



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国农资连锁市场 需求及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国农资连锁市场需求及投资前景分析报告》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/274636.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

随着农资连锁行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的农资连锁企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。智研咨询利用多种独创的信息处理技术，对农资连锁行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递，为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务，最大限度地降低客户投资风险与经营成本，把握投资机遇，提高企业竞争力。

本农资连锁行业研究报告共十二章是艾凯咨询网咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。农资连锁行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

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家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。

报告揭示了农资连锁行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国农资连锁做了重点企业经营状况分析，并分析了中国农资连锁发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2015年全球农资连锁产业运行状况浅析 19

第一节 2015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 2015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 2016-2022年世界农资连锁趋势分析	22
第二章 2015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 2015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 2015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 2015年中国农资连锁业运行环境解析	29
第一节 2015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"十三五"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2015年大幅度增加农机具补贴	54
第二节 2015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、工业发展形势(季度更新)	63
六、固定资产投资情况(季度更新)	64
七、财政收支状况(年度更新)	67
八、中国汇率调整(人民币升值)	67
九、存贷款基准利率调整情况	69
十、存款准备金率调整情况	70
十一、社会消费品零售总额	71

十二、对外贸易和进出口	73
十三、零售领域全面对外开放	81
十四、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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015年中国主要农资产品市场流通与渠道分析	121
第一节 2015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、2016-2022年中国农药市场预测	125
第二节 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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&mdash;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 2015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 2015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 2015年中国农资连锁市场销售策略分析 223

### 第一节 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2016-2022年中国农资连锁产业前景展望与趋势预测 276
  - 第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国农资连锁市场盈利预测分析 280
- 第十二章 2016-2022年中国农资连锁行业投资战略研究 282
  - 第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 权威专家投资建议 290

图表目录:

图表1 2013-2015年全球农资连锁市场规模 19

图表2 2013-2015年日本农资连锁市场规模 20

图表3 2013-2015年美国农资连锁市场规模 20

图表4 2013-2015年德国农资连锁市场规模 21

图表5 2013-2015年俄罗斯农资连锁市场规模 21

图表6 2011-2015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(2015年12月) 58

图表8 2015年12月份居民消费价格主要数据 59

图表9 2015年12月全国居民消费价格涨跌幅 60

图表10 2011-2015年12月我国农村居民人均纯收及其增长速度 61

图表11 2011-2015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 2012-2015年中国城乡居民恩格尔系数对比表 62

图表13 2012-2015年12月我国全社会固定资产投资及其增长速度 65

图表14 2015年1-12月我国固定资产投资增速 65

图表15 2015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 2011-2015年12月我国社会消费品零售总额及其增长速度 72

图表19 2015年1-12月我国社会消费品零售总额增速 72

图表20 2011-2015年12月我国货物进出口总额增长分析 73

图表21 2010-2015年12月农药制造基本经济 122

图表22 2010-2015年12月农药制造成长能力 122

图表23 2010-2015年12月农药制造偿债能力 123

图表24 2010-2015年12月农药制造盈利能力 123

图表25 2010-2015年12月农药制造运营能力 123

图表26 2016-2022年我国农药制造盈利能力预测 125

图表27 2013-2015年我国农资连锁市场华北地区市场规模分析 199

图表28 2016-2022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 2013-2015年我国农资连锁市场东北地区市场规模分析	202
图表30 2016-2022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 2013-2015年我国农资连锁市场华东地区市场规模分析	207
图表32 2016-2022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 2013-2015年我国农资连锁市场华中地区市场规模分析	212
图表34 2016-2022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 2013-2015年我国农资连锁市场西部地区市场规模分析	214
图表36 2016-2022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 2015年1-12月广西国民经济主要指标	219
图表38 2013-2015年我国农资连锁市场华南地区市场规模分析	220
图表39 2016-2022年我国农资连锁市场华南地区市场规模预测分析	221

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274636.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。