化生产

##### 第四节 2012年中国农资连锁模式的优势

- 一、有利于发挥连锁经营的规模效应
- 二、利于生产与市场的对接，减少流通环节
- 三、有利于农资流通行业的规范化发展
- 四、能够部分解决农资市场信息不对称的现状

##### 第五节 2012年中国农资连锁市场中存在的主要问题

- 一、连锁经营业态常常伴临的两个瓶颈问题
- 二、法律意识不强
- 三、农资连锁行业的管理都非常低下

- 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
- 五、农资市场的监管体制不顺
- 六、重视经营网点建设，忽视网络体系运作。
- 七、农资市场的恶性竞争使行业处于微利边缘
- 八、农资连锁经营的实体资源单一
- 九、地方保护主义将阻碍农资连锁的跨区域发展

## 第五章 2012年中国主要农资产品市场流通与渠道分析

### 第一节 2012年中国农药产业的发展情况

- 一、农药行业高风险、高投入和周期长的特点
- 二、农业产业进入退出壁垒进一步提高
- 三、农药产量逐年递增，行业迎来高速增长长期
- 四、农药业经济运行规模及效益
- 五、农药产品的流通体制现状及趋势
- 六、2013-2018年中国农药市场预测

### 第二节 2012年中国化肥产业的发展情况

- 一、国务院关于进一步深化化肥流通体制改革的决定解读
- 二、化肥流通体制盼到新一轮改革
- 三、化肥流通体制的改革利在未来
- 四、化肥经营放行社会资本

### 第三节 2012年中国种子产业的发展情况

- 一、加快建设种子流通渠道
- 二、种子流通领域管理问题
- 三、种子流通监督管理与种子质量分级
- 四、加快流通体系"农超对接"

### 第四节 2012年中国农膜产业的发展情况

- 一、流通领域农膜质量抽检六成多合格
- 二、农膜实行专营的暂行规定

### 第五节 2012年中国农机产业的发展情况

- 一、实施农机流通要抓好"品牌工程"
- 二、日韩农机流通业发展及启示
- 三、浅谈传统农机流通与现代农机流通

四、农机流通行业如何适应五大变化

五、振兴现代农机流通的思考与建议

## 第六章 2012年中国农资企业营销渠道设计与管理

### 第一节 农资企业营销相关概述

一、农资产品营销渠道的设计原则与目标

二、农资产品营销渠道的设计流程的理论优化

### 第二节 农资营销渠道模式创新

一、渠道创新的必要性

二、农资产品营销渠道模式创新&mdash;建立补充渠道

三、渠道营销策略、方法的创新

### 第三节 农资企业产品营销渠道的管理

一、分销商管理

二、农资企营销渠道冲突管理

### 第四节 农资企业营销渠道设计与管理

一、营销渠道的设计

二、农资产品营销渠道的设计原则与目标

三、营销渠道的设计流程的理论优化

四、农资营销渠道的模式分析

六、农资营销渠道模式创新

七、农资企业产品营销渠道的管理

## 第七章 2012年中国农资连锁细分主体运行新格局透析

### 第一节 邮政农资连锁

一、邮政农资连锁发展概述

二、邮政农资连锁行业发展规模

三、邮政农资连锁店的共同特征

四、邮政农资连锁行业发展中存在的主要问题

五、邮政农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析）

六、邮政发展农资连锁的建议

### 第二节 生产企业农资连锁

一、经营主体分析

- 二、生产企业农资连锁发展概述
- 三、生产企业农资连锁行业发展规模
- 四、生产企业农资连锁店的特质
- 五、生产企业农资连锁的市场竞争分析
- 六、生产企业农资连锁行业发展中存在的主要问题
- 七、生产企业农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析）
- 八、生产企业农资连锁的发展建议

### 第三节 流通企业农资连锁

- 一、发展历程和经营主体
- 二、流通企业农资连锁发展概述
- 三、流通企业农资连锁行业发展规模
- 四、流通企业农资连锁的市场竞争分析
- 五、流通企业农资连锁店的特征
- 六、流通企业农资连锁行业发展中存在的主要问题
- 七、流通企业农资连锁的市场竞争力分析（SWOT分析）
- 八、流通企业发展农资连锁的建议

### 第四节 中华全国供销合作总社系统

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

## 第八章 2012年中国农资连锁区域市场运行格局分析

### 第一节 华北地区

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

## 第二节 东北地区

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

## 第三节 华东地区

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

## 第四节 华中地区

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

## 第五节 西部地区

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

## 第六节 华南地区

- 一、发展环境分析
- 二、市场发展概述
- 三、近几年地区市场规模统计及预测

四、发展特征及存在的主要问题

五、华南市场发展趋势分析

六、华南市场发展前景分析

## 第九章 2012年中国农资连锁市场销售策略分析

### 第一节 2012年中国农资连锁市场销售终端的基本类型

一、中国农资连锁市场各终端的基本特点

二、农资连锁市场的主要销售模式

### 第二节 2012年农资连锁企业主要渠道模式分析

一、区域代理

二、买断品牌

三、特许经营

### 第三节 2012年中国农资连锁在不同渠道销售情况

一、农资连锁渠道策略分析

二、经销商选择策略

三、渠道的本土化策略

四、品牌联合策略

### 第四节 2012年农资连锁在中国的营销策略变化

一、传播策略

二、渠道策略

## 第十章 2012年中国农资连锁企业主体竞争力分析

### 第一节 金色谷

一、公司概况

二、公司营业规模

三、经营模式

四、市场竞争力分析

五、资本运作分析

六、发展战略分析

七、（SWOT分析）

### 第二节 中牧股份（600195）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第三节 红太阳（000525）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第四节 辉隆

一、企业概况

二、辉隆集团制定省级农资连锁经营试点实施方案

三、大力发展农资连锁 构建农村商业网络

### 第五节 惠多利

一、企业概况

二、农资连锁经营网点

三、未来发展战略分析

### 第六节 中化化肥

一、企业概况

二、中化化肥帝国梦-化肥市场

三、中化化肥：以科技服务打造农资品牌

四、未来发展战略分析

### 第七节 天盟

一、企业概况

二、天盟农资连锁：追求“三赢”将企业做大做强

三、未来发展战略分析

### 第八节 徽商农家福

一、企业概况

二、安徽徽商农家福农资连锁经营初具规模

三、徽商农家福公司农资连锁经营网招商项目

四、徽商"农家福":创农资连锁新模式

第十一章2013-2018年中国农资连锁产业前景展望与趋势预测 276

第一节2013-2018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

二、中国农资连锁业前景分析

第二节2013-2018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

二、做大做强是行业的发展趋势

三、整合区域内既有的农资优势渠道资源成为发展捷径

四、提升服务意识和服务能力是农资连锁的必然之路

第三节2013-2018年中国农资连锁市场盈利预测分析 280

第十二章2013-2018年中国农资连锁行业投资战略研究 282

第一节 2013-2018年中国农资连锁投资概况

一、中国农资流通投资特性分析

二、商务部鼓励各类投资主体投资农资商品流通

第二节2013-2018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

二、农资流通投资热点分析

三、农资流通区域投资潜力分析

第三节2013-2018年中国农资连锁业投资风险预警 288

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节 权威专家投资建议

图表目录:(部分)

图表:2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表:2012年居民消费价格月度涨跌幅度

图表:2012年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2008-2012年城镇新增就业人数

图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度

图表：2008-2012年粮食产量及其增长速度

图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2012年建筑业增加值及其增长速度

图表：2007-2012年固定资产投资历史变动轨迹

图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/231824.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](http://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。