



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国蔬菜种子细分 产业发展现状及市场监测报告

## 一、调研说明

《2017-2022年中国蔬菜种子细分产业发展现状及市场监测报告》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/281790.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

蔬菜种子是用于生产蔬菜的种子，分为常规种和杂交种子。蔬菜常规种就是蔬菜本身通过自然规律生长出来的种子，蔬菜杂交种子（F1一般杂交为一代杂交）就是通过用不同特性的植物（父本加母本）为其授粉，使其改变品种特性。

蔬菜常规种（OP）就是蔬菜本身通过自然规律生长出来的种子。就目前来说，蔬菜的常规育种也有许多问题。

第一，品种多而杂。在科学技术是第一生产力和科技面向市场等政策的感召下，从事农业育种工作的科研机构、专家学者如雨后春笋，新成果、新品种不断涌现。随之而来的问题，一是品种品系多了，性状差异小了，繁育时除杂难度加大，品种真实性、纯度难以保证；二是在众多科研单位和专家学者的育种竞赛中，难免会有南郭先生鱼目混珠，将一些性状不稳、适应性差，或者根本没有生产价值的品种、品系推向市场，误导、干扰正常的种子生产经营秩序。所以对于蔬菜种子的购买，应该以信誉度较好的地方为标准。购买正规培育出来的种子。

第二，种子与非种子相似，生产上隐蔽性强。一是外观相似。而常规种子无论是植株还是种子本身的差别都不是很大。所以在选择上很难以辨认。这样就造成了对种子认识不足而有损生产的后果。特别是基地蔬菜用种尤其不能大意。由此，以下介绍一点常规蔬菜种子的鉴别和购买方法。

葱籽、韭菜籽：必须用当年的新种子，隔年的种子出苗率大大降低。鉴别新旧种子的方法是：新种子表面有皱褶，阴暗面鲜明，有光泽，种脐上有一个明显的小白点。储存1年以上的种子，表面失去光泽，出现一层白霜，种脐由白变黄，这样的种子发芽率、生长势低，不宜使用。西红柿籽：一般可保存3—4年，不超过4年，否则会降低发芽率。鉴别新旧种子的方法是：新籽上有很多小茸毛，且有番茄味，旧籽上茸毛少或脱落，气味也变淡。辣椒籽：不能超过3年。新种子辣味浓，种子颜色为金黄色。新种子发芽率在90%左右，存放2年发芽率在80%左右，3年发芽率会降到50%以下。芹菜籽：可存放5年，当年结的新籽不能用，必须存1年后才能用。香菜籽：必须存放1年后才能用，但存放时间不宜超过3年。新香菜籽气味浓，陈旧籽气味变淡。茄子籽：存放时间可稍长，一般5年内种子都可以用。新种子外皮有光亮，乳黄色，而陈种子表面暗红色，无光亮。白菜、萝卜、甘蓝籽：一般储存寿命为3—4年，4年以上发芽率明显降低。新种子表面光滑，陈种子表面发暗，用指甲将种子压破后，新种子成饼不碎，陈种子则易碎，种皮易脱落。黄瓜籽：一般能存3—4年。新鲜黄瓜种子表面为白色或乳白色，表面光滑，种子尖端的毛刺较尖，而陈种子表面出现黄斑，失去光泽，种子尖端的毛刺也变钝。

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：

第一章中国蔬菜种子行业发展概况12

第一节世界种子行业发展概况12

第二节中国蔬菜种子行业发展历程14

一、中国种子行业发展历程14

二、中国蔬菜种子发展历程14

第三节中国蔬菜种子行业的特点15

第四节中国蔬菜种子行业发展政策环境分析16

一、中国种子行业主要法律法规16

二、中国种子行业相关政策分析17

三、中国种子行业监管制度分析19

四、《种子法》的颁布对种子行业发展的影响22

五、土地流转新政对蔬菜种业生产经营的影响23

六、《关于加快推进现代农作物种业发展的意见》为种业带来了历史性机遇26

七、《农作物种子生产经营许可管理办法》提高了种业的进入门槛26

八、《全国种植业发展第十三个五年规划》26

九、《全国蔬菜产业发展规划》给蔬菜种子市场发展带来契机27

第五节中国蔬菜种子市场发展分析29

一、中国蔬菜种子细分品种29

二、中国蔬菜种子的消费特点32

三、中国蔬菜种子行业供给分析32

四、中国蔬菜种子成本投入及商品化率分析34

五、中国蔬菜种子市场规模变化分析34

六、中国蔬菜种子行业企业规模分析35

第六节未来中国蔬菜种子行业发展方向35

第二章中国蔬菜市场分析38

第一节中国蔬菜种植面积及产量分析38

第二节中国蔬菜人均消费变化趋势分析	39
第三节中国蔬菜种植成本及收益分析	40
第四节中国蔬菜价格分析	42
第三章中国蔬菜主要种植区域细分市场分析	47
第一节中国主要蔬菜种植区域介绍	47
第二节华南区蔬菜市场分析	48
一、华南区蔬菜种植面积及产量分析	48
二、主栽蔬菜种类分析	48
三、主要目标市场及上市期	48
四、广东、广西、海南蔬菜主栽品种	48
五、未来发展趋势	49
第三节长江区蔬菜市场分析	49
一、长江区蔬菜种植面积及产量分析	49
二、主栽蔬菜种类分析	50
三、主要目标市场及上市期	50
四、四川、湖南、安徽主栽蔬菜品种分析	50
五、未来发展趋势	52
第四节西南区蔬菜市场分析	52
一、西南区蔬菜种植面积及产量分析	52
二、主栽蔬菜种类分析	52
三、主要目标市场及上市期	53
四、云南、贵州主栽蔬菜品种分析	53
五、未来发展趋势	53
第五节西北区蔬菜市场分析	54
一、西北区蔬菜种植面积及产量分析	54
二、主栽蔬菜种类分析	54
三、主要目标市场及上市期	54
四、甘肃、新疆主栽蔬菜品种分析	54
五、未来发展趋势	55
第六节东北区蔬菜市场分析	56
一、东北区蔬菜种植面积及产量分析	56
二、主栽蔬菜种类分析	56

- 三、主要目标市场及上市期56
- 四、黑龙江、吉林、内蒙古主栽蔬菜品种分析56
- 五、未来发展趋势57
- 第七节黄淮海与环渤海区蔬菜市场分析57
  - 一、黄淮海与环渤海区蔬菜种植面积及产量分析57
  - 二、主栽蔬菜种类分析57
  - 三、主要目标市场及上市期58
  - 四、河北、河南、山东、辽宁主栽蔬菜品种分析58
  - 五、未来发展趋势60
- 第四章中国蔬菜种子主要类别细分市场分析61
  - 第一节中国番茄种子市场分析61
    - 一、中国番茄种植面积及产量分析61
    - 二、中国番茄种植商品化率分析61
    - 三、中国番茄种植种子成本投入分析61
    - 四、中国番茄种子市场规模分析62
    - 五、中国番茄种子价格分析62
    - 六、中国番茄种子主导公司及品种63
  - 第二节中国黄瓜种子市场分析64
    - 一、中国黄瓜种植面积及产量分析64
    - 二、中国黄瓜种植商品化率分析65
    - 三、中国黄瓜种植种子成本投入分析65
    - 四、中国黄瓜种子市场规模分析65
    - 五、中国黄瓜种子价格分析66
    - 六、中国黄瓜种子主导公司及品种66
  - 第三节中国辣椒种子市场分析68
    - 一、中国辣椒种植面积及产量分析68
    - 二、中国辣椒种植商品化率分析68
    - 三、中国辣椒种植种子成本投入分析69
    - 四、中国辣椒种子市场规模分析69
    - 五、中国辣椒种子价格分析70
    - 六、中国辣椒种子主导公司及品种70
  - 第四节中国茄子种子市场分析72

- 一、中国茄子种植面积及产量分析72
- 二、中国茄子种植商品化率分析72
- 三、中国茄子种植种子成本投入分析73
- 四、中国茄子种子市场规模分析73
- 五、中国茄子种子价格分析73
- 六、中国茄子种子主导公司及品种74
- 第五节中国大白菜种子市场分析75
  - 一、中国大白菜种植面积及产量分析75
  - 二、中国大白菜种植商品化率分析75
  - 三、中国大白菜种植种子成本投入分析76
  - 四、中国大白菜种子市场规模分析76
  - 五、中国大白菜种子价格分析77
  - 六、中国大白菜种子主导公司及品种77
- 第六节中国萝卜种子市场分析79
  - 一、中国萝卜种植面积及产量分析79
  - 二、中国萝卜种植商品化率分析79
  - 三、中国萝卜种植种子成本投入分析79
  - 四、中国萝卜种子市场规模分析80
  - 五、中国萝卜种子价格分析80
  - 六、中国萝卜种子主导公司及品种81
- 第七节中国圆白菜种子市场分析81
  - 一、中国圆白菜种植面积及产量分析81
  - 二、中国圆白菜种植商品化率分析82
  - 三、中国圆白菜种植种子成本投入分析82
  - 四、中国圆白菜种子市场规模分析82
  - 五、中国圆白菜种子价格分析83
  - 六、中国圆白菜种子主导公司及品种83
- 第八节中国豆角种子市场分析84
  - 一、中国豆角种植面积及产量分析84
  - 二、中国豆角种植商品化率分析84
  - 三、中国豆角种植种子成本投入分析85
  - 四、中国豆角种子市场规模分析85

五、中国豆角种子价格分析	86
六、中国豆角种子主导公司及品种	86
第九节中国菜花种子市场分析	87
一、中国菜花种植商品化率分析	87
二、中国菜花种植种子成本投入分析	87
三、中国菜花种子价格分析	87
四、中国菜花种子主导公司及品种	88
第五章2009-2015年中国蔬菜种子进出口状况分析	90
第一节2009-2015年中国蔬菜种子进口分析	90
一、中国蔬菜种子进口数量分析	90
二、中国蔬菜种子进口金额分析	90
三、中国蔬菜种子进口来源分析	91
四、中国蔬菜种子进口价格情况	92
第二节2009-2015年中国蔬菜种子出口分析	93
一、中国蔬菜种子出口数量分析	93
二、中国蔬菜种子出口金额分析	94
三、中国蔬菜种子出口流向分析	95
四、中国蔬菜种子出口价格情况	95
第六章中国种子市场中的重点外资企业分析	97
第一节孟山都(monsanto)&mdash;&mdash;圣尼斯(sinis)种子(北京)公司	97
一、孟山都概况	97
二、孟山都业务分布情况	97
三、业务经营情况分析	98
四、圣尼斯种子(北京)公司概况	99
五、主营业务结构	100
六、品牌产品介绍	100
七、产品的销售模式	101
八、在中国种子市场的合作项目	101
第二节先正达(syngenta)	102
一、先正达概况	102
二、业务经营情况分析	104
三、主营业务结构	106



四、品牌产品介绍	106
五、先正达网络专利许可	106
六、在中国发展情况	107
七、先正达种子在华市场情况	108
第三节杜邦 (dupond) &mdash;&mdash;铁岭先锋种子研究有限公司	109
一、杜邦概况	109
二、铁岭先锋种子研究有限公司概况	111
三、业务经营情况分析	111
四、主营业务结构	112
五、核心优势	113
六、在华品牌产品介绍	113
七、在中国种子市场合作项目	114
第四节利马格兰(limagrain)集团&mdash;&mdash;海泽拉(hazeragenetics)农业技术服务(北京)有限公司	115
一、利马格兰概况	115
二、海泽拉概况	116
三、业务经营情况分析	116
四、品牌产品介绍	118
五、在中国种子市场的合作方式	118
第五节拜耳集团作物科学(bayercropscience)&mdash;&mdash;纽内姆(nunhs)北京种子有限公司	119
一、拜耳集团概况	119
二、纽内姆(北京)种子有限公司	120
三、主营业务结构	120
四、品牌产品介绍	121
五、拜耳在种子领域规划	122
六、拜耳中国	123
七、在中国种子市场的发展情况	124
第六节荷兰bejo种子有限公司&mdash;&mdash;上海实满丰种业有限公司	125
一、bejo种子有限公司概况	125
二、上海实满丰种业有限公司概况	125
三、主营业务情况	125

四、品牌产品介绍126

五、在中国种子市场的营销方式126

第七节安莎种子公司(enzazaden)——安莎种子科技(北京)有限公司127

一、安莎种子公司概况127

二、安莎种子科技(北京)有限公司概况127

三、主营业务结构127

四、品牌产品介绍128

五、在中国种子市场的重点育种品种128

第八节韩国农友bio株式会社——北京世农种苗有限公司128

一、韩国农友bio株式会社概况128

二、北京世农种苗有限公司概况128

三、主营业务结构129

四、品牌产品介绍129

五、在中国种子市场的合作项目129

第九节日本坂田种苗株式会社——坂田种苗(苏州)有限公司130

一、日本坂田种苗株式会社概况130

二、坂田种苗(苏州)有限公司130

三、品牌产品介绍130

四、在中国种子市场的营销方式130

第七章中国蔬菜种子重点企业及科研院所分析132

第一节北京中蔬园艺良种研究开发中心132

(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

第二节中国种子集团有限公司133

(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

第三节北京京研益农科技发展中心136

(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

#### 第四节天津科润农业科技股份有限公司138

- (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

#### 第五节农友种苗(中国)有限公司139

- (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

#### 第六节湖南湘研种业有限公司141

- (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

#### 第七节合肥丰乐种业股份有限公司142

- (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

#### 第八节湖北种子集团有限公司146

- (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

#### 第九节郑州郑研种苗科技有限公司150

- (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

#### 第十节山东登海种业股份有限公司西由种子分公司152

- (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

#### 第十一节种都种业科技有限公司154

- (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

## 第十二节江苏省明天种业科技有限公司158

- (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

## 第十三节湖南雪峰种业有限责任公司161

- (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

## 第十四节安徽福斯特种苗(国际)有限公司162

- (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

## 第十五节辽宁东亚种业集团公司164

- (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(AK HT)

### 图表目录：

图表1全球种子市场占比分析13

图表2中国种子主要法律法规分析16

图表3中国种子相关政策分析18

图表4新版种子生产经营许可证大幅提高准入门槛20

图表52009-2014年中国蔬菜种子费统计34

图表62009-2014年中国蔬菜商品率统计34

图表72009-2014年中国蔬菜种子销售收入变化趋势图35

图表82005-2014年中国蔬菜播种面积统计38

图表92005-2014年中国蔬菜产量统计39

图表10中国城镇居民蔬菜人均消费统计39

图表11中国农村居民蔬菜人均消费统计39

图表12中国蔬菜成本费用分析40

图表13中国蔬菜成本收益分析41

图表142009-2015年中国番茄批发价格变化趋势图42

图表152009-2015年中国黄瓜批发价格变化趋势图43

图表162009-2015年中国辣椒批发价格变化趋势图43  
图表172009-2015年中国青椒批发价格变化趋势图44  
图表182009-2015年中国茄子批发价格变化趋势图44  
图表192009-2015年中国大白菜批发价格变化趋势图45  
图表202009-2015年中国萝卜批发价格变化趋势图45  
图表212009-2015年中国圆白菜批发价格变化趋势图46  
图表222009-2015年中国豆角批发价格变化趋势图46  
图表23中国蔬菜生产优势区域分布图47  
图表24华南区蔬菜种植面积及产量统计48  
图表25华南区蔬菜种植优势区域49  
图表26长江区蔬菜种植面积及产量统计50  
图表27长江区蔬菜种植优势区域51  
图表28西南区蔬菜种植面积及产量统计52  
图表29西南区蔬菜种植优势区域53  
图表30西北区蔬菜种植面积及产量统计54

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281790.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。