

2012-2016年中国小麦产业 市场监测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

《2012-2016年中国小麦产业市场监测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/nongye1210/C44775DLZR.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】2012-10-18

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国小麦产业市场监测及投资前景研究报告》共十三章。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、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研究分析。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。

通过《2012-2016年中国小麦产业市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

小麦是世界最重要谷物资源之一，产量仅次于稻谷居第2位，既是人类主要的食物资源，又是重要的工业原料。近年来，随着全球能源状况紧缺的加重，生物能源越来越受到重视，从而连带引起生物能源的原料——谷物资源的需求量增大，进而造成紧缺，小麦作为最主要的谷物资源之一，其需求量也越来越大。

世界种植小麦的国家很多，但产量主要集中在中国、印度、美国、俄罗斯、加拿大、澳大利亚和阿根廷等国家，这7个国家小麦产量占世界总产量的一半。

小麦在中国谷物生产中占有极其重要的地位。小麦是中国的主要粮食作物之一，其种植面积与产量均占谷物产量的1/4以上，全国商品小麦的常年收购、销售和库存量均占粮食总量的1/3左右，是关系粮食安全的农作物品种。小麦特有的化学组成、独特的加工性能和丰富的营养成分，拥有其它任何粮食原料都无法具备的良好粘弹性、胀发性和延伸性，可以被人们加工成各种形态的食品。因而小麦在中国食品工业发展中有着其它粮食产品不可替代的作用。

2011年国内小麦市场，在政策与市场的博弈对决中，行情走势前高后低，但整体价格依然稳中有涨。2011年中国小麦总产量11792万吨，增幅2.4%。2011年中国小麦进口数量达125.8万吨，同比增长2.2%；出口数量达32.8万吨，同比增长18.4%。

自1996年以来，中国粮食流通波动由供给制约为主转为由市场需求制约为主，粮食市场化

是一个发展趋势。近几年来，中国小麦区域间网上交易、批发市场的进出口小麦和陈化小麦的拍卖（包括网上竞价交易）、小麦集贸市场的常年开放等都是21世纪小麦市场的发展方向。

目录

第一部分 行业发展环境 1

第一章 小麦行业“十二五”规划概述 1

第一节 “十一五”小麦行业发展回顾 1

一、 “十一五”小麦行业运行情况 1

二、 “十一五”小麦行业发展特点 4

三、 “十一五”小麦行业发展成就 4

第二节 小麦行业“十二五”总体规划 6

一、 小麦行业“十二五”规划纲要 6

二、 小麦行业“十二五”规划指导思想 7

三、 小麦行业“十二五”规划主要目标 7

第三节 “十二五”规划解读 8

一、 “十二五”规划的总体战略布局 8

二、 “十二五”规划对经济发展的影响 9

三、 “十二五”规划的主要精神解读 11

第二章 “十二五”期间经济环境分析 13

第一节 “十二五”期间世界经济发展趋势 13

一、 “十二五”期间世界经济将逐步恢复增长 13

二、 “十二五”期间经济全球化曲折发展 13

三、 “十二五”期间新能源与节能环保将引领全球产业 14

四、 “十二五”期间跨国投资再趋活跃 14

五、 “十二五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济 15

六、 “十二五”期间美元地位继续削弱 16

七、 “十二五”期间世界主要新兴经济体大幅提升 16

第二节 “十二五”期间我国经济面临的形势 17

一、 “十二五”期间我国经济将长期趋好 17

二、 “十二五”期间我国经济将围绕三个转变 17

- 三、 “十二五”期间我国工业产业将全面升级 18
- 四、 “十二五”期间我国以绿色发展战略为基调 18
- 第三节 “十二五”期间我国对外经济贸易预测 19
 - 一、 “十二五”期间我国劳动力结构预测 19
 - 二、 “十二五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测 19
 - 三、 “十二五”期间我国自主创新结构预测 20
 - 四、 “十二五”期间我国产业体系预测 21
 - 五、 “十二五”期间我国产业竞争力预测 21
 - 六、 “十二五”期间我国经济国家化预测 22
 - 七、 “十二五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测 23
 - 八、 “十二五”期间人民币区域化和国际化预测 24
 - 九、 “十二五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测 25
 - 十、 “十二五”期间我国中小企业面临的外需环境预测 26

第二部分 行业运行分析 28

第三章 “十一五”小麦行业总体发展状况 28

第一节 “十一五”小麦行业规模情况分析 28

一、 行业单位规模情况分析 28

二、 行业人员规模状况分析 28

三、 行业资产规模状况分析 29

四、 行业市场规模状况分析 29

第二节 “十一五”小麦行业财务能力分析 30

一、 行业盈利能力分析与预测 30

二、 行业偿债能力分析与预测 30

三、 行业营运能力分析与预测 31

四、 行业发展能力分析与预测 31

第四章 中国小麦市场规模分析 33

第一节 “十一五”中国小麦市场规模分析 33

第二节 2011年我国小麦区域结构分析 33

第三节 “十一五”中国小麦区域市场规模分析 37

一、 2007-2011年东北地区市场规模分析 37

- 二、2007-2011年华北地区市场规模分析 38
- 三、2007-2011年华东地区市场规模分析 38
- 四、2007-2011年华中地区市场规模分析 39
- 五、2007-2011年华南地区市场规模分析 39
- 六、2007-2011年西部地区市场规模分析 40
- 第四节 “十二五”中国小麦市场规模预测 40

第五章 “十一五”小麦行业发展现状分析 41

第一节 小麦行业特性分析 41

第二节 小麦产业特征与行业重要性 41

第三节 “十一五”小麦行业发展分析 42

一、“十一五”小麦行业发展态势分析 42

二、“十一五”小麦行业发展特点分析 42

三、“十一五”小麦行业市场供需分析 43

第四节 “十二五”区域产业发展分析 43

一、“十一五”区域发展态势与存在问题 43

二、“十二五”我国区域政策的基本走向 44

三、“十二五”区域产业布局与产业转移 46

第三部分 行业竞争策略 47

第六章 小麦行业竞争力优势分析 47

一、行业地位分析 47

二、行业整体竞争力评价 47

三、行业竞争力评价结果分析 50

四、竞争优势评价及构建建议 51

第七章 小麦行业市场竞争策略分析 53

第一节 行业竞争结构分析 53

一、现有企业间竞争 53

二、潜在进入者分析 53

三、替代品威胁分析 53

四、供应商议价能力 54

五、客户议价能力 54

第二节 行业国际竞争力比较 54

一、生产要素 54

二、需求条件 56

三、相关和支持性产业 57

四、企业战略、结构与竞争状态 60

第二节 小麦企业竞争策略分析 60

一、提高小麦企业核心竞争力的对策 60

二、影响小麦企业核心竞争力的因素及提升途径 60

三、提高小麦企业竞争力的策略 69

第八章 小麦行业重点企业竞争分析 71

第一节 山东登海种业股份有限公司 71

一、企业概况 71

二、企业优劣势分析 72

三、“十一五”经营状况分析 72

四、“十一五”主要经营数据指标 74

五、“十二五”期间发展战略规划 77

第二节 甘肃省敦煌种业股份有限公司 77

一、企业概况 77

二、企业优劣势分析 78

三、“十一五”经营状况分析 78

四、“十一五”主要经营数据指标 80

五、“十二五”期间发展战略规划 83

第三节 黑龙江北大荒农业股份有限公司 84

一、企业概况 84

二、企业优劣势分析 85

三、“十一五”经营状况分析 85

四、“十一五”主要经营数据指标 87

五、“十二五”期间发展战略规划 90

第四节 袁隆平农业高科技股份有限公司 91

一、企业概况 91

- 二、企业优劣势分析 91
- 三、“十一五”经营状况分析 92
- 四、“十一五”主要经营数据指标 93
- 五、“十二五”期间发展战略规划 97
- 第五节 合肥丰乐种业股份有限公司 97
 - 一、企业概况 97
 - 二、企业优劣势分析 98
 - 三、“十一五”经营状况分析 98
 - 四、“十一五”主要经营数据指标 99
 - 五、“十二五”期间发展战略规划 103
- 第六节 云南绿大地生物科技股份有限公司 103
 - 一、企业概况 103
 - 二、企业优劣势分析 104
 - 三、“十一五”经营状况分析 104
 - 四、“十一五”主要经营数据指标 106
 - 五、“十二五”期间发展战略规划 109
- 第七节 中垦农业资源开发股份有限公司 109
 - 一、企业概况 109
 - 二、企业优劣势分析 109
 - 三、“十一五”经营状况分析 110
 - 四、“十一五”主要经营数据指标 111
 - 五、“十二五”期间发展战略规划 114
- 第八节 北京顺鑫农业股份有限公司 115
 - 一、企业概况 115
 - 二、企业优劣势分析 115
 - 三、“十一五”经营状况分析 115
 - 四、“十一五”主要经营数据指标 117
 - 五、“十二五”期间发展战略规划 121
- 第九节 北京大北农科技集团股份有限公司 122
 - 一、企业概况 122
 - 二、企业优劣势分析 122
 - 三、“十一五”经营状况分析 122

四、“十一五”主要经营数据指标 124

五、“十二五”期间发展战略规划 128

第十节 安徽荃银高科种业股份有限公司 128

一、企业概况 128

二、企业优劣势分析 128

三、“十一五”经营状况分析 129

四、“十一五”主要经营数据指标 130

五、“十二五”期间发展战略规划 133

第四部分 投资前景预测 134

第九章 小麦行业“十二五”投资与发展前景 134

第一节 小麦行业“十二五”投资机会分析 134

一、小麦投资项目分析 134

二、可以投资的小麦模式 134

三、“十二五”小麦投资机会 134

第二节 “十二五”期间小麦行业发展预测分析 135

一、“十二五”小麦发展分析 135

二、“十二五”小麦行业技术开发方向 135

三、总体行业“十二五”整体规划及预测 136

第三节 未来市场发展趋势 136

一、产业集中度趋势分析 136

二、“十二五”行业发展趋势 137

第十章 小麦行业“十二五”热点问题探讨 138

第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构 138

第二节 发展绿色经济和小麦经济，增强可持续发展能力 138

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展 139

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究 139

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构 139

第六节 “十二五”时期小麦行业自身热点问题研究 140

一、行业技术发展热点问题 140

二、产业增长方式转型问题 140

- 三、行业产业链延伸问题 140
- 四、行业节能减排问题 144
- 五、行业产业转移及承接问题 145

第十一章 “十二五”期间小麦行业发展趋势及投资风险分析 146

- 第一节 “十一五”小麦存在的问题 146
- 第二节 “十二五”发展预测分析 146
 - 一、“十二五”期间小麦发展方向分析 146
 - 二、“十二五”期间小麦行业发展规模预测 148
 - 三、“十二五”期间小麦行业发展趋势预测 148
- 第三节 “十二五”期间小麦行业投资风险分析 149
 - 一、竞争风险分析 149
 - 二、市场风险分析 149
 - 三、管理风险分析 149
 - 四、投资风险分析 149

第十二章 中国小麦行业投资策略分析 150

- 第一节 “十二五”中国小麦行业投资环境分析 150
- 第二节 “十二五”中国小麦行业投资收益分析 150
- 第三节 “十二五”中国小麦行业产品投资方向 150
- 第四节 “十二五”中国小麦行业投资收益预测 150
 - 一、预测理论依据 150
 - 二、“十二五”中国小麦行业总产值预测 151
 - 三、“十二五”中国小麦行业销售收入预测 152
 - 四、“十二五”中国小麦行业利润总额预测 152
 - 五、“十二五”中国小麦行业总资产预测 153

第十三章 博思数据观点与结论 154

- 第一节 小麦行业营销策略分析及建议 154
 - 一、小麦行业营销模式 154
 - 二、小麦行业营销策略 154
- 第二节 行业应对策略 155

- 一、把握国家投资的契机 155
- 二、竞争性战略联盟的实施 155
- 三、企业自身应对策略 155
- 第三节 市场的重点客户战略实施 156
- 一、实施重点客户战略的必要性 156
- 二、合理确立重点客户 158
- 三、重点客户战略管理 158
- 四、重点客户管理功能 159

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/nongye1210/C44775DLZR.html>