

2018年中国 种植业市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国 种植业市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyehongzi/330031330031.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、行业政策

当前，针对种植业政府工作主线侧重于供给侧结构性改革与环保绿色发展，政策实施重点包括：土地制度调整、种植结构调整、生态环境保护、农产品价格形成机制改革。

以下从纲领与规划、土地制度调整、种植结构调整、生态环境保护、农产品价格调控5方面对近几年政策进行总结与分析。

1、纲领与规划

种植业作为基础性行业，受政府支持力度较大，近十多年来历年“中央一号文件”均是关于“三农”问题，近两年政府出台一系列纲领性文件，指导种植业健康、稳定发展，为种植业行业提供了良好的宏观政策环境。

2016年以来，国家针对农业出台了一系列宏观指导、规划文件，立足农业、农村两大板块，提前布局粮食、油料、饲料等种植业子品类的未来发展，对产前的种植布局、产中的机械化发展、产后的质量安全以及整个生产过程的资源与生态环境保护提出了规划指引（见表4），意在建立安全化、标准化、品牌化、特色化、互联网+的种植业融合发展环境。

图表：2016~2017年纲领与规划类政策

2、土地制度调整

土地制度调整主要有两方面的影响：一是通过确权颁证，种植业企业可以通过抵质押等形式盘活企业资产，提高资产质量，改善现金流状况；二是通过规范土地流转和延长承包期，可以引导种植业企业扩大生产规模提升其成本控制能力与营业收入水平，提升种植企业的综合实力与信用水平。

土地制度是国家的基础性制度，土地制度的变迁核心在于农地利用效率的提升、农产品产量和质量的改变以及农业在国家经济中的角色和作用。现行农村土地制度与市场经济体制不适应的问题日益显现，因此自十八届三中全会以来，一直围绕放松政府的土地管制开展农村土地制度改革。具体到2016~2017年，政策发展趋势为土地确权登记、完善土地三权分离、规范土地流转与交易、延长土地承包期（见表5）。在土地确权基础上，通过发展土地市场和土地交易，进行土地产权的细化与流转以及积极发挥私人组织在土地制度建设中的作用，有助于建立适应市场化要求的现代农业生产体系。

图表：2016~2017年土地制度调整政策

3、种植结构调整

面对资源压力、消费升级、产业转型、国际冲击等挑战带来的阶段性供需不平衡问题，推进种植结构调整成为当前农业发展的重要任务，通过调整种植业结构有利于形成粮经饲协调发展的种植格局，改善农产品结构性失衡的现状，破解行业发展困境。

2016~2017年，相关政策围绕以“稳产能、调结构、转方式”为主线，从粮经饲协调、品种结构调整、生产生态协调、用地养地结合等方面，对玉米、大豆、马铃薯等种植品种进

行全国部署与调整，在产量、质量、品种、效益等方面深化了种植业供给侧改革（见表6）。2017年，种植业结构调整收效显著，玉米继续调减，短缺品种和绿色优质产品增加，种养结合快速发展，呈现调优调精的态势，预计玉米面积减少2,000多万亩，调减主要集中在东北地区，大豆增加600多万亩，马铃薯增加近300万亩，杂粮杂豆增加500多万亩；市场紧缺的优质强筋弱筋小麦面积占比较上年提高2.8个百分点；优质稻谷种植面积增加300多万亩；种养结合粮改饲面积增加400万亩；稻田综合种养面积增加200万亩。

图表：2016~2017年种植结构调整政策

4、生态环境保护

我国工业化、城镇化占用了部分耕地和农业用水空间，耕地质量退化、华北地下水超采、南方地表水富营养化等问题突出，传统的靠拼资源、拼物质和拼人力投入的发展方式难以为继，农业生产“硬约束”加剧，种植业生态保护政策旨在提高行业内生动力，提高行业发展质量，建成生态、环保、健康农业。

2016~2017年，种植业生态环境保护政策主要涉及保护资源、防治污染、农业生态工程建设等方面的内容（见表7）。在保护资源方面，强调因地制宜，多种经营；在防治污染方面，侧重防治化肥、农药、农膜等农用化学物质对农业环境的污染；在农业生态工程建设方面，主要有生态农业推广工程、水土流失防治工程以及农村能源工程等。并进一步结合土地轮作休耕、补贴绿色导向等综合治理措施保护和改善农业生态环境。

图表：2016~2017年生态环境保护政策

5、农产品价格调控

最低收购价政策和临时收储政策在保证粮食安全、提高农民收入方面效果显著，但同时也造成农产品种植结构失调、部分农产品库存高企、产品价格与市场供求脱节等弊病，为消除政策弊病，政府2017年首次调低稻谷和小麦最低收购价，同时相继取消大豆、棉花和玉米临时收储政策。

2004年起，我国全面放开粮食收购市场和收购价格，粮食价格由市场形成。同时，为保护农民利益和种粮积极性，针对小麦、稻谷、玉米、大豆、棉花等重要农产品施行最低收购价、目标价格和临时收储等政策。在供给侧改革主线指引下，针对现行农产品价格形成机制，2016~2017年，相关部门主要采取分品种施策的方式完善农产品市场调控制度。

小麦、稻谷：坚持并完善最低收购价政策，并合理调整最低收购价水平。小麦最低收购价政策始于2006年并连年上涨，2015~2017年小麦最低收购价均为1.18元/斤，但2018年为1.15元/斤，为12年来首次下调。2017年稻谷最低收购价也属首次下调。结合宏观供需，未来国内小麦、稻谷价格或将保持弱稳定。

玉米：坚定推进玉米市场定价、价补分离改革，健全生产者补贴制度。玉米临时收储政策始于2007年，并于2016年废除。废除后，玉米价格从2014年最高位的1.12元/斤，降至0.6~0.8元/斤。同时通过直接对玉米种植者补贴保障了种粮收益。

大豆：已废除2014~2016年2.40元/斤的目标价格政策，并参照玉米从2017年起实

施市场化收购加补贴机制。

棉花：棉花临时收储政策始于 2011 年，并于 2014 年改为目标价格政策，近 2 年的政策导向是调整完善新疆棉花目标价格政策，改进补贴方式。

目前价格调控政策导向是通过价补分离，在保护农民种植积极性、调整种植结构、降低主要农产品库存的同时，使农产品价格逐步与国际接轨。这一导向有利于提高产品质量与竞争力，形成价格与国际接轨，市场影响农民种植决策的种植新常态。

图表：2016~2017 年农产品价格调控政策

二、行业展望

受国家政策支持、科技发展以及管理水平提高等因素影响，我国主要农产品整体实现增产，保障了国内供给，但同时部分农产品供过于求、价格形成机制不完善、国内自给率不高等矛盾突出，为此政府提出农业供给侧改革，从种植业结构调整、市场价格机制以及补贴政策等多方面做出调整。产品结构方面，我国将对全国种植业结构实施调整，增加市场短缺品种和绿色优质产品，减少玉米播种面积，增加大豆、杂粮杂豆、优质小麦及稻谷面积，产品结构进一步优化，形成“粮经饲”协调发展格局；产品价格方面，受稻谷和小麦库存较高影响，2017 年稻谷最低收购价下调，2018 年小麦最低收购价下调，短期内稻谷和小麦最低收购价调可能性较低，玉米、大豆和棉花随着取消临时收储政策，市场化价格机制进一步完善，未来整体将保持稳定。

随着国家推动实施土地流转政策，土地流转规模将进一步增加，行业内有实力的企业将扩大土地面积和经营规模，行业集中度可能有所提高；受煤炭价格增长影响，化肥价格可能仍将处于较高水平，人工成本也将进一步增加，而主要农产品价格增长动力不足，种植业成本压力将有所加大，盈利能力仍将处于较弱水平，但大型种植业企业有望凭借其规模效应和机械化水平抵消部分成本，盈利能力可能进一步增强。行业内企业信用水平将出现分化，大型龙头企业凭借政策优势以及自身实力将不断扩大土地面积和经营规模，同时龙头企业多元化的产品结构和较长的产业链有利于降低成本影响，仍将呈现较高的信用水平；实力较弱企业受自身实力影响，没有足够资金流转更多土地面积，无法扩大经营规模，同时在上游成本较高以及产品销售价格上涨动力不足的双重压力下，盈利能力可能进一步削弱，信用水平下行压力较大。

图表：截至 2017 年 11 月底已发行债券种植业企业情况

注：发行市场为交易所市场和银行间市场，部分企业无法查询到评级信息。

观研天下发布的《2018 年中国种植业市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、种植业T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国种植业行业发展概述

第一节 种植业行业发展情况概述

- 一、种植业行业相关定义
- 二、种植业行业基本情况介绍
- 三、种植业行业发展特点分析

第二节 中国种植业行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、种植业行业产业链条分析
- 三、中国种植业行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国种植业行业生命周期分析

- 一、种植业行业生命周期理论概述
- 二、种植业行业所属的生命周期分析

第四节 种植业行业经济指标分析

- 一、种植业行业的赢利性分析
- 二、种植业行业的经济周期分析
- 三、种植业行业附加值的提升空间分析

第五节 国中种植业行业进入壁垒分析

- 一、种植业行业资金壁垒分析
- 二、种植业行业技术壁垒分析

三、种植业行业人才壁垒分析

四、种植业行业品牌壁垒分析

五、种植业行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球种植业行业市场发展现状分析

第一节 全球种植业行业发展历程回顾

第二节 全球种植业行业市场区域分布情况

第三节 亚洲种植业行业地区市场分析

一、亚洲种植业行业市场现状分析

二、亚洲种植业行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲种植业行业市场前景分析

第四节 北美种植业行业地区市场分析

一、北美种植业行业市场现状分析

二、北美种植业行业市场规模与市场需求分析

三、北美种植业行业市场前景分析

第五节 欧盟种植业行业地区市场分析

一、欧盟种植业行业市场现状分析

二、欧盟种植业行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟种植业行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界种植业行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球种植业行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国种植业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国种植业行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国种植业产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、种植业环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国种植业行业运行情况

第一节 中国种植业行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国种植业行业市场规模分析

第三节 中国种植业行业供应情况分析

第四节 中国种植业行业需求情况分析

第五节 中国种植业行业供需平衡分析

第六节 中国种植业行业发展趋势分析

第五章 中国种植业所属行业运行数据监测

第一节 中国种植业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国种植业所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国种植业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国种植业市场格局分析

第一节 中国种植业行业竞争现状分析

- 一、中国种植业行业竞争情况分析
- 二、中国种植业行业主要品牌分析
- 第二节 中国种植业行业集中度分析
 - 一、中国种植业行业市场集中度分析
 - 二、中国种植业行业企业集中度分析
- 第三节 中国种植业行业存在的问题
- 第四节 中国种植业行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国种植业行业竞争力分析
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用
- 第七章 2015-2017年中国种植业行业需求特点与价格走势分析
 - 第一节 中国种植业行业消费特点
 - 第二节 中国种植业行业消费偏好分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
 - 第三节 种植业行业成本分析
 - 第四节 种植业行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、渠道因素
 - 四、其他因素
 - 第五节 中国种植业行业价格现状分析
 - 第六节 中国种植业行业平均价格走势预测
 - 一、中国种植业行业价格影响因素
 - 二、中国种植业行业平均价格走势预测
 - 三、中国种植业行业平均价格增速预测
- 第八章 2015-2017年中国种植业行业区域市场现状分析
 - 第一节 中国种植业行业区域市场规模分布
 - 第二节 中国华东地种植业市场分析
 - 一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区种植业市场规模分析

四、华东地区种植业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区种植业市场规模分析

四、华中地区种植业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区种植业市场规模分析

第九章 2015-2017年中国种植业行业竞争情况

第一节 中国种植业行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国种植业行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国种植业行业竞争环境分析（种植业T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 种植业行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国种植业行业发展前景分析与预测

第一节 中国种植业行业未来发展前景分析

一、种植业行业国内投资环境分析

二、中国种植业行业市场机会分析

三、中国种植业行业投资增速预测

第二节 中国种植业行业未来发展趋势预测

第三节 中国种植业行业市场发展预测

一、中国种植业行业市场规模预测

二、中国种植业行业市场规模增速预测

三、中国种植业行业产值规模预测

四、中国种植业行业产值增速预测

五、中国种植业行业供需情况预测

第四节 中国种植业行业盈利走势预测

一、中国种植业行业毛利润同比增速预测

二、中国种植业行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国种植业行业投资风险与营销分析

第一节 种植业行业投资风险分析

一、种植业行业政策风险分析

二、种植业行业技术风险分析

三、种植业行业竞争风险分析

四、种植业行业其他风险分析

第二节 种植业行业企业经营发展分析及建议

一、种植业行业经营模式

二、种植业行业销售模式

三、种植业行业创新方向

第三节 种植业行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国种植业行业发展策略及投资建议

第一节 中国种植业行业品牌战略分析

- 一、种植业企业品牌的重要性
- 二、种植业企业实施品牌战略的意义
- 三、种植业企业品牌的现状分析
- 四、种植业企业的品牌战略
- 五、种植业品牌战略管理的策略

第二节 中国种植业行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国种植业行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国种植业行业发展策略及投资建议

第一节 中国种植业行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国种植业行业定价策略分析

第二节 中国种植业行业营销渠道策略

- 一、种植业行业渠道选择策略
- 二、种植业行业营销策略

第三节中国种植业行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国种植业行业重点投资区域分析

二、中国种植业行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyehongzi/330031330031.html>