

2014-2019年中国种子市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国种子市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/nongye1404/S027163T26.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国种子市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十六章，报告对我国种子的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

前言

在全球经济一体化进程中，众多持续增长机遇和开放环境使中国发展成为全球最大的种子市场之一。中国种业发展成为农业领域市场化程度最高的产业之一，种业主体多元化格局基本形成，种子企业呈现出从“遍地开花”到“百强竞雄”空前繁荣的局面。

资料来源：博思数据研究中心整理

2007年我国种子市场规模达到300亿元，到2009年达到396亿元，2013年种子市场规模达到了690亿元。近几年我国种子行业销售市场规模情况如下图所示：

资料来源：博思数据研究中心整理

目录

第一章 2013-2014年世界种子产业整体运营状况分析 1

第一节 2013-2014年世界种业运行总况 1

一、世界种子产业亮点分析 1

二、世界种业的演变与发展及其启示 4

三、世界种业技术热点探析 6

第二节 2013-2014年世界种子业市场动态分析 8

一、世界种业集中度分析 8

美国是全球最大的种子市场，也是世界种子巨头们最主要的市场，美国 and 全球主要发达国家种子市场集中度都比较高，全球CR10市场集中度已从1985年的约15%上升到现在的73%左右，仅孟山都、杜邦先锋、先正达三家就占据了50%的份额，另外的利马格兰、拜耳、陶氏益农、KWS等跨国企业也颇具实力。

这些大企业能够逐渐占据市场的主要原因是其资金实力雄厚，研发投入较大，因此具有长期的竞争优势。2010年孟山都公司研发经费达到12亿美元，其中育种和生物技术各6亿美元，杜邦先锋研发投入10亿美元；先正达种业研发投入超过4亿美元。2011年，孟山都销售收入118亿美元，其中种子及生物技术专利业务86亿美元，包括玉米种子48亿、大豆种子15亿、蔬菜种子9亿，棉花种子8亿，另外还有除草剂业务32亿美元；杜邦集团销售收入380亿美元，其中种子业务62亿美元，包括玉米种子43亿，大豆种子14亿，其他种子6亿，另外还有农化业务29亿美元；先正达销售收入133亿美元，其中种子业务销售收入32亿美元，包括玉米和大豆种子收入15亿美元，其他大田作物种子约7亿美元，蔬菜种子7亿美元，花卉种苗3亿美元。

资料来源：ISF

资料来源：USDA

二、世界种业与可持续增产 10

三、跨国种业巨头扩张与世界种业科技竞争 17

第三节 2013-2014年世界种业部分国家市场运行分析 32

一、蔬菜种子巨头纽内姆西班牙研发基地揭幕 32

二、英国 33

1、英国免费发放蔬菜种子鼓励自种 33

2、英国自种果蔬掀热潮 33

三、韩国蔬菜种子出口量分析 34

四、美国 34

1、美国种子业“笑傲”危机 34

2、美国种子管理及种业发展趋势 34

第四节 2014-2019年世界蔬菜种子行业发展趋势分析 40

第二章 2013-2014年中国种子行业市场发展环境解析 41

第一节 国内宏观经济环境分析 41

一、GDP历史变动轨迹分析 41

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 48

三、2014年中国经济发展预测分析 51

第二节 2013-2014年中国种子市场政策环境分析 52

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析 52

二、进出口农作物种子（苗）管理暂行办法 53

三、中华人民共和国植物新品种保护条例实施细则 55

第三节 2013-2014年中国种子市场技术环境分析 76

一、种子带菌处理技术 76

二、种子安全储藏技术 83

三、种子催芽法 88

第三章 2013-2014年中国种业整体运行态势分析 91

第一节 我国种业的背景分析 91

一、种业发展的历程 91

二、种业资源供给和资源的要求 92

三、种业的区域分布 93

四、种业在农业生产中的地位和作用的变化分析 93

五、种业产业化演变分析 94

第二节 2013-2014年中国种业特征分析 95

一、消费群体具有的特性分析 95

二、与其他行业不同的是种子需求的价格弹性非常低 95

三、产品具有周期和自然属性 95

四、种子的质量指标较为复杂 96

五、行业进入退出壁垒分析 96

第三节 2013-2014年中国种业与世界种业发展的差异分析 97

一、外部因素分析 97

二、内部因素分析 98

三、国外种业发展经验及其给我国的借鉴与启示 99

第四章 2013-2014年中国种子市场运行走势探析 103

第一节 2013-2014年中国种子市场运行综述 103

一、我国成为世界上第二大种业市场 103

二、种子产业的规模和效益分析 103

2007年我国种子市场规模达到300亿元，到2009年达到396亿元，2013年种子市场规模达到了690亿元。近几年我国种子行业销售市场规模情况如下图所示：

资料来源：博思数据研究中心整理

中国现在每年种子总用量约在125亿公斤左右，其中商品化种子约50亿公斤，市场总规模超过500亿元，而且还在快速增长中。种子市场总规模与耕地总面积、平均每亩用种量、种子的商品化率以及种子平均价格直接相关，而种子价格取决于粮食价格（体现制种成本）和种粮比（体现内在价值），即种子市场总规模=耕地总面积 $\times$ 亩均用种量 $\times$ 商品化率 $\times$ 粮食平均价格 $\times$ 种粮比。由于耕地面积出现较大反弹的可能性不大，亩均用种量也不会有大的变化（玉米用种量还因为单粒播的推行出现逐年下降），商品化率方面玉米、杂交水稻、棉花、油菜等品种已接近100%，蔬菜、小麦、大豆等还有一定空间，因此影响市场规模的主要变量是粮食价格和种粮比。其中粮食价格的上涨是刚性的，因为粮食紧缺的状况将长期存在，而且国家每年最低收购价也在提高；种粮比则是种子内在价值的体现，取决于种子的增产潜力以及商品种子的可替代性，一般来说杂交种子的种粮比远高于常规种子，因为农民不能自留种，综合性能优秀的品种远高于普通品种，因为其带来的增产收益远高于种子费用。目前我国杂交玉米和水稻种粮比仅在1：8-15，而美国达到1：20-30，这一方面是由于综合性能的差距，另一方面则是因为我国种子市场极度分散，竞争状况混乱，低价低质、套牌种子横行，未来还有很大的改善空间。

从经济效益来看，目前大田作物种子的毛利率较低，平均水平在10%~30%之间，而蔬菜和经济作物等的毛利率则在50%以上（其中以杂交水稻、杂交玉米、抗虫棉和瓜菜种子的毛利率较高，高达60%以上）。总的来说，我国种子行业的盈利水平略高于其他传统产业。但是与发达国家相比，我国种子的相对价格和毛利率仍然很低，以美国为例，美国主要粮食作物种子和粮食价格比为30：1，而我国为3：1，相差10倍；美国种子成本占种植业产值比重为6%，而我国仅为1.5%，相差4倍，差距还是相当大的。

从社会效益来看，我国种子对种植业产量增长的贡献率达到了30%~40%，其产生的社会效益巨大。同时，种子产业的社会效益还体现在其科技价值上。由于生物技术的发展而引发的育种科技革命，使种子产业的技术含量越来越高，未来农业的竞争已经变成了种业的竞争，种子产业已成为衡量一个国家农业科技水平高低的标志。

三、种子产业产品结构和经营机构 105

四、种子科研的现状 106

第二节 2013-2014年中国种子市场供需分析 108

一、中国种子市场整体供给情况分析 108

2013年我国种子企业数量6000多家，产量达到了1810万吨，近几年我国种子产量情况如下图所示：

资料来源：博思数据研究中心整理

种业“高投入、高风险、高回报”的行业特性决定了种子公司必须有大量而且持续的研发资金投入才能维持长久的竞争力，跨国种业巨头的研发投入一般占收入的10%以上，仅孟山都一家公司一年投入的研发资金就高达14亿美元，超过中国整个行业的全部研发投入。目前国内公司规模都还偏小，而且大部分是单纯的种子公司，没有其他业务能够借力，研发投入最高的也就数千万元，因此研发实力普遍偏弱。借鉴国际巨头的发展历程，未来行业内必然需要兼并重组，强强联合，甚至是跨行业的并购和整合，提升公司的综合实力，打造综合性的种业集团。从近几年的行业发展来看，中化集团、大北农集团等已经开始发力投入种子研发，中粮、中储粮等央企也伺机而动，行业内部的龙头如隆平、登海、荃银等公司也不断有收购动作。国家种业新政已明确提出的支持和鼓励种业公司兼并重组，未来几年正是行业整合和洗牌的良机。

二、中国种子市场整体需求情况分析 109

三、影响市场供需的因素分析 110

第三节 2013-2014年中国种子市场价格分析 114

一、中国种子市场定价体制分析 114

二、影响价格的因素分析 115

第五章 2013-2014年中国粮食作物种子行业市场运行形势分析 117

第一节 2013-2014年粮食作物种子行业市场供需综述 117

一、水稻种子供需状况综述 117

二、玉米种子供需状况综述 129

三、小麦种子供需状况综述 139

第二节 影响粮食作物种子行业发展主要因素 148

第三节 2013-2014年中国粮食作物种子市场价格分析 149

- 一、粮食作物种子的价格形成 149
- 二、粮食作物种子市场价格的总体水平与波动 149
- 三、价格的演进趋势 150
- 四、近几年我国粮食作物种子价格波动情况 150
- 第四节 2014-2019年中国粮食作物种子供需态势展望 151

第六章 2013-2014年中国棉花种子行业市场发展 154

- 第一节 2013-2014年中国棉花种子市场综述 154
 - 一、棉种质量提高 154
 - 二、我国天然彩色棉种质创新研究国际领先 154
 - 三、新疆棉花种子市场需求情况分析 155
 - 四、转基因棉种市场潜力巨大 155
- 第二节 2013-2014年中国棉花种子行业市场走势分析 156
 - 一、棉花种子市场供给情况分析 156
 - 二、棉花种子重点区域市场需求情况分析 156
 - 三、棉花种子价格分析 157
- 第三节 2014-2019年中国棉花种子供需预测分析 157

第七章 2013-2014年中国瓜菜种子行业市场运行动态分析 159

- 第一节 2013-2014年中国蔬菜种子市场阐述 159
 - 一、中国蔬菜产业面积产量均占世界四成多 159
 - 二、小石庄村蔬菜制种产业初具规模 160
 - 三、打造中国蔬菜产业人才“黄埔军校” 161
- 第二节 2013-2014年中国蔬菜种子重点市场运行分析 164
 - 一、蔬菜种子之乡——新民 164
 - 二、北京蔬菜种子市场分析 164
 - 三、兰州蔬菜种子市场分析 168
 - 四、吉安蔬菜种子市场分析 172
 - 五、湖南蔬菜种子市场分析 173
- 第三节 2014-2019年中国蔬菜种子行业发展前景分析 179
 - 一、中国蔬菜种子市场潜力巨大 179
 - 二、蔬菜种子成花卉市场新宠 180

第八章 2013-2014年中国花卉种子行业市场发展分析	181
第一节 2013-2014年中国花卉种子行业市场供需情况分析	181
一、花卉种子行业市场供给情况分析	181
二、花卉种子重点区域市场需求分析	181
三、花卉种子市场价格分析	183
第二节 2013-2014年中国花卉种子行业发展的问题及对策	248
一、运营机制的相对落后	248
二、资源共享的不和谐	248
三、公众信誉度亟待完善	248
四、对花卉种子产业的科技发展重视不够	249
五、缺乏新品种的研发体系	249
六、具有自主知识产权的花卉品种不多	249
第三节 2013-2014年中国花卉行业市场发展对策	250
一、加大对花卉种业科研的投入力度	250
二、充分利用世界花卉种业的科研成果	250
三、完善我国花卉种业的区域规划	250
四、抓紧实施人才和技术标准战略	250
第四节 2014-2019年中国花卉种子供需前景展望	251

第九章 2013-2014年中国药用植物种子行业市场运行格局透析 252

第一节 2013-2014年中国药用植物种子市场运行分析 252

- 一、中国药用植物种子研究进展 252
- 二、药用植物种子行业市场供给情况分析 255
- 三、药用植物种子重点区域市场需求分析 255

第二节 2013-2014年中国药用植物种子热点问题探讨 257

- 一、种质资源评价体系不健全 257
- 二、种质资源考察等研究匮乏 257
- 三、种质资源流失严重 258

第三节 2013-2014年药用植物种子行业发展对策分析 259

- 一、建立药用植物种质基因库和常用中药材栽培品种种质基因库 259
- 二、制定中药材种子、种苗标准和建立检测中心 259
- 三、加强中药材种质资源研究和优良品种选育 260

- 四、培育适应现代种子市场中药材种子市场主体完善流通体制 260
- 五、加强药材种子种苗的科普宣传，提高服务质量，扩大服务领域 261

第十章 2013-2014年中国种子行业营销解析 263

第一节 2013-2014年中国种子市场营销现状分析 263

- 一、种子营销渠道的选择 263
- 二、蔬菜种子营销中质量纠纷的防范 266

第二节 2013-2014年农户对种子消费调研 270

- 一、农户获知种子信息主渠道 270
- 二、农户购买种子的有关影响因素 273
- 三、农户对新种态度及行为分析 274

第三节 2013-2014年中国种子营销途径分析 275

- 一、种子行业广告要求分析 275
- 二、农作物种子服务营销 277
 - 1、服务营销优势分析 277
 - 2、种子营销服务策略 279

第四节 2013-2014年中国种子营销案例解析 287

- 一、正邦种业的文化与营销 287
- 二、科技型蔬菜种业公司营销策略 290

第五节 2013-2014年中国种子市场营销策略解析 293

第十一章 2013-2014年中国种子行业竞争格局分析 298

第一节 2013-2014年中国种业竞争总况 298

- 一、中国种业市场竞争力分析 298
- 二、中国种业竞争力的薄弱点 299
- 三、影响我国种业竞争力的关键性因素 302
- 四、种业公司面临的三重竞争 303

第二节 2013-2014年中国种业集中度分析 304

- 一、市场集中度分析 304
- 二、区域集中度分析 306

第三节 2013-2014年中国种业竞争策略分析 306

- 一、改善提高中国种业竞争力的发展环境 306

二、打造“核动力航母”应对国际种业竞争 310

第四节 2014-2019年中国种业竞争趋势分析 311

第十二章 2013-2014年世界种子领先企业营运状况浅析 313

第一节 杜邦 313

一、公司概况 313

二、企业市场竞争力分析 313

三、在华市场运营情况分析 313

四、国际化发展战略分析 314

第二节 美国孟山都 314

一、公司概况 314

二、企业市场竞争力分析 314

三、在华市场运营情况分析 315

四、国际化发展战略分析 315

第三节 法国利玛格兰公司 316

一、公司概况 316

二、企业市场竞争力分析 316

三、在华市场运营情况分析 316

四、国际化发展战略分析 317

第四节 荷兰BEJO种子有限公司 317

一、公司概况 317

二、企业市场竞争力分析 317

三、在华市场运营情况分析 318

四、国际化发展战略分析 318

第十三章 2013-2014年中国种业领军企业运营关键性财务数据分析 319

第一节 袁隆平农业高科技股份有限公司（000998） 319

一、企业概况 319

二、企业主要经济指标分析 320

三、企业盈利能力分析 322

四、企业偿债能力分析 323

五、企业运营能力分析 323

六、企业成长能力分析 324

第二节 北京顺鑫农业股份有限公司（000860） 324

一、企业概况 324

二、企业主要经济指标分析 325

三、企业盈利能力分析 328

四、企业偿债能力分析 328

五、企业运营能力分析 329

六、企业成长能力分析 329

第三节 山东登海种业股份有限公司（002041） 330

一、企业概况 330

二、企业主要经济指标分析 332

三、企业盈利能力分析 334

四、企业偿债能力分析 335

五、企业运营能力分析 335

六、企业成长能力分析 336

第四节 合肥丰乐种业股份有限公司（000713） 336

一、企业概况 336

二、企业主要经济指标分析 337

三、企业盈利能力分析 339

四、企业偿债能力分析 340

五、企业运营能力分析 340

六、企业成长能力分析 341

第五节 甘肃省敦煌种业股份有限公司（600354） 342

一、企业概况 342

二、企业主要经济指标分析 343

三、企业盈利能力分析 345

四、企业偿债能力分析 346

五、企业运营能力分析 347

六、企业成长能力分析 347

第六节 万向德农股份有限公司（600371） 348

一、企业概况 348

二、企业主要经济指标分析 349

- 三、企业盈利能力分析 351
- 四、企业偿债能力分析 352
- 五、企业运营能力分析 352
- 六、企业成长能力分析 353

第十四章 2014-2019年中国种子行业发展趋势与前景展望分析 354

第一节 2014-2019年中国种子行业发展前景分析 354

- 一、中国蔬菜种子市场潜力巨大 354
- 二、蔬菜种子成花卉市场新宠 355

第二节 2014-2019年中国种子行业发展趋势分析 356

- 一、市场需求多样化趋势 356
- 二、经营主体多元趋势 357
- 三、产业化发展趋势 357
- 四、产业空间发展趋势 357
- 五、种子管理法制化趋势 359

第三节 2014-2019年中国种子行业市场预测分析 361

- 一、种子市场供需预测分析 361
- 二、进出口贸易预测分析 362

第四节 2014-2019年中国种子市场盈利预测分析 362

第十五章 2014-2019年中国种子企业经营战略建议 364

第一节 2014-2019年中国种子企业标杆管理 364

- 一、国内企业经验借鉴 364
- 二、国外企业经验借鉴 365

第二节 2014-2019年中国种子企业资本运作模式 368

- 一、种子企业国内资本市场运作建议 368
 - 1、种子企业兼并及收购建议 368
 - 2、种子企业融资方式选择建议 368
- 二、种子企业上市政策 369

第三节 2014-2019年中国种子企业营销模式建议 372

- 一、种子企业国内营销模式建议 372
 - 1、种子企业的渠道建设 372

2、种子企业的品牌建设 374

二、种子企业海外营销模式建议 377

第十六章 2014-2019年中国种子产业投资战略研究 379

第一节 2013-2014年中国种业投资概况 379

一、中国种业行业投资特性 379

二、中国种业具有良好的投资价值 379

三、中国种业投资环境利好 382

四、利用海外资本发展中国种业前景广阔 385

第二节 2014-2019年中国种子行业投资机会分析 386

一、种子行业投资潜力分析 386

二、与产业链相关的投资机会分析 387

第三节 2014-2019年中国种子行业投资风险预警 389

一、宏观调控政策风险 389

二、市场竞争风险 389

三、市场运营机制风险 389

四、技术风险 390

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、博思数据网、国内外相关刊物的基础信息以及种子专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界后金融危机整体发展局势，对我国种子行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对种子行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/nongye1404/S027163T26.html>