

中国农产品批发行业发展现状分析与投资前景研究报告（2023-2030年）

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《中国农产品批发行业发展现状分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202306/636727.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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、行业相关定义

农产品批发市场是以粮油、畜禽肉、禽蛋、水产、蔬菜、水果、茶叶、香辛料、花卉、棉花、天然橡胶等农产品及其加工品为交易对象，为买卖双方提供长期、固定、公开的批发交易设施设备，并具备商品集散、信息公示、结算、价格形成等服务功能的交易场所。

二、行业发展历程回顾

作为改革开放和农业经营管理体制改革的重要成果，我国农产品批发市场从农贸市场与集贸市场起步，经历了20世纪70年代末至1984年的自发形成阶段、1985年至20世纪80年代末的快速发展阶段、20世纪90年代初至90年代中期的超高速增长阶段、20世纪90年代中后期的整改规范发展阶段和进入21世纪以来的由数量扩张转为以质量提升为主的阶段，经历了数量上从无到有、规模上从小到大、市场功能上逐步提升的持续快速发展历程。

（一）1978-1984年：萌芽发展

1978年以前，国家主要实行统购统销的政策，以国营商业公司为零售市场主体。党的十一届三中全会后，我国开放了农产品贸易，“菜篮子”产品的产销体制改革率先取得突破。1979年，沈阳建立了“北行农批市场”，占地5400平方米，成为全国第一个由政府批准设立的农批市场。1980年，国家工商局在沈阳市召开大中城市开放农批市场经验交流会，将沈阳的成功经验推向全国。此后，各地开始建立农批市场。此阶段的农批市场主要以露天市场为主。此阶段由于农产品供应紧缺，国营商业公司依然为农产品市场主体。1984年山东寿光蔬菜批发市场建立，我国农产品批发市场行业开始正式迈入发展阶段。

（二）1985-1991年：蓬勃发展

农产品统购统销制度结束，农批市场逐渐取代国营商业公司。1985年，统购统销的计划经济式农产品流通体制被取消，市场经济赋予了农批市场更大的发展空间，各个城市迅速发展农批市场。国营商业公司数量开始下降，农批市场数量不断增加，农批市场受到越来越多消费者的青睐。此阶段虽然农产品供需仍然偏紧，但消费水平进一步提升，露天市场已不能满足消费需求及经营者日常经营所需，农批市场开始“退路进厅”。

（三）1992-1999年：成主渠道

农产品购销走出“双轨制”，进入全面市场化，原国营商业公司开始改制。农批市场凭借经营灵活、品种丰富、价格低廉等优势正式取代了国营商业公司，成为农产品销售的主渠道。1992年，中国共产党第十四次全国代表大会提出建立社会主义市场经济体制的目标任务，将市场调节机制作为经济发展的重要推手。1994年，“菜篮子”工程实现了从以生产基地建设为主，转向生产基地建设与市场体系建设并举的新阶段。该阶段民营经济的市场合法性逐步确立，个体经济、私营经济的发展信心得到进一步增强。市场化的农产品交易使农产品供给得到极大增加，农产品短缺局面得到有效缓解农产品供需形势从之前的长期短缺转变为供求基本平衡。消费者购买农产品的频次增加，对农产品的多品种、购买的便利性等需求提升。

（四）2000-2014年：规范提质

消费需求开始由重视数量向数量与质量并重方向发展。20世纪初，生鲜超市凭借干净、整洁的环境和良好的秩序受到消费者的青睐，农批市场份额开始被超市分流。为了改善农批市场“脏乱差”的环境以及管理上的粗放，政府开始推动“农改超”。2000年以福州模式为典型代表的“农改超”模式开始在全国范围推广。2004年商务部等7部门发布《深化流通体制改革试点方案》（商改发〔2004〕654号），鼓励有条件的城市农批市场改为超市。2006年商务部启动“双百市场工程”，重点推动农产品市场标准化、规范化发展。发布了国家标准《农贸市场管理技术规范》（GB/T21720-2008），规范了农批市场的经营环境要求、经营设施设备要求和经营管理要求。各地也纷纷进行农批市场标准化建设，如2005年北京市发布《社区菜市场（农贸市场）设置与管理规范》（DB11/T309-2005）。

（五）2015-至今：智慧化转型

新零售业态快速发展，形成了零售市场多元化的格局，农批市场份额随之下降，但仍是我国生鲜农产品零售的主渠道。2015年国务院办公厅印发《关于加快推进重要产品追溯体系建设的意见》（国办发〔2015〕95号），开始全面推进农产品质量安全追溯，推动了农批市场的智慧化转型。2016年国务院办公厅印发《关于推动实体零售创新转型的意见》（国办发〔2016〕78号），明确了推动我国实体零售创新转型的指导思想和基本原则。多元化格局下农产品销售市场的竞争加强，进一步推动了农批市场的信息化建设及智慧化转型。另外，各地蓬勃发展的智慧城市建设，带动了农批市场智慧化转型。2020年，新冠肺炎疫情的发生，加速了农批市场智慧化转型的步伐。

三、行业市场规模

随着社会的快速发展,人民生活水平日益提高,对于农产品的需求也逐渐增加，国内农产品批发行业市场规模保持整体增长的趋势。2022年我国农批市场规模为19850.39亿元，同比增长4.30%，具体如下：

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

四、行业产业链

农产品批发行业上游是分散式农户个体、农场、农产品生产基地为主体的农产品生产方。农产品批发行业下游为销售环节，通过大型商超、经销商等渠道使得农产品到达消费者手中。近年来，农产品批发行业下游销售环节零售商呈现以线下为基础，线上为趋势的发展势头。

资料来源：观研天下数据中心整理

1、上游

（一）农作物种植

2022年全年粮食实现增产丰收。全国粮食总产量达13731亿斤，比上年增加74亿斤，增长0.5%，粮食产量连续8年稳定在1.3万亿斤以上。

统计数据显示，2022年全国粮食播种面积17.75亿亩，比上年增加1051.9万亩，增长0.6%；全国粮食作物单产386.8公斤/亩，每亩产量比上年减少0.2公斤，下降0.1%。

2022年，全国夏粮和早稻产量分别为2948.1亿斤和562.5亿斤，比上年增加28.9亿斤和2.1亿斤。

2022年我国南方地区持续高温干旱，对秋粮生产带来不利影响。中央财政紧急安排农业生产和水利救灾资金，各地全力抗旱救灾，强化田间管理，特别是近年来建成的高标准农田，对农业防灾减灾发挥了重要作用。全国秋粮产量10220亿斤，比上年增加42.5亿斤。

多数省份粮食增产。2022年，全国31个省区市中，有23个粮食增产。其中，河南上年洪涝灾害造成减产，今年恢复性增产49亿斤；新疆、内蒙古、山东、山西、吉林粮食增产均超过8亿斤。

过去以人力和畜力为代表的传统农业，无论是生产方式还是销售渠道，都比较狭隘。在该阶段，农业经济只限于“小农经济”模式，农民除自给自足以外，难以获得更多的经济收入，脱贫与致富也难得到保障。

现在主要以机械化为主要的小型规模化农业，除生产方式得到很大改进以外，销售渠道也不断拓宽。近年来随着互联网及电子商务的发展，“电子商务+农产品”的模式逐渐流行，通过新电子商务，实现了“小农经济”的迅速集中。

目前，农业种植行业受相关政策持续推进利好，今年中央一号文件中提出，大力推进种源等农业关键核心技术攻关。全面实施种业振兴行动方案。加快推进农业种质资源普查收集，强化精准鉴定评价。

（二）畜禽养殖

根据国家统计局公布2022年上半年畜牧业情况，2022年上半年，全国猪牛羊禽肉产量4519万吨，比上年同期增加228万吨，同比增长5.3%，近4年产量最高。

资料来源：观研天下数据中心整理

随着中国经济的持续高速发展，人们生活水平不断提高，居民食物消费结构逐步发生变化。人们对小麦、大米等口粮的需求量越来越小，而对肉、蛋、奶等动物产品需求量则越来越大。

在国家政策支持和畜禽养殖业发展内在规律的共同驱动下，我国畜禽养殖业规模化的程度正不断提升。但与欧美甚至日韩相比，我国畜禽养殖业的规模化程度、土地的集约利用程度仍有较大提升空间，大型养殖场未来仍将保持继续增长的趋势。因此，成套高端养殖机械设备存在十分可观的市场需求，畜禽养殖业机械制造业的市场前景非常广阔。

未来随着我国居民生活水平的进一步提高，消费能力将继续增强，畜禽产品消费作为居民饮食结构升级的重要参考，其市场需求有望实现平稳增长。同时，基于我国畜禽产品人均消费水平与发达国家存在的较大差距，畜禽产品市场未来具备的成长空间亦十分可观。

（三）渔业生产

2022年以来，全国渔业经济克服新冠肺炎疫情、高温干旱灾害等不利因素，总体保持平稳发展，为稳住农业农村基本盘、确保“菜篮子”产品安全供给作出贡献。

2022年水产品产量稳步增长，生产投入积极，水产品价格稳定。

2022年全年水产品产量6869万吨，比上年增长2.7%。其中，养殖水产品产量5568万吨，增长3.2%；捕捞水产品产量1301万吨，增长0.4%。

目前市场上许多深海水产品市场需求持续增加，且大部分无法由人工培养、养殖，仍需人工出海捕捞。同时，据我国政府2022年颁布的《关于促进“十四五”远洋渔业高质量发展的意见》等政策来看，我国将持续推动远洋渔业的绿色、健康、可持续发展，全力构建海洋命运共同体。综合来看，未来我国水产捕捞行业发展中心将持续向远洋捕捞业偏移。随着我国船舶制造业技术水平进一步成熟，我国水产捕捞业机动渔船配备率将持续提升，渔船生产马力持续提高，在政策领导下，我国将持续提升捕捞装备机械化、信息化、智能化水平。

2、下游

目前国内农产品销售渠道呈现以线下为基础，线上为趋势的发展势头。网购逐渐成为了80/90/00后购物首选渠道，加上手机移动端App的使用普及，加速网上购物习惯的养成。随着年轻一代逐渐成为家庭生活的主力，对日常生活所需的农产品（果蔬、禽蛋、猪牛羊肉、水产品、干果等）的采购也逐渐向线上迁移。农产品的线上电商采购与线下商超采购相比，具有方便高效，农产品标准化程度高等特点，城市新中产、年轻白领、新晋妈妈的接受度较高。此外，物流系统在大数据、云计算等技术的加持下，运力及物流效率大幅提升，保障了批发农产品更好的适应向线上销售的迁移。（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国农产品批发行业发展现状分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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家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、PEST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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国农产品批发行业发展概述

第一节 农产品批发行业发展情况概述

一、农产品批发行业相关定义

二、农产品批发特点分析

三、农产品批发行业基本情况介绍

四、农产品批发行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、农产品批发行业需求主体分析

第二节 中国农产品批发行业生命周期分析

一、农产品批发行业生命周期理论概述

二、农产品批发行业所属的生命周期分析

第三节 农产品批发行业经济指标分析

一、农产品批发行业的赢利性分析

二、农产品批发行业的经济周期分析

三、农产品批发行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球农产品批发行业市场发展现状分析

第一节 全球农产品批发行业发展历程回顾

第二节 全球农产品批发行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲农产品批发行业地区市场分析

一、亚洲农产品批发行业市场现状分析

二、亚洲农产品批发行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲农产品批发行业市场前景分析

第四节北美农产品批发行业地区市场分析

- 一、北美农产品批发行业市场现状分析
- 二、北美农产品批发行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美农产品批发行业市场前景分析

第五节欧洲农产品批发行业地区市场分析

- 一、欧洲农产品批发行业市场现状分析
- 二、欧洲农产品批发行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲农产品批发行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界农产品批发行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球农产品批发行业市场规模预测

第三章 中国农产品批发行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对农产品批发行业的影响分析

第三节中国农产品批发行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对农产品批发行业的影响分析

第五节中国农产品批发行业产业社会环境分析

第四章 中国农产品批发行业运行情况

第一节中国农产品批发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

第二节中国农产品批发行业市场规模分析

- 一、影响中国农产品批发行业市场规模的因素
- 二、中国农产品批发行业市场规模
- 三、中国农产品批发行业市场规模解析

第三节中国农产品批发行业供应情况分析

- 一、中国农产品批发行业供应规模
- 二、中国农产品批发行业供应特点

第四节中国农产品批发行业需求情况分析

- 一、中国农产品批发行业需求规模

二、中国农产品批发行业需求特点

第五节中国农产品批发行业供需平衡分析

第五章 中国农产品批发行业产业链和细分市场分析

第一节中国农产品批发行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、农产品批发行业产业链图解

第二节中国农产品批发行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对农产品批发行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对农产品批发行业的影响分析

第三节我国农产品批发行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国农产品批发行业市场竞争分析

第一节中国农产品批发行业竞争现状分析

一、中国农产品批发行业竞争格局分析

二、中国农产品批发行业主要品牌分析

第二节中国农产品批发行业集中度分析

一、中国农产品批发行业市场集中度影响因素分析

二、中国农产品批发行业市场集中度分析

第三节中国农产品批发行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国农产品批发行业模型分析

第一节中国农产品批发行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国农产品批发行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国农产品批发行业SWOT分析结论

第三节中国农产品批发行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国农产品批发行业需求特点与动态分析

第一节中国农产品批发行业市场动态情况

第二节中国农产品批发行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节农产品批发行业成本结构分析

第四节农产品批发行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国农产品批发行业价格现状分析

第六节中国农产品批发行业平均价格走势预测

一、中国农产品批发行业平均价格趋势分析

二、中国农产品批发行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国农产品批发行业所属行业运行数据监测

第一节 中国农产品批发行业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 中国农产品批发行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国农产品批发行业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

第十章 2019-2023年中国农产品批发行业区域市场现状分析

第一节 中国农产品批发行业区域市场规模分析

一、影响农产品批发行业区域市场分布的因素

二、中国农产品批发行业区域市场分布

第二节 中国华东地区农产品批发行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区农产品批发行业市场分析

(1) 华东地区农产品批发行业市场规模

(2) 华南地区农产品批发行业市场现状

(3) 华东地区农产品批发行业市场规模预测

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、华中地区农产品批发行业市场分析

(1) 华中地区农产品批发行业市场规模

(2) 华中地区农产品批发行业市场现状

(3) 华中地区农产品批发行业市场规模预测

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、华南地区农产品批发行业市场分析

(1) 华南地区农产品批发行业市场规模

(2) 华南地区农产品批发行业市场现状

(3) 华南地区农产品批发行业市场规模预测

第五节 华北地区农产品批发行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区农产品批发行业市场分析

(1) 华北地区农产品批发行业市场规模

(2) 华北地区农产品批发行业市场现状

(3) 华北地区农产品批发行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区农产品批发行业市场分析

(1) 东北地区农产品批发行业市场规模

(2) 东北地区农产品批发行业市场现状

(3) 东北地区农产品批发行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区农产品批发行业市场分析

(1) 西南地区农产品批发行业市场规模

(2) 西南地区农产品批发行业市场现状

(3) 西南地区农产品批发行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区农产品批发行业市场分析

(1) 西北地区农产品批发行业市场规模

(2) 西北地区农产品批发行业市场现状

(3) 西北地区农产品批发行业市场规模预测

第十一章 农产品批发行业企业分析（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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国农产品批发行业发展前景分析与预测

第一节 中国农产品批发行业未来发展前景分析

一、农产品批发行业国内投资环境分析

二、中国农产品批发行业市场机会分析

三、中国农产品批发行业投资增速预测

第二节 中国农产品批发行业未来发展趋势预测

第三节 中国农产品批发行业规模发展预测

一、中国农产品批发行业市场规模预测

二、中国农产品批发行业市场规模增速预测

三、中国农产品批发行业产值规模预测

四、中国农产品批发行业产值增速预测

五、中国农产品批发行业供需情况预测

第四节中国农产品批发行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国农产品批发行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国农产品批发行业进入壁垒分析

一、农产品批发行业资金壁垒分析

二、农产品批发行业技术壁垒分析

三、农产品批发行业人才壁垒分析

四、农产品批发行业品牌壁垒分析

五、农产品批发行业其他壁垒分析

第二节农产品批发行业风险分析

一、农产品批发行业宏观环境风险

二、农产品批发行业技术风险

三、农产品批发行业竞争风险

四、农产品批发行业其他风险

第三节中国农产品批发行业存在的问题

第四节中国农产品批发行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国农产品批发行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国农产品批发行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国农产品批发行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节农产品批发行业营销策略分析

一、农产品批发行业产品策略

二、农产品批发行业定价策略

三、农产品批发行业渠道策略

四、农产品批发行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202306/636727.html>