

2016-2022年中国蔬菜种子市场运行态势及发展定位分析报告

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《2016-2022年中国蔬菜种子市场运行态势及发展定位分析报告》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/shipin/238155238155.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

产业形势

近年来，种子行业利好频出，政策加大鼓励行业整合并购，蔬菜种子正成为玉米，小麦种子之后，受到国内种业关注的新市场。该领域目前依然主要由外资企业掌控局面，未来有望实现并购加速。规模以上种子企业正将蔬菜种子作为公司重点发展领域，据预测，蔬菜种子企业并购也将迎来新的发展形势，同时，目前国内上市公司中，登海种业，丰乐种业，农发种业已逐步进军蔬菜种子市场。近十年以来，作为粮食安全基础的种业逐步受到国家重视，随着政策扶持力度加大，企业科研资金增多，包括隆平高科，登海种业，农发种业等大型种子上市公司已开始做大做强，重拾大田作物玉米，水稻种子的主动权，但是蔬菜种子依然处于“被殖民”阶段。

市场规模

农科院相关数据显示，中国是全球蔬菜生产和出口的第一大国，常年蔬菜播种面积超过2.8亿亩。2011年蔬菜产量为6.77亿吨，种植面积和产量均占全世界50%以上。国内蔬菜种子市场份额高达500亿元，但国外种子已在蔬菜领域形成垄断之势，三分之二的蔬菜品种来自国外，占据国内80%以上利润。

竞争分析

随着我国对农业产业结构的调整，原有的大田作物面积不断减少，新的蔬菜种植区不断出现，这不但使得蔬菜种植面积迅速增加，对蔬菜种子的需求量不断增大，而且对蔬菜品种的供应也提出了新的要求。另外，随着人们生活水平的提高，对蔬菜产品的要求也向追求质量方面转变，要求蔬菜产品不仅要外观美、口感好，而且要求营养价值高，农药残留低，这就对蔬菜种子产业的发展有了更高的要求。我国加入WTO后，我国蔬菜种子企业面临国外品牌企业的直接同业竞争，目前在我国大量抢占市场的国外公司超过60家，如美国的圣尼斯公司、日本的米可多株式会社、韩国汉城种苗和东原种苗等，他们经济实力雄厚，管理经验丰富，在全球都有较高的知名度。这些企业以先进的制种技术、精美的种子包装、强劲的促销手段，很快在我国的蔬菜种子市场占据了一席之地，与我国蔬菜种子企业展开了激烈的竞争。如果我国蔬菜种业不能及时跟上发展的形势，作为一个蔬菜生产大国的中国必然要成为世界发达国家蔬菜种子产业的“殖民地”，让别国的蔬菜种苗企业的龙头牵着我们的蔬菜生产的走向，这将给我国的蔬菜种业带来灾难性的后果。尽快地发展我国蔬菜种子产业，提高品种的遗传性与多样性水平，发展现代化的蔬菜种子产业，提升蔬菜产业的国际竞争力。

发展问题

我国蔬菜种子产业的基础仍很薄弱，蔬菜种子还没有完全脱离旧的计划经济束缚就进入了市场经济新领域，这必然造成新旧体制交换时期的不适应。因而，目前蔬菜种子产业存在的主要问题有以下几点：一是蔬菜种子的生产基地不稳，市场流通多渠道、多环节，给蔬菜种子使用者和蔬菜生产造成直接经济损失。二是对蔬菜种子管理的忽视和管理政策、法规不

健全，使蔬菜种子产业发展受到影响。三是大的蔬菜种子集团公司未成熟，不规范的小型种子企业和个体经营者却不断地涌入市场，这就必然出现不规范的种子生产和经营，假包装、假种子事件时常发生。四是与国际大型制种集团的同业竞争，我国小规模蔬菜种业发展明显不能适应当前的市场需要。

中国报告网发布的《2016-2022年中国蔬菜种子市场运行态势及发展定位分析报告》首先介绍了蔬菜种子行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 中国蔬菜种子行业发展概况

1.1 世界种子行业发展概况

1.2 中国蔬菜种子行业发展历程

1.3 中国蔬菜种子行业的特点

1.4 中国蔬菜种子行业发展政策环境分析

1.4.1 《种子法》的颁布对种子行业发展的影响

1.4.2 土地流转新政对蔬菜种业生产经营的影响

1.4.3 《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

1.4.4 《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

1.4.5 《全国种植业发展第十二个五年规划》

1.4.6 《全国蔬菜产业发展规划（2011-2020年）》给蔬菜种子市场发展带来契机

1.5 中国蔬菜种子市场发展分析

1.5.1 中国蔬菜种子特点

1.5.2 中国蔬菜种子细分品种

1.5.3 2006-2014年中国蔬菜种子成本投入及商品化率分析

1.5.4 2006-2014年中国蔬菜种子市场规模变化分析

1.5.5 中国蔬菜种子需求分析

1.5.6 中国蔬菜种子行业企业规模分析

1.6 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

2.1 2006-2014年中国蔬菜种植面积及产量分析

2.2 2006-2014年中国蔬菜人均消费变化趋势分析

2.3 2006-2014年中国蔬菜种植成本及收益分析

2.4 2006-2014年中国蔬菜价格分析

第三章 中国蔬菜主要种植区域细分市场分析

3.1 中国主要蔬菜种植区域介绍

3.2 华南区蔬菜市场分析

3.2.1 华南区蔬菜种植面积及产量分析（2013-2015）

3.2.2 主栽蔬菜种类分析

3.2.3 主要目标市场及上市期

3.2.4 广东、广西、海南主栽蔬菜品种分析

3.2.5 未来发展趋势

3.3 长江区蔬菜市场分析

3.3.1 长江区蔬菜种植面积及产量分析（2013-2015）

3.3.2 主栽蔬菜种类分析

3.3.3 主要目标市场及上市期

3.3.4 四川、湖南、江苏主栽蔬菜品种分析

3.3.5 未来发展趋势

3.4 西南区蔬菜市场分析

3.4.1 西南区蔬菜种植面积及产量分析（2013-2015）

3.4.2 主栽蔬菜种类分析

3.4.3 主要目标市场及上市期

3.4.4 云南、贵州主栽蔬菜品种分析

3.4.5 未来发展趋势

3.5 西北区蔬菜市场分析

3.5.1 西北区蔬菜种植面积及产量分析（2013-2015）

3.5.2 主栽蔬菜种类分析

3.5.3 主要目标市场及上市期

3.5.4 甘肃、新疆主栽蔬菜品种分析

3.5.5 未来发展趋势

3.6 东北区蔬菜市场分析

3.6.1 东北区蔬菜种植面积及产量分析（2013-2015）

3.6.2 主栽蔬菜种类分析

3.6.3 主要目标市场及上市期

3.6.4 黑龙江、吉林、内蒙古主栽蔬菜品种分析

3.6.5 未来发展趋势

3.7 黄淮海与环渤海区蔬菜市场分析

3.7.1 黄淮海与环渤海区蔬菜种植面积及产量分析（2013-2015）

3.7.2 主栽蔬菜种类分析

3.7.3 主要目标市场及上市期

3.7.4 河北、河南、山东、辽宁主栽蔬菜品种分析

3.7.5 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

4.1 中国番茄种子市场分析

4.1.1 中国番茄种植面积及产量分析（2013-2015）

4.1.2 中国番茄种子商品化率分析（2013-2015）

4.1.3 中国主要地区番茄种植种子成本投入分析

4.1.4 中国番茄种子市场规模分析（2013-2015）

4.1.5 中国番茄种子价格分析

4.1.6 中国番茄种子主导公司及品种

4.2 中国黄瓜种子市场分析

4.2.1 中国黄瓜种植面积及产量分析（2013-2015）

4.2.2 中国黄瓜种子商品化率分析（2013-2015）

4.2.3 中国主要地区黄瓜种植种子成本投入分析

4.2.4 中国黄瓜种子市场规模分析（2013-2015）

4.2.5 中国黄瓜种子价格分析

4.2.6 中国黄瓜种子主导公司及品种

4.3 中国辣椒种子市场分析

4.3.1 中国辣椒种植面积及产量分析（2013-2015）

4.3.2 中国辣椒种子商品化率分析（2013-2015）

4.3.3 中国主要地区辣椒种植种子成本投入分析

4.3.4 中国辣椒种子市场规模分析（2013-2015）

4.3.5 中国辣椒种子价格分析

4.3.6 中国辣椒种子主导公司及品种

4.4 中国茄子种子市场分析

4.4.1 中国茄子种植面积及产量分析（2013-2015）

4.4.2 中国茄子种子商品化率分析（2013-2015）

4.4.3 中国主要地区茄子种植种子成本投入分析

4.4.4 中国茄子种子市场规模分析（2013-2015）

4.4.5 中国茄子种子价格分析

4.4.6 中国茄子种子主导公司及品种

4.5 中国大白菜种子市场分析

4.5.1 中国大白菜种植面积及产量分析（2013-2015）

4.5.2 中国大白菜种子商品化率分析（2013-2015）

4.5.3 中国主要地区大白菜种植种子成本投入分析

4.5.4 中国大白菜种子市场规模分析 (2013-2015)

4.5.5 中国大白菜种子价格分析

4.5.6 中国大白菜种子主导公司及品种

4.6 中国萝卜种子市场分析

4.6.1 中国萝卜种植面积及产量分析 (2013-2015)

4.6.2 中国萝卜种子商品化率分析 (2013-2015)

4.6.3 中国主要地区萝卜种植种子成本投入分析

4.6.4 中国萝卜种子市场规模分析 (2013-2015)

4.6.5 中国萝卜种子价格分析

4.7.6 中国萝卜种子主导公司及品种

4.7 中国甘蓝种子市场分析

4.7.1 中国甘蓝种植面积及产量分析 (2013-2015)

4.7.2 中国甘蓝种子商品化率分析 (2013-2015)

4.7.3 中国主要地区甘蓝中种植种子成本投入分析

4.7.4 中国甘蓝种子市场规模分析 (2013-2015)

4.7.5 中国甘蓝种子价格分析

4.7.6 中国甘蓝种子主导公司及品种

4.8 中国西甜瓜种子市场分析

4.8.1 中国西甜瓜种植面积及产量分析 (2013-2015)

4.8.2 中国西甜瓜种子商品化率分析 (2013-2015)

4.8.3 中国西甜瓜种子市场规模分析 (2013-2015)

4.8.4 中国西甜瓜种子价格分析

4.8.5 中国西甜瓜种子主导公司及品种

4.9 中国甜糯玉米种子市场分析

4.9.1 中国甜糯玉米种植面积及产量分析 (2013-2015)

4.9.2 中国甜糯玉米种子商品化率分析 (2013-2015)

4.9.3 中国甜糯玉米种子市场规模分析 (2013-2015)

4.9.4 中国甜糯玉米种子价格分析

4.9.5 中国甜糯玉米种子主导公司及品种

第五章 中国蔬菜种子进出口分析

5.1 中国蔬菜种子进口分析

5.1.1 2006-2014年中国蔬菜种子进口总量分析

5.1.2 2006-2014年中国蔬菜种子进口价格分析

5.1.3 2006-2014年中国蔬菜种子进口国、地区及品种分析

5.2 中国蔬菜种子出口分析

5.2.1 2006-2014年中国蔬菜种子进口总量分析

5.2.2 2006-2014年中国蔬菜种子进口价格分析

5.2.3 2006-2014年中国蔬菜种子出口国、地区及品种分析

5.3 影响蔬菜种子进出口的主要因素分析

第六章 中国种子市场中的重点外资企业分析

6.1 孟山都 (Monsanto) —— 圣尼斯 (Seminis) 种子 (中国) 公司

6.1.1 孟山都概况

6.1.2 圣尼斯种子 (中国) 公司概况

6.1.3 主营业务结构

6.1.4 品牌产品介绍

6.1.5 在中国种子市场的营销方式

6.2 先正达 (Syngenta) —— 先正达种苗 (北京) 有限公司

6.2.1 先正达种业中国概况

6.2.2 主营业务结构

6.2.3 品牌产品介绍

6.2.4 在中国种子市场的营销方式

6.3 杜邦 (DuPont) —— 铁岭先锋种子研究有限公司

6.3.1 杜邦概况

6.3.2 铁岭先锋种子研究有限公司概况

6.3.3 主营业务结构

6.3.4 品牌产品介绍

6.3.5 在中国种子市场营销方式

6.4

利马格兰 (Limagrain) 集团——海泽拉 (Hazera

Genetics) 农业技术服务 (北京) 有限公司

6.4.1 利马格兰概况

6.4.2 海泽拉概况

6.4.3 主营业务结构

6.4.4 品牌产品介绍

6.4.5 在中国种子市场的营销方式

6.5 拜耳集团作物科学 (Bayer Crop Science) —— 纽内姆 (Nunhems) 北京种子有限公司

6.5.1 拜耳集团概况

6.5.2 纽内姆 (北京) 种子有限公司

6.5.2 主营业务结构

6.5.3 品牌产品介绍

6.5.4 在中国种子市场的营销方式

6.6 荷兰Bejo种子有限公司——上海实满丰种业有限公司

6.6.1 Bejo种子有限公司概况

6.6.2 上海实满丰种业有限公司概况

6.6.3 主营业务结构

6.6.4 品牌产品介绍

6.6.5 在中国种子市场的营销方式

6.7 安莎种子公司（Enza Zaden）——安莎种子科技（北京）有限公司

6.7.1 安莎种子有限公司概况

6.7.2 安莎种子科技（北京）有限公司概况

6.7.3 主营业务结构

6.7.4 品牌产品介绍

6.7.5 在中国种子市场的营销方式

6.8 韩国农友BIO株式会社——北京世农种苗有限公司

6.8.1 韩国农友BIO株式会社概况

6.8.2 北京世农种苗有限公司概况

6.8.2 主营业务结构

6.8.3 品牌产品介绍

6.8.4 在中国种子市场的营销方式

6.9 日本坂田种苗株式会社——坂田种苗（苏州）有限公司

6.9.1 日本坂田种苗株式会社概况

6.9.2 坂田种苗（苏州）有限公司

6.9.3 主营业务结构

6.9.4 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

7.1 中国农科院蔬菜花卉研究所——北京中蔬园艺良种研究开发中心

7.1.1 公司概况

7.1.2 主营业务结构

7.1.3 品牌产品介绍

7.2 中国种子集团有限公司

7.2.1 公司概况

7.2.2 主营业务结构

7.2.3 品牌产品介绍

7.3 北京京研益农科技发展中心

7.3.1 公司概况

7.3.2 主营业务结构

7.3.3 品牌产品介绍

7.4 天津科润农业科技股份有限公司

7.4.1 公司概况

7.4.2 主营业务结构

7.4.3 品牌产品介绍

7.5 山东寿光蔬菜种业集团

7.5.1 公司概况

7.5.2 主营业务结构

7.5.3 品牌产品介绍

7.6 湖南湘研种业有限公司

7.6.1 公司概况

7.6.2 主营业务结构

7.6.3 品牌产品介绍

7.7 合肥丰乐种业股份有限公司

7.7.1 公司概况

7.7.2 主营业务结构

7.7.3 品牌产品介绍

7.8 温州市神鹿种业有限公司

7.8.1 公司概况

7.8.2 主营业务结构

7.8.3 品牌产品介绍

7.9 郑州郑研种苗科技有限公司

7.9.1 公司概况

7.9.2 主营业务结构

7.9.3 品牌产品介绍

7.10 山东登海种业股份有限公司西由种子分公司

7.10.1 公司概况

7.10.2 主营业务结构

7.10.3 品牌产品介绍

图表目录

图表1 中国蔬菜种子成本投入及商品化率变化（2013-2015）

图表2 中国蔬菜种子市场规模变化（2013-2015）

图表3 中国蔬菜种子需求变化（2013-2015）

图表4 我国蔬菜种植面积及产量变化（2013-2015）

图表5 中国蔬菜人均消费变化趋势（2013-2015）

图表6 中国蔬菜种植成本及收益分析（2013-2015）

图表7 中国蔬菜价格分析（2013-2015）

图表8 华南区蔬菜种植面积及产量分析（2013-2015）

图表9 华南区分品种种植面积分析（2013-2015）

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/238155238155.html>