

2021年中国化肥市场调研报告- 行业运营态势与前景评估预测

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《2021年中国化肥市场调研报告-行业运营态势与前景评估预测》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/huaxuechangpin/533783533783.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

肥料是农业生产中的主要投入物质，是指任何有机或无机、天然或合成的，施入土壤或喷洒于作物叶片上，为作物提供一种或多种必需营养元素的物质。近年来，由于国家环保要求对化肥使用受限，而行业企业生产产能不断提升，导致国内化肥呈现产大于销的局面。尤其是，2015年农业部印发《到2020年化肥使用量零增长行动方案 推进落实方案》后，我国化肥施用量开始下降。

根据国家统计局数据显示，2019年我国农用化肥施用折纯量为5404万吨，同比下降4.42%，产销率104.1%。

2010-2019年中国农用化肥施用量及增长率情况(折纯) 数据来源：国家统计局

2010-2019年中国农用化肥产销率情况 数据来源：国家统计局

一、供应商的议价能力

供方主要通过提高投入要素价格和降低产品质量的方式来影响行业中现有企业的盈利能力与产品竞争力，供方力量的强弱主要取决于他们所提供给买主投入要素的重要性。根据产业链可知，我国化肥行业供货商主要是煤炭、天然气供货商，其中石油和天然气属于高度垄断行业，化肥企业在该领域中所占的份额较小，所以议价能力的极度偏低。而煤炭行业由于垄断程度低，但化肥该领域所占的份额极低，所以在价格方面几乎不受化肥行业的需求影响，这也导致了化肥行业对煤炭行业的议价能力偏低。

化肥行业产业链分析情况 数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。目前，我国化肥行业同质化严重，尤其是尿素，其产品无明显差异，竞争优势不明显，从而导致化肥行业购买者的议价能力较强。

不过，由于我国化肥行业主要购买者是小型农民，其购买数量分散，规模极小，因此购买者的议价能力偏低。此外，中央政府要求在化肥行业中要尊重市场形成价格的规律，购买者在化肥产业议价方面处于弱势地位。

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。我国化肥行业生产技术成熟，技术壁垒较低。但是，由于化肥行业属于资金密集型产业，加上其污染成本高，市场竞争剧烈，行情低迷，形成进入的壁垒。

四、替代品的威胁

氮肥是农作物生长的主要肥料，以技术条件来说，尚未出现可替代尿素的氮肥产品，而可能替代尿素成为氮肥主要技术的生物固氮技术的产品，目前还远未成熟和市场化。但是从长期发展来看，复合肥、微生物肥料和专用肥将大量取代单一的氮肥的尿素。

而且，随着国家产业政策的推动，无公害农产品的生产和出口基地也将会有更迅速的发展，对微生物肥料的需求量也将增长很快。

微生物化肥功能分析 数据来源：公开资料整理

微生物化肥种类登记数量变化 数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

目前，我国化肥行业生产企业众多，几乎每个省都有几家大型化肥生产企业，地方保护严重，比如云天化、云天化、湖北宜化、四川美丰等企业。同时，我国化肥行业企业同质化严重，尤其是氮肥生产中，以普通尿素生产为主，造成大量相同的产品同场竞争的局面。

从区域分布来看，2019年，西南、华北、华东、华中化肥产量均在1000万吨以上，占比均超过22%。同时，从我国各区域化肥施用量上看，我国各地区化肥施用量结构较为平衡，2019年华东地区化肥施用量达1281.4万吨，为全国化肥施用量最高的地区，占比达23.71%。

2019年中国各区域农用氮、磷、钾化肥产量结构 数据来源：公开资料整理

2019年中国各区域化肥施用量结构 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国化肥市场调研报告-行业运营态势与前景评估预测》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。

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。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、PEST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 2017-2020年中国化肥行业发展概述

第一节 化肥行业发展情况概述

- 一、化肥行业相关定义
- 二、化肥行业基本情况介绍
- 三、化肥行业发展特点分析
- 四、化肥行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、化肥行业需求主体分析

第二节 中国化肥行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、化肥行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国化肥行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国化肥行业生命周期分析

- 一、化肥行业生命周期理论概述
- 二、化肥行业所属的生命周期分析

第四节 化肥行业经济指标分析

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

第五节 中国化肥行业进入壁垒分析

- 一、化肥行业资金壁垒分析
- 二、化肥行业技术壁垒分析
- 三、化肥行业人才壁垒分析

四、化肥行业品牌壁垒分析

五、化肥行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球化肥行业市场发展现状分析

第一节 全球化肥行业发展历程回顾

第二节 全球化肥行业市场区域分布情况

第三节 亚洲化肥行业地区市场分析

一、亚洲化肥行业市场现状分析

二、亚洲化肥行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲化肥行业市场前景分析

第四节 北美化肥行业地区市场分析

一、北美化肥行业市场现状分析

二、北美化肥行业市场规模与市场需求分析

三、北美化肥行业市场前景分析

第五节 欧洲化肥行业地区市场分析

一、欧洲化肥行业市场现状分析

二、欧洲化肥行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲化肥行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界化肥行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球化肥行业市场规模预测

第三章 中国化肥产业发展环境分析

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、全社会消费品化肥总额

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 中国化肥行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国化肥产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国化肥行业运行情况

第一节 中国化肥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 中国化肥行业市场规模分析

第三节 中国化肥行业供应情况分析

第四节 中国化肥行业需求情况分析

第五节 我国化肥行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国化肥行业供需平衡分析

第七节 中国化肥行业发展趋势分析

第五章 中国化肥所属行业运行数据监测

第一节 中国化肥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 中国化肥所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国化肥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 2017-2020年中国化肥市场格局分析

第一节 中国化肥行业竞争现状分析

一、中国化肥行业竞争情况分析

二、中国化肥行业主要品牌分析

第二节 中国化肥行业集中度分析

一、中国化肥行业市场集中度影响因素分析

二、中国化肥行业市场集中度分析

第三节 中国化肥行业存在的问题

第四节 中国化肥行业解决问题的策略分析

第五节 中国化肥行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国化肥行业需求特点与动态分析

第一节 中国化肥行业消费市场动态情况

第二节 中国化肥行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 化肥行业成本结构分析

第四节 化肥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 中国化肥行业价格现状分析

第六节 中国化肥行业平均价格走势预测

一、中国化肥行业价格影响因素

二、中国化肥行业平均价格走势预测

三、中国化肥行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国化肥行业区域市场现状分析

第一节 中国化肥行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区化肥市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区化肥市场规模分析
- 四、华东地区化肥市场规模预测

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、华中地区化肥市场规模分析
- 四、华中地区化肥市场规模预测

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、华南地区化肥市场规模分析
- 四、华南地区化肥市场规模预测

第九章 2017-2020年中国化肥行业竞争情况

第一节 中国化肥行业竞争结构分析（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 中国化肥行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国化肥行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 化肥行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国化肥行业发展前景分析与预测

第一节 中国化肥行业未来发展前景分析

一、化肥行业国内投资环境分析

二、中国化肥行业市场机会分析

三、中国化肥行业投资增速预测

第二节 中国化肥行业未来发展趋势预测

第三节 中国化肥行业市场发展预测

一、中国化肥行业市场规模预测

二、中国化肥行业市场规模增速预测

三、中国化肥行业产值规模预测

四、中国化肥行业产值增速预测

五、中国化肥行业供需情况预测

第四节 中国化肥行业盈利走势预测

一、中国化肥行业毛利润同比增速预测

二、中国化肥行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国化肥行业投资风险与营销分析

第一节 化肥行业投资风险分析

一、化肥行业政策风险分析

二、化肥行业技术风险分析

三、化肥行业竞争风险分析

四、化肥行业其他风险分析

第二节 化肥行业应对策略

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 2021-2026年中国化肥行业发展战略及规划建议

第一节 中国化肥行业品牌战略分析

一、化肥企业品牌的重要性

二、化肥企业实施品牌战略的意义

三、化肥企业品牌的现状分析

四、化肥企业的品牌战略

五、化肥品牌战略管理的策略

第二节 中国化肥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 中国化肥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

第四节 化肥行业竞争力提升策略

- 一、化肥行业产品差异性策略
- 二、化肥行业个性化服务策略
- 三、化肥行业的促销宣传策略
- 四、化肥行业信息智能化策略
- 五、化肥行业品牌化建设策略
- 六、化肥行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国化肥行业发展策略及投资建议

第一节 中国化肥行业产品策略分析

- 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 中国化肥行业营销渠道策略

- 一、化肥行业渠道选择策略
- 二、化肥行业营销策略

第三节 中国化肥行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国化肥行业重点投资区域分析
- 二、中国化肥行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/533783533783.html>