

2017-2022年中国蔬菜种子市场发展态势及发展策略分析报告

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《2017-2022年中国蔬菜种子市场发展态势及发展策略分析报告》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/287265287265.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

蔬菜在人类生活中占据重要的位置，其地位仅次于粮食。种子是蔬菜生产的先决条件，也是蔬菜产业发展的重要环节，蔬菜与人们日常生活密不可分。如果没有种子，提升蔬菜产业将成为空谈。种子事业快速稳步发展是关系到国计民生的大事，也是农业发展的核心主体。年来，在社会发展与科技水平不断提升的影响下，蔬菜种子也实现了变革，由早期的良种与杂交品种，逐渐升级为带有商业性质的经济种业，其优良水平与农业发展有直接的关系。

中国是人口大国，蔬菜需求量逐年递增，种子产业发展的好坏直接影响到蔬菜种植业的发展，同时也影响人们的生活用菜质量。近年来，我国蔬菜种业在繁荣发展的背后也存在很多问题，如科技创新能力薄弱、观念陈旧、市场混乱、服务体系差等原因，成为产业发展的制约因素。本文就如何破解制约因素提出一些推动政策，以期促进我国蔬菜种子市场的繁荣、稳定，这对于我国种业今后的发展具有十分重要的意义。

1我国蔬菜种业现状

1.1我国种业发展基本情况

从“95”时期到进入21世纪，期间我国农业行业发生了翻天覆地的变化，由早期的农家自留种、集体调剂时期，逐渐发展到现如今的计划管理、统一供种时期。我国2000年自加入WTO以及开始落实《中华人民共和国种子法》始，种子行业也真正进入市场化阶段。从那开始便突破了以往国有种子公司垄断市场的格局。此后种子公司也相应进入整合期，市场中也开始奉行优胜劣汰的原则，种子市场开始通过整合少数有实力的企业不断发展壮大。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1.2我国蔬菜种业基本优势

我国自然条件优越，温带季风气候，地势平坦，土壤肥沃，为我国孕育出多种蔬菜提供了先决条件。我国是蔬菜生产大国，对种业发展的需求迫在眉睫。

近年来，政府为鼓励广大菜农生产的积极性，相继出台一系列惠民政策。同时，我国蔬菜种子科研团队为研发出更优质的种子不断努力着。目前，我国已有多个自主知识产权研发的蔬菜新品种，加快蔬菜种子的本土化。

2推动蔬菜种子产业化发展的对策

2.1强化科技创新水平，提升产品市场竞争力为了实现我国蔬菜种子行业的广泛发展，有关部门需要对种业科技创新体系进行完善，向国家部门申请项目研究基金，通过现有资源配置，积极促进科研院所和种子企业的合作，使用科研院所提供的原始种质资源和材料、高新技术与设备等，进行育种技术与方法的研究，以此提升研究产品的科技含量，推动种子的更新换代升级，加强产品市场竞争力。

2.2实施品牌战略，建立规模种业公司

借鉴发达国家蔬菜种业公司管理与发展经验，积极实施品牌战略，利用本土优势，打造叫得响、质量优的品牌产品。建立研发、生产、销售、技术服务为一体的复合型种业公司，发挥纽带作用，在实现新品种推广与销售给农民的同时，在生育期内对农户进行全程技术指导与服务。此外，收获后帮助农民解决蔬菜销售问题。

2.3构建蔬菜种子市场信息化平台

加强平台建设，各种子管理机构、农业科研院所、规模种业公司联合行动，充分发挥各方在政策方针、成果研发、信息储备等方面的职能和优势，应用现代信息技术，建立完善的蔬菜种子市场信息化平台，使其能够广泛应用于品种选择、生产技术、销售渠道、加工生产等工作环节，用现代高科技引领蔬菜种子产业化发展。

2.4规范蔬菜种子市场

严格制定蔬菜种子产品质量的分级标准，根据各级种子管理部门的要求，按实际情况检查农药残留量，规范蔬菜种子检验流程，经过细致的试验检测，获得准确可靠数据，严厉打击假冒伪劣产品，提高种子质量。同时，种业公司需要正规销售模式，避免经销商的行业垄断，提高蔬菜种子产业化组织模式。

3小结

近年来，随着科学技术的不断发展，我国种业迎来发展新时期，在政府的大力支持下，种业将迎来飞跃式的发展，种子企业要把握好方向，开拓创新，抓住机遇，革除陈旧，加快发展步伐。但是，由于我国种子企业与发达国家种企之间在培育研发方面存在很大差距，所以，我国种企必须正视现状，改变思路，用现代科学技术代替传统育种技术，使其向高新育种技术转变，积极深入挖掘现有种质资源。国家应加大对种业基础研发的投入，重视高端人才，以提高种业快速发展。

中国报告网发布的《2017-2022年中国蔬菜种子市场发展态势及发展策略分析报告》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。

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。

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、《全国种植业发展第十二个五年规划》

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

第五章中国蔬菜种子进出口状况分析

第一节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(Seminis)种子(北京)公司

- 一、孟山都概况
- 二、孟山都业务分布情况
- 三、业务经营情况分析
- 四、圣尼斯种子(北京)公司概况
- 五、主营业务结构
- 六、品牌产品介绍
- 七、产品的销售模式
- 八、在中国种子市场的合作项目

第二节先正达 (Syngenta)

- 一、先正达概况
- 二、业务经营情况分析
- 三、主营业务结构
- 四、品牌产品介绍
- 五、先正达网络专利许可平台
- 六、在中国发展情况
- 七、先正达种子在华市场情况

第三节杜邦 (DuPond) ——铁岭先锋种子研究有限公司

- 一、杜邦概况
- 二、铁岭先锋种子研究有限公司概况
- 三、业务经营情况分析
- 四、主营业务结构
- 五、核心优势
- 六、在华品牌产品介绍
- 七、在中国种子市场合作项目

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、利马格兰概况
- 二、海泽拉概况
- 三、业务经营情况分析
- 四、品牌产品介绍
- 五、在中国种子市场的合作方式

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

- 一、拜耳集团概况
- 二、纽内姆 (北京) 种子有限公司
- 三、主营业务结构
- 四、品牌产品介绍
- 五、拜耳在种子领域规划
- 六、拜耳中国
- 七、在中国种子市场的发展情况

第六节荷兰Bejo种子有限公司——上海实满丰种业有限公司

- 一、Bejo种子有限公司概况
- 二、上海实满丰种业有限公司概况
- 三、主营业务情况

四、品牌产品介绍

五、在中国种子市场的营销方式

第七节安莎种子(EnzaZaden)——安莎种子科技(北京)有限公司

一、安莎种子公司概况

二、安莎种子科技(北京)有限公司概况

三、主营业务结构

四、品牌产品介绍

五、在中国种子市场的重点育种品种

第八节韩国农友BIO株式会社——北京世农种苗有限公司

一、韩国农友BIO株式会社概况

二、北京世农种苗有限公司概况

三、主营业务结构

四、品牌产品介绍

五、在中国种子市场的合作项目

第九节日本坂田种苗株式会社——坂田种苗(苏州)有限公司

一、日本坂田种苗株式会社概况

二、坂田种苗(苏州)有限公司

三、品牌产品介绍

四、在中国种子市场的营销方式

第七章中国蔬菜种子重点企业及科研院所分析

第一节北京中蔬园艺良种研究开发中心

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第二节中国种子集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第三节北京京研益农科技发展中心

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第四节天津科润农业科技股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第五节农友种苗(中国)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第八章2017-2022年中国蔬菜种子行业发展前景分析与预测

第一节2017-2022年行业未来发展前景分析

一、2017-2022年行业国内投资环境分析

二、2017-2022年行业市场机会分析

三、2017-2022年行业投资增速预测

第二节2017-2022年行业未来发展趋势预测

第三节2017-2022年行业市场发展预测

一、2017-2022年行业市场规模预测

二、2017-2022年行业市场规模增速预测

三、2017-2022年行业产值规模预测

四、2017-2022年行业产值增速预测

第四节2017-2022年行业盈利走势预测

一、2017-2022年行业毛利润同比增速预测

二、2017-2022年行业利润总额同比增速预测

第十章 2017-2022年中国蔬菜种子行业投资风险与营销分析

第一节2017-2022年行业进入壁垒分析

一、2017-2022年行业技术壁垒分析

二、2017-2022年行业规模壁垒分析

三、2017-2022年行业品牌壁垒分析

四、2017-2022年行业其他壁垒分析

第三节 2017-2022年行业投资风险分析

一、2017-2022年行业政策风险分析

二、2017-2022年行业技术风险分析

三、2017-2022年行业竞争风险

四、2017-2022年行业其他风险分析

第十一章 2017-2022年中国蔬菜种子行业发展策略及投资建议

第一节 2017-2022年中国蔬菜种子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

第一节 2017-2022年中国蔬菜种子行业发展策略分析

第三节 观研天下行业分析师投资建议

一、2017-2022年中国蔬菜种子行业投资区域分析

二、2017-2022年中国蔬菜种子行业投资产品分析

图表目录：图表全球种子市场占比分析

图表中国种子主要法律法规分析

图表中国种子相关政策分析

图表新版种子生产经营许可证大幅提高准入门槛

图表中国蔬菜种子费统计

图表中国蔬菜商品率统计

图表中国蔬菜种子销售收入变化趋势图

图表中国蔬菜播种面积统计

图表中国蔬菜产量统计

图表中国城镇居民蔬菜人均消费统计

图表中国农村居民蔬菜人均消费统计

图表中国蔬菜成本费用分析

图表中国蔬菜成本收益分析

图表中国番茄批发价格变化趋势图

图表中国黄瓜批发价格变化趋势图

图表中国辣椒批发价格变化趋势图

图表中国青椒批发价格变化趋势图

图表中国茄子批发价格变化趋势图

图表中国大白菜批发价格变化趋势图

图表中国萝卜批发价格变化趋势图

图表中国圆白菜批发价格变化趋势图

图表中国豆角批发价格变化趋势图

图表中国蔬菜生产优势区域分布图

图表华南区蔬菜种植面积及产量统计

图表华南区蔬菜种植优势区域

图表长江区蔬菜种植面积及产量统计

图表长江区蔬菜种植优势区域

图表西南区蔬菜种植面积及产量统计

图表西南区蔬菜种植优势区域

图表西北区蔬菜种植面积及产量统计

图表西北区蔬菜种植优势区域

图表东北区蔬菜种植面积及产量统计

图表东北区蔬菜种植优势区域

图表黄淮海与环渤海区蔬菜种植面积及产量统计

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyeyzhongzi/287265287265.html>