



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国蔬菜种子行业 市场发展现状调研及投资趋势前 景报告

一、调研说明

《2018-2024年中国蔬菜种子行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》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/291732.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

报告目录：

第一章 中国蔬菜种子行业发展概况

第一节 世界种子行业发展概况

第二节 中国蔬菜种子行业发展历程

一、中国种子行业发展历程

二、中国蔬菜种子发展历程

第三节 中国蔬菜种子行业的特点

第四节 中国蔬菜种子行业发展政策环境分析

一、中国种子行业主要法律法规

二、中国种子行业相关政策分析

三、中国种子行业监管制度分析

四、《种子法》的颁布对种子行业发展的影响

五、土地流转新政对蔬菜种业生产经营的影响

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

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

八、《全国种植业发展第十三个五年规划》

九、《全国蔬菜产业发展规划》给蔬菜种子市场发展带来契机

第五节 中国蔬菜种子市场发展分析

一、中国蔬菜种子细分品种

二、中国蔬菜种子的消费特点

三、中国蔬菜种子行业供给分析

四、中国蔬菜种子成本投入及商品化率分析

五、中国蔬菜种子市场规模变化分析

六、中国蔬菜种子行业企业规模分析

第六节 未来中国蔬菜种子行业发展方向

第二章 中国蔬菜市场分析

第一节 中国蔬菜种植面积及产量分析

第二节 中国蔬菜人均消费变化趋势分析

第三节 中国蔬菜种植成本及收益分析

第四节 中国蔬菜价格分析

第三章 中国蔬菜主要种植区域细分市场分析

第一节 中国主要蔬菜种植区域介绍

第二节 华南区蔬菜市场分析

一、华南区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、广东、广西、海南蔬菜主栽品种

五、未来发展趋势

第三节 长江区蔬菜市场分析

一、长江区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、四川、湖南、安徽主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第四节 西南区蔬菜市场分析

一、西南区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、云南、贵州主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第五节 西北区蔬菜市场分析

一、西北区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、甘肃、新疆主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第六节 东北区蔬菜市场分析

一、东北区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、黑龙江、吉林、内蒙古主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第七节 黄淮海与环渤海区蔬菜市场分析

- 一、黄淮海与环渤海区蔬菜种植面积及产量分析
- 二、主栽蔬菜种类分析
- 三、主要目标市场及上市期
- 四、河北、河南、山东、辽宁主栽蔬菜品种分析
- 五、未来发展趋势

第四章 中国蔬菜种子主要类别细分市场分析

第一节 中国番茄种子市场分析

- 一、中国番茄种植面积及产量分析
- 二、中国番茄种植商品化率分析
- 三、中国番茄种植种子成本投入分析
- 四、中国番茄种子市场规模分析
- 五、中国番茄种子价格分析
- 六、中国番茄种子主导公司及品种

第二节 中国黄瓜种子市场分析

- 一、中国黄瓜种植面积及产量分析
- 二、中国黄瓜种植商品化率分析
- 三、中国黄瓜种植种子成本投入分析
- 四、中国黄瓜种子市场规模分析
- 五、中国黄瓜种子价格分析
- 六、中国黄瓜种子主导公司及品种

第三节 中国辣椒种子市场分析

- 一、中国辣椒种植面积及产量分析
- 二、中国辣椒种植商品化率分析
- 三、中国辣椒种植种子成本投入分析
- 四、中国辣椒种子市场规模分析
- 五、中国辣椒种子价格分析
- 六、中国辣椒种子主导公司及品种

第四节 中国茄子种子市场分析

- 一、中国茄子种植面积及产量分析
- 二、中国茄子种植商品化率分析
- 三、中国茄子种植种子成本投入分析

四、中国茄子种子市场规模分析

五、中国茄子种子价格分析

六、中国茄子种子主导公司及品种

第五节 中国大白菜种子市场分析

一、中国大白菜种植面积及产量分析

二、中国大白菜种植商品化率分析

三、中国大白菜种植种子成本投入分析

四、中国大白菜种子市场规模分析

五、中国大白菜种子价格分析

六、中国大白菜种子主导公司及品种

第六节 中国萝卜种子市场分析

一、中国萝卜种植面积及产量分析

二、中国萝卜种植商品化率分析

三、中国萝卜种植种子成本投入分析

四、中国萝卜种子市场规模分析

五、中国萝卜种子价格分析

六、中国萝卜种子主导公司及品种

第七节 中国圆白菜种子市场分析

一、中国圆白菜种植面积及产量分析

二、中国圆白菜种植商品化率分析

三、中国圆白菜种植种子成本投入分析

四、中国圆白菜种子市场规模分析

五、中国圆白菜种子价格分析

六、中国圆白菜种子主导公司及品种

第八节 中国豆角种子市场分析

一、中国豆角种植面积及产量分析

二、中国豆角种植商品化率分析

三、中国豆角种植种子成本投入分析

四、中国豆角种子市场规模分析

五、中国豆角种子价格分析

六、中国豆角种子主导公司及品种

第九节 中国菜花种子市场分析

一、中国菜花种植商品化率分析

二、中国菜花种植种子成本投入分析

三、中国菜花种子价格分析

四、中国菜花种子主导公司及品种

第五章 2011-2017年中国蔬菜种子进出口状况分析

第一节 2011-2017年中国蔬菜种子进口分析

一、中国蔬菜种子进口数量分析

二、中国蔬菜种子进口金额分析

三、中国蔬菜种子进口来源分析

四、中国蔬菜种子进口价格情况

第二节 2011-2017年中国蔬菜种子出口分析

一、中国蔬菜种子出口数量分析

二、中国蔬菜种子出口金额分析

三、中国蔬菜种子出口流向分析

四、中国蔬菜种子出口价格情况

第六章 中国种子市场中的重点外资企业分析

第一节 孟山都(monsanto)——圣尼斯(sinis)种子(北京)公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 先正达(syngenta)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 杜邦(dupond)——铁岭先锋种子研究有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 利马格兰(limagrain)集团——海泽拉(hazeragenetics)农业技术服务(北京)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 拜耳集团作物科学(bayercropscience)——纽内姆(nunhs)北京种子有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 荷兰bejo种子有限公司——上海实满丰种业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 安莎种子(enzazaden)——安莎种子科技(北京)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 韩国农友bio株式会社——北京世农种苗有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 日本坂田种苗株式会社——坂田种苗(苏州)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七章 中国蔬菜种子重点企业及科研院所分析(AKLT)

第一节 北京中蔬园艺良种研究开发中心

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 中国种子集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 北京京研益农科技发展中心

一、公司基本情况

二、企业经营现状

三、企业产品结构

四、企业研发实力

五、企业所获荣誉

第四节 天津科润农业科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 农友种苗（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 湖南湘研种业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 合肥丰乐种业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 湖北种子集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 郑州郑研种苗科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、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

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

图表目录：

图表1全球种子市场占比分析

图表2中国种子主要法律法规分析

图表3中国种子相关政策分析

图表4新版种子生产经营许可证大幅提高准入门槛

图表5 2012-2017年中国蔬菜种子费统计

图表6 2012-2017年中国蔬菜商品率统计

图表7 2012-2017年中国蔬菜种子销售收入变化趋势图

图表8 2006-2017年中国蔬菜播种面积统计

图表9 2006-2017年中国蔬菜产量统计

图表10中国城镇居民蔬菜人均消费统计

图表11中国农村居民蔬菜人均消费统计

图表12中国蔬菜成本费用分析

图表13中国蔬菜成本收益分析

图表14 2011-2017年中国番茄批发价格变化趋势图

图表15 2011-2017年中国黄瓜批发价格变化趋势图

图表16 2011-2017年中国辣椒批发价格变化趋势图

图表17 2011-2017年中国青椒批发价格变化趋势图

图表18 2011-2017年中国茄子批发价格变化趋势图

图表19 2011-2017年中国大白菜批发价格变化趋势图

图表20 2011-2017年中国萝卜批发价格变化趋势图

图表21 2011-2017年中国圆白菜批发价格变化趋势图

图表22 2011-2017年中国豆角批发价格变化趋势图

图表23中国蔬菜生产优势区域分布图

图表24华南区蔬菜种植面积及产量统计

图表25华南区蔬菜种植优势区域

图表26长江区蔬菜种植面积及产量统计

图表27长江区蔬菜种植优势区域

图表28西南区蔬菜种植面积及产量统计

图表29西南区蔬菜种植优势区域

图表30西北区蔬菜种植面积及产量统计

图表31西北区蔬菜种植优势区域

图表32东北区蔬菜种植面积及产量统计

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/291732.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。