



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国微肥市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国微肥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/285870.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

微量元素肥料的简称。微肥是提供植物微量元素的肥料，像铜肥、硼肥、钼肥、锰肥、铁肥和锌肥等都称为微肥。它们主要是一些无机盐类和氧化物。大多为矿业和冶金的副产物或废料。其可用来配制成多元果树叶面肥、蔬菜叶面肥以及复合肥料。微肥用量范围较窄，过少达不到预期的效果，过多则引起作物中毒。当前，农业生产实践中，由于微肥用量甚少，微肥类产品一般都是通常合理配比做叶面肥喷施使用，如螯合态"蓝色晶典"多元微肥，就是锌硼锰钼铜铁 $\geq 70\%$ ，以及合理配比促进性植物生长调节剂，大大提高了利用率，投入产出比8比200以上，增产幅度高达20%-60%（因不同作物而异，以瓜菜类增产幅度最高，粮棉作物增产稳定在10%-20%）。农作物缺乏微肥引起的症状

现代农业生产中，比较常用的微肥从原料上区分，主要分为无机态、有机态两种，铜、锰、锌一般以无机盐的形式存在，硼和钼本身为有机物，而有机原料又分为有机的、络合的、螯合的几种。后两种微量元素以络合态和螯合态形式存在。其中螯合态微量元素价位比较高，在农业生产中使用还不普及，市场的产品也主要以进口产品为主，近几年，国内厂家对螯合剂及其产品研究开发投入了大量精力已经拥有自主研发生产螯合态微量元素的能力，国产螯合态微量元素的上市，也给农民增产提供了很大的帮助，其产品质量各方面均不次于国外进口产品，主要代表厂家有郑州中联化工产品有限公司、四川汇一公司、杨凌益妙螯合技术有限公司等。

无机态微量元素因为元素之间的拮抗作用，在复配时很难相容，而螯合态微肥以金属离子状态存在，稳定性能好，与各种元素均有很好的相容性，稳定性，所以，建议微肥厂家选择原料时可选择螯合态原料。

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 微肥行业发展概述 19

第一节 微肥的概念 19 微肥生产工艺

一、微肥的定义 19

二、微肥的特点 19

三、微肥的分类 20

第二节 微肥行业发展成熟度 21

一、行业发展周期分析 21

二、行业中外市场成熟度对比 23

三、行业及其主要子行业成熟度分析 23

第三节 微肥市场特征分析 23

一、市场规模 23

二、产业关联度 23

三、影响需求的关键因素 23

四、国内和国际市场 24

五、主要竞争因素 25

六、生命周期 26

第二章 全球微肥行业发展分析 27

第一节 世界微肥行业发展分析 27

一、2013-2016年世界微肥行业发展分析 27

第二节 全球微肥市场分析 28

第三节 2013-2016年主要国家或地区微肥行业发展分析 29

一、世界微肥产业市场分析 29

二、2011-2016年世界微肥行业发展分析 29

三、2013-2016年全球微肥需求分析 30

四、2013-2016年欧美微肥需求分析 31

第三章 我国微肥行业发展分析 32

第一节 中国微肥行业发展状况 32

一、2016年微肥行业发展状况分析 32

二、2016年中国微肥行业发展动态 33

三、2016年微肥行业经营业绩分析 35

四、2016年我国微肥行业发展热点 36

第二节 中国微肥市场供需状况 36

一、2011-2016年中国微肥行业供给能力 36

二、2011-2016年中国微肥市场供给分析 37

三、2011-2016年中国微肥市场需求分析 38

四、2016年中国微肥产品价格分析 39

第三节 2013-2016年我国微肥市场分析 41

一、2013-2016年微肥市场分析 41

二、2016年微肥市场的走向分析 42

第四章 微肥产业经济运行分析 43

第一节 2011-2016年中国微肥产业工业总产值分析 43

一、2012-2016年中国微肥产业工业总产值分析 43

二、不同规模企业工业总产值分析 44

三、不同所有制企业工业总产值比较 45

第二节 2011-2016年中国微肥产业市场销售收入分析 45

一、2011-2016年中国微肥产业市场总销售收入分析 45

二、不同规模企业总销售收入分析 46

三、不同所有制企业总销售收入比较 47

第三节 2011-2016年中国微肥产业产品成本费用分析 47

一、2011-2016年中国微肥产业成本费用总额分析 47

二、不同规模企业成本费用分析 48

三、不同所有制企业成本费用比较 49

第四节 2011-2016年中国微肥产业利润总额分析 49

一、2011-2016年中国微肥产业利润总额分析 49

二、不同规模企业利润总额比较分析 50

三、不同所有制企业利润总额比较分析 51

第五章 我国微肥产业进出口分析 52

第一节 中国微肥进口数据分析 52

一、进口数量分析 52

二、进口金额分析 53

第二节 中国微肥出口数据分析 54

一、出口数量分析 54

二、出口金额分析 55

第三节 中国微肥进出口平均单价分析 56

第四节 2010-2016年中国微肥进出口国家及地区分析 57

一、进口国家及地区分析 57

二、出口国家及地区分析 57

第六章 2013-2016年关联产业发展分析 58

第一节 关联行业发展分析 58

一、2013-2016年行业发展现状 58

二、2016年市场需求分析 61

1、农作物长势正常，春耕春播进展顺利 62

2、鲜活农产品供应稳，农产品质量向好 62

3、农产品价格总体温和上涨，大宗农产品价格降幅较大 63

4、农产品进出口贸易额下降，贸易逆差收窄 63

5、农产品加工业稳中趋强，农垦发展形势较好 64

三、2017-2022年行业发展形势 64

第二节 微肥行业区域发展分析 67

一、中国微肥总体市场规模分析 67

二、东北地区市场规模分析 67

三、华东地区市场规模分析 68

四、华中地区市场规模分析 69

五、华北地区市场规模分析 70

六、华南地区市场规模分析 71

七、西部地区市场规模分析 72

第七章 中国微肥需求与消费者偏好调查 73

第一节 2013-2016年中国微肥产量统计分析 73

第二节 2013-2016年中国微肥历年消费量统计分析 74

第三节 微肥产品目标客户群体调查 75

第四节 微肥产品的品牌市场调查 76

一、客户对微肥品牌认知度宏观调查 76

二、客户对微肥产品的品牌偏好调查 76

三、客户对微肥品牌的首要认知渠道 77

四、微肥产品目标客户群体调查 77

五、微肥品牌忠诚度调查 79

六、客户的消费理念调研 80

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 80

一、价格敏感程度 80

二、品牌的影响 81

三、购买方便的影响 81

四、广告的影响程度 82

五、包装的影响程度 82

第八章 微肥行业竞争格局分析 83

第一节 行业竞争结构分析 83

一、现有企业间竞争 84

二、潜在进入者分析 85

三、替代品威胁分析 85

四、供应商议价能力 85

五、客户议价能力 86

第二节 行业集中度分析 86

一、市场集中度分析 86

二、企业集中度分析 88

三、区域集中度分析 89

第三节 行业国际竞争力比较 89

一、生产要素 89

二、需求条件 91

三、相关和支持性产业 91

四、企业的战略、结构和竞争对手 92

五、政府的作用 93

第四节 2013-2016年微肥行业竞争格局分析 99

一、微肥行业竞争分析 99

二、国内外微肥竞争分析 100

三、中国微肥市场竞争分析 100

四、中国微肥市场集中度分析 100

五、中国微肥竞争对手市场份额 101

第九章 微肥企业竞争策略分析 101

第一节 微肥市场竞争策略分析 101

一、2016年微肥市场增长潜力分析 101

二、2016年微肥主要潜力品种分析 101

三、现有微肥产品竞争策略分析 102

（一）知己知彼，百战百胜 103

（二）合理的规划产品组合 103

（三）在同质化基础上的产品创新 104

（四）改变促销的游戏规则 104

（五）市场聚焦 105

（六）强化终端管理 105

四、潜力微肥品种竞争策略选择 106

五、典型企业产品竞争策略分析 107

第二节 微肥企业竞争策略分析 109

一、后危机对微肥行业竞争格局的影响 109

二、后危机后微肥行业竞争格局的变化 109

三、2017-2022年我国微肥市场竞争趋势 110

四、2017-2022年微肥行业竞争格局展望 110

五、2017-2022年微肥行业竞争策略分析 110

六、2017-2022年微肥企业竞争策略分析 112

七、2017-2022年微肥企业技术竞争策略分析 116

第十章 主要微肥企业竞争分析 118

第一节 山东金谷农业发展有限公司 118

一、企业概况 118

二、企业经济指标分析 119

三、企业盈利能力分析 119

四、企业偿债能力分析 120

五、企业运营能力分析 122

第二节 大生态工程集团股份有限公司 123

一、企业发展简况分析 124

二、企业经营情况分析125

三、企业经营优劣势分析 126

第三节 成都华宏生态农业科技有限公司 127

一、企业发展简况分析128

二、企业经营情况分析129

三、企业经营优劣势分析 130

第四节 山西富邦肥业有限公司 131

一、企业发展简况分析132

二、企业经营情况分析133

三、企业经营优劣势分析 134

第五节 淄博如成科贸有限公司 135

一、企业发展简况分析136

二、企业经营情况分析137

三、企业经营优劣势分析 138

第六节 河北省唐山正宝硅钙肥有限责任公司 139

一、企业发展简况分析140

二、企业经营情况分析141

三、企业经营优劣势分析 142

第七节 山东中港化肥股份有限公司 143

一、企业发展简况分析44

二、企业经营情况分析145

三、企业经营优劣势分析 146

第八节 郑州高富肥料有限公司 147

一、企业发展简况分析148

二、企业经营情况分析149

三、企业经营优劣势分析 150

第十一章 微肥行业发展分析 151

第一节 2016年发展环境展望 152

第二节 2016年微肥行业发展分析 153

一、2016年技术发展分析 154

二、2016年产品发展分析 155

第三节 2017-2022年中国微肥市场分析 156

- 一、2013-2016年微肥市场总结 157
- 二、2017-2022年国际环境对行业的影响 158
- 三、2017-2022年微肥市场发展空间 159
- 四、2017-2022年微肥产业政策趋向 160
- 五、2017-2022年微肥技术革新 161

第十二章 未来微肥行业发展预测 162

第一节 未来微肥需求与消费预测 163

- 一、2017-2022年微肥产品消费预测 164
- 二、2017-2022年微肥市场规模预测 165
- 三、2017-2022年微肥行业总产值预测 166
- 四、2017-2022年微肥行业销售收入预测 167
- 五、2017-2022年微肥行业利润预测 168

第二节 2017-2022年中国微肥行业供需预测 169

- 一、2017-2022年中国微肥产量预测 170
- 二、2017-2022年中国微肥需求预测 171
- 三、2017-2022年中国微肥供需平衡预测 172
- 四、2017-2022年中国微肥产品价格预测 173
- 五、2017-2022年主要微肥产品进出口预测 174

第十三章 2013-2016年微肥行业投资现状分析 175

第一节 2013-2016年微肥行业投资情况分析 176

- 一、2013-2016年总体投资及结构 177
- 二、2013-2016年投资规模情况 178
- 三、2013-2016年投资增速情况 179
- 四、2013-2016年分地区投资分析 180
- 五、2013-2016年外商投资情况 181

第十四章 微肥行业投资环境分析 182

第一节 经济发展环境分析 183

- 一、中国国内经济环境回顾 184

1、国民经济运行情况gdp(季度更新)	185
2、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）	186
3、全国居民收入情况（季度更新）	187
4、社会消费品零售总额	188
5、恩格尔系数（年度更新）	189
6、工业发展形势（季度更新）	190
7、固定资产投资情况（季度更新）	191
8、中国汇率调整及其对企业的影响	192
9、利率调整	193
10、对外贸易&进出口	194
11、结构调整步伐加快	195
二、2016年中国宏观经济形势展望	196
三、全球经济发展	197
1、2016年世界经济形势分析	198
2、2016年世界经济形势展望	199
3、对中国的影响	200
第二节 政策法规环境分析	201
第三节 社会发展环境分析	202
一、我国人口结构分析	203
二、教育环境分析	204
三、文化环境分析	205
四、生态环境分析	206
五、中国城镇化率分析	207
六、居民的各种消费观念和习惯	208
七、就业情况	209
八、社会环境影响分析	210
第十五章 微肥行业投资机会与风险	211
第一节 行业活力系数比较及分析	212
第二节 行业投资收益率比较及分析	213
第三节 微肥行业投资分析	214
一、2013-2016年微肥行业投资项目分析	215

二、2017-2022年微肥行业的投资方向	216
三、新进入者应注意的障碍因素分析	217
第四节 影响微肥行业发展的主要因素	218
一、2017-2022年影响微肥行业运行的有利因素分析	219
二、2017-2022年影响微肥行业运行的稳定因素分析	220
三、2017-2022年影响微肥行业运行的不利因素分析	221
四、2017-2022年我国微肥行业发展面临的挑战分析	222
五、2017-2022年我国微肥行业发展面临的机遇分析	223
第五节 微肥行业投资风险及控制策略分析	224
一、2017-2022年微肥行业市场风险及控制策略	225
二、2017-2022年微肥行业政策风险及控制策略	226
三、2017-2022年微肥行业经营风险及控制策略	227
四、2017-2022年微肥行业技术风险及控制策略	228
五、2017-2022年微肥同业竞争风险及控制策略	229
六、2017-2022年微肥行业其他风险及控制策略	230

第十六章 微肥行业投资战略研究 231

第一节 微肥行业发展战略研究 232

一、战略综合规划	233
二、技术开发战略	234
三、业务组合战略	235
四、区域战略规划	236
五、产业战略规划	237
1、类型	238
2、作用	239
3、研究内容	240
5、发展战略的选择	241
六、营销品牌战略	242
七、竞争战略规划	243
第二节 微肥企业经营管理策略	244
一、企业文化战略	245
二、研发战略	246

三、营销战略	247
四、名牌战略	248
五、引导市场战略	249
六、危机管理战略	250
第三节 微肥行业投资战略研究	251
一、2013-2016年微肥行业投资战略	252
二、2017-2022年微肥行业投资战略	253 (AKLT)

部分图表目录：

图表：行业周期示意图	22
图表：2013-2016年3季度度全球微肥市场供给量	27
图表：2013-2016年3季度度全球微肥市场规模	29
图表：2013-2016年3季度度全球微肥行业产值规模	30
图表：2013-2016年3季度度全球微肥市场需求量	30
图表：2013-2016年3季度度欧美微肥市场需求量	31
图表：2013-2016年1-9月中国规模以上微肥行业发展状况	35
图表：2012-2016年3季度中国微肥行业供给量	37
图表：2012-2016年3季度中国微肥市场需求量	38
图表：2012-2016年3季度中国微肥市场平均价格走势	40
图表：2010-2016年3季度中国微肥行业市场规模	41
图表：2012-2016年3季度中国微肥产业工业总产值	43
图表：2012-2016年3季度中国不同规模微肥产业工业总产值	44
图表：2012-2016年3季度中国不同所有制微肥产业工业总产值	45
图表：2012-2016年3季度中国微肥总体市场销售规模及增长率	45
图表：2012-2016年3季度中国不同规模微肥企业总销售	46
图表：2012-2016年3季度中国不同规模微肥企业总销售	47
图表：2012-2016年3季度中国微肥产业成本费用	47
图表：2012-2016年3季度中国不同规模微肥产业成本费用	48
图表：2012-2016年3季度中国不同所有制微肥产业成本费用	49
图表：2012-2016年3季度中国微肥产业工业利润	50
图表：2012-2016年3季度中国不同规模微肥产业工业利润	50
图表：2012-2016年3季度中国不同所有制微肥产业工业利润	51

图表：2010-2016年3季度中国微肥进口量 52

图表：2010-2016年3季度中国微肥进口金额 53

图表：2010-2016年3季度中国微肥出口量 54

图表：2010-2016年3季度中国微肥出口金额 55

图表：2010-2016年3季度中国微肥进出口平均价格 56

图表：2011-2016年3季度中国东北地区微肥行业市场规模 67

图表：2011-2016年3季度中国华东地区微肥行业市场规模 68

图表：2011-2016年3季度中国华中地区微肥行业市场规模 69

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285870.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提供专业投资咨询报告、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。