

2018年中国农产品行业分析报告- 市场运营态势与投资前景研究

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年中国农产品行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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/331263331263.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、近 20 年的数据看，原油与农产品价格呈现高度相关性

石油是人类最重要的能量来源，也是大量化工产品的主要原材料。石油价格的波动对能源市场、工业生产甚至国际政治都会产生巨大的影响。从农业食品的角度观察，我们发现石油价格与农产品价格也存在相关性。尤其是 2000 年之后，二者的关联度显著提升。每一次石油价格的上涨或下跌，几乎都伴随着全球食品价格的同步变化。

图表：全球食品价格与国际原油价格走势

注：FAO 食品价格指数包括肉类、奶类、谷物、植物油脂和食糖 5 个分类

我们认为，导致这一现象的核心原因在于生物质燃料使用的逐步增加。作为清洁能源的代表，乙醇、生物柴油等生物质燃料在 2000 年之后开始被大量使用。根据 USDA 数据，我们估计 2016 年全球大约有 20% 的玉米（剔除中国）、30% 的甘蔗被用于燃料乙醇的生产，大约 5% 的大豆被用于生物柴油的制造。原油价格的增长推动生物质燃料价格上行，加工企业利润提升，间接拉动了对上游农产品的需求，进而抬高农产品价格。此外，部分石油炼化产品也是化肥和农药的重要原材料，原油价格对农业生产成本也会造成一定影响。

从农业食品产业链看，玉米、大豆是畜禽生长最主要的能量和蛋白质来源，二者价格的上涨将推动养殖成本抬升，进而在中长期推高肉制品价格。大豆价格的上涨对油脂产品也会造成冲击，而甘蔗制乙醇比例的变化，与食糖价格息息相关。所以，回顾过去近 20 年的数据，我们认为原油价格的变化，通过生物质燃料这个联通管道，与全球食品价格绑在了一起。

图表：原油对大宗农产品和食品价格传导路线图

原油 燃料乙醇 玉米是原油价格影响农产品和食品价格的主要传导路径。此外，原油对食糖价格、农产品种植成本也会造成一定影响。

二、核心传导路线是“原油 燃料乙醇 玉米”

美国是全球最大的玉米和大豆生产国，16/17 年度，其玉米产量占全球 43%（剔除中国），大豆产量占全球 34%。在全球用于生产燃料乙醇的 20% 玉米中，美国占据 16%；在全球用于生产生物柴油的 5% 大豆中，美国占据 3%。美国玉米和大豆的种植面积高度重合，二者的种植收益、价格基本上保持同向变化。横向比较来看，在上述探讨过的一系列传导路径中，我们认为最重要的是“原油 燃料乙醇 玉米（美国）”影响链条。从某种程度上看，美国玉米成为了石油和农产品价格的连接器。

图表：2016/17 年度国际玉米主要生产国和地区（剔除中国）

图表：2016/17 年度世界大豆主要生产国和地区

图表：美国玉米种植区域分布（2016）

图表：CBOT 玉米、大豆期价

观研天下发布的《2018年中国农产品行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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、农产品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年中国农产品行业发展概述

第一节 农产品行业发展情况概述

- 一、农产品行业相关定义
- 二、农产品行业基本情况介绍
- 三、农产品行业发展特点分析

第二节 中国农产品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、农产品行业产业链条分析
- 三、中国农产品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国农产品行业生命周期分析

- 一、农产品行业生命周期理论概述
- 二、农产品行业所属的生命周期分析

第四节 农产品行业经济指标分析

- 一、农产品行业的赢利性分析
- 二、农产品行业的经济周期分析

三、农产品行业附加值的提升空间分析

第五节 国中农产品行业进入壁垒分析

一、农产品行业资金壁垒分析

二、农产品行业技术壁垒分析

三、农产品行业人才壁垒分析

四、农产品行业品牌壁垒分析

五、农产品行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球农产品行业市场发展现状分析

第一节 全球农产品行业发展历程回顾

第二节 全球农产品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲农产品行业地区市场分析

一、亚洲农产品行业市场现状分析

二、亚洲农产品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲农产品行业市场前景分析

第四节 北美农产品行业地区市场分析

一、北美农产品行业市场现状分析

二、北美农产品行业市场规模与市场需求分析

三、北美农产品行业市场前景分析

第五节 欧盟农产品行业地区市场分析

一、欧盟农产品行业市场现状分析

二、欧盟农产品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟农产品行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界农产品行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球农产品行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国农产品产业发展环境分析

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 中国农产品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国农产品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、农产品环境分析

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年中国农产品行业运行情况

第一节 中国农产品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 中国农产品行业市场规模分析

第三节 中国农产品行业供应情况分析

第四节 中国农产品行业需求情况分析

第五节 中国农产品行业供需平衡分析

第六节 中国农产品行业发展趋势分析

第五章 中国农产品所属行业运行数据监测

第一节 中国农产品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 中国农产品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 中国农产品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年中国农产品市场格局分析

第一节 中国农产品行业竞争现状分析

一、中国农产品行业竞争情况分析

二、中国农产品行业主要品牌分析

第二节 中国农产品行业集中度分析

一、中国农产品行业市场集中度分析

二、中国农产品行业企业集中度分析

第三节 中国农产品行业存在的问题

第四节 中国农产品行业解决问题的策略分析

第五节 中国农产品行业竞争力分析

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年中国农产品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国农产品行业消费特点

第二节 中国农产品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 农产品行业成本分析

第四节 农产品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 中国农产品行业价格现状分析

第六节 中国农产品行业平均价格走势预测

一、中国农产品行业价格影响因素

二、中国农产品行业平均价格走势预测

三、中国农产品行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国农产品行业区域市场现状分析

第一节 中国农产品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地农产品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区农产品市场规模分析

四、华东地区农产品市场规模预测

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、华中地区农产品市场规模分析

四、华中地区农产品市场规模预测

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、华南地区农产品市场规模分析

第九章 2015-2017年中国农产品行业竞争情况

第一节 中国农产品行业竞争结构分析（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 中国农产品行业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 中国农产品行业竞争环境分析（农产品T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 农产品行业企业分析（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年中国农产品行业发展前景分析与预测

第一节 中国农产品行业未来发展前景分析

一、农产品行业国内投资环境分析

二、中国农产品行业市场机会分析

三、中国农产品行业投资增速预测

第二节 中国农产品行业未来发展趋势预测

第三节 中国农产品行业市场发展预测

一、中国农产品行业市场规模预测

二、中国农产品行业市场规模增速预测

三、中国农产品行业产值规模预测

四、中国农产品行业产值增速预测

五、中国农产品行业供需情况预测

第四节 中国农产品行业盈利走势预测

一、中国农产品行业毛利润同比增速预测

二、中国农产品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国农产品行业投资风险与营销分析

第一节 农产品行业投资风险分析

一、农产品行业政策风险分析

二、农产品行业技术风险分析

三、农产品行业竞争风险分析

四、农产品行业其他风险分析

第二节 农产品行业企业经营发展分析及建议

- 一、农产品行业经营模式
- 二、农产品行业销售模式
- 三、农产品行业创新方向

第三节 农产品行业应对策略

- 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年中国农产品行业发展策略及投资建议

第一节 中国农产品行业品牌战略分析

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

第二节 中国农产品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 中国农产品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年中国农产品行业发展策略及投资建议

第一节 中国农产品行业产品策略分析

- 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 中国农产品行业定价策略分析

第二节中国农产品行业营销渠道策略

一、农产品行业渠道选择策略

二、农产品行业营销策略

第三节中国农产品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国农产品行业重点投资区域分析

二、中国农产品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/331263331263.html>