

# 2014-2019年中国供销合作 社行业分析与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国供销合作社行业分析与投资战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201404/22-152003.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

供销合作社是为农服务的合作经济组织，是推动农村经济发展和社会进步的重要力量。加快供销合作社改革发展，对于活跃农村流通，完善商品流通体系，建设现代农业，拉动农村需求，推进社会主义新农村建设，促进形成城乡经济社会发展一体化新格局，具有重大意义。

近年来，全国供销合作社系统认真贯彻党中央、国务院决策部署，始终坚持为农服务宗旨，不断深化体制改革、创新经营机制、拓展服务领域，全面推进基层社、社有企业、联合社、经营网络改造，成功实现扭亏为盈，发展活力明显增强，经济实力明显提升，服务能力明显提高，为促进农业发展、农民增收、农村繁荣做出了重要贡献。经过多年改革发展，供销合作社正在从传统经营方式向现代流通业态转变，从单纯购销业务向综合经营服务转变，从单一供销合作向多领域全面合作转变，成为经营性服务功能充分发挥、公益性服务作用不断体现的新型农村合作经济组织。

当前，我国改革发展进入关键阶段，农村正在发生深刻变革。发展现代农业，要求供销合作社发挥组织体系完整的优势，积极参与构建新型农业社会化服务体系，推进农业产业化经营，提高农民组织化程度；建设社会主义新农村，要求供销合作社发挥扎根基层的优势，广泛凝聚各类社会资源，大力开展农村社区综合服务，不断提高农民的生活质量；扩大国内需求，要求供销合作社发挥流通网络覆盖城乡的优势，加快推进新农村现代流通服务网络建设，改善农村消费环境，开拓农村市场，促进城乡经济社会统筹发展。

新形势下推进供销合作社改革发展，要全面贯彻党的十七大和十七届三中、四中全会精神，以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，坚持为农服务宗旨，坚持社会主义市场经济改革方向，坚持合作制基本原则，大力推进经营创新、组织创新、服务创新，加快构建运转高效、功能完备、城乡并举、工贸并重的农村现代经营服务新体系，努力成为农业社会化服务的骨干力量、农村现代流通的主导力量、农民专业合作的带动力量，真正办成农民的合作经济组织，不断开创中国特色供销合作事业新局面。

中国产业研究报告网发布的《2014-2019年中国供销合作社行业分析与投资战略咨询报告》共八章。首先介绍了供销合作社相关概述、中国供销合作社市场运行环境等，接着分析了中国供销合作社市场发展的现状，然后介绍了中国供销合作社重点区域市场运行形势。随后，报告对中国供销合作社重点企业经营状况分析，最后分析了中国供销合作社行业发展趋势与投资预测。您若想对供销合作社产业有个系统的了解或者想投资供销合作社行业，本报告是您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1章：中国供销合作社发展历程与背景

### 1.1 供销合作社定义

#### 1.1.1 定义

#### 1.1.2 系统体系

### 1.2 供销合作社发展历程

#### 1.2.1 初创阶段

#### 1.2.2 繁荣阶段

#### 1.2.3 改革阶段

### 1.3 供销合作社政策背景

#### 1.3.1 相关政策回顾

#### 1.3.2 现有政策配套情况

### 1.4 供销合作社经济背景

#### 1.4.1 计划经济背景

#### 1.4.2 市场经济背景

### 1.5 供销合作社金融背景

#### 1.5.1 农村金融需求现状

#### 1.5.2 农村融资渠道及用途

## 第2章：中国供销合作社发展现状分析

### 2.1 供销合作社发展规模

#### 2.1.1 供销合作社资产规模

#### 2.1.2 供销合作社人员规模

#### 2.1.3 供销合作社机构规模

### 2.2 供销合作社经营现状

#### 2.2.1 供销合作社销售情况

##### (1) 供销合作社销售规模

##### (2) 供销合作社分产品销售结构

##### (3) 供销合作社分地区销售结构

##### (4) 供销合作社分企业性质销售结构

- 2.2.2 供销合作社盈利情况
- 2.2.3 供销合作社进出口情况
- 2.3 供销合作社项目建设
  - 2.3.1 项目建设投资规模
  - 2.3.2 项目建设完成情况
  - 2.3.3 项目建设资金来源
- 2.4 供销合作社金融服务
  - 2.4.1 小额贷款服务情况
  - 2.4.2 担保业务服务情况
  - 2.4.3 银行业务服务情况
  - 2.4.4 农村资金互助业务服务情况
  - 2.4.5 其他金融业务服务情况

### 第3章：中国供销合作社经营模式及定位分析

- 3.1 农业生产资料经营模式及定位分析
  - 3.1.1 农业生产资料经营分析
    - (1) 全社会农资经营分析
      - 1) 化肥经营分析
      - 2) 农药经营分析
      - 3) 农膜经营分析
      - 4) 农机经营分析
    - (2) 供销合作社农资经营分析
  - 3.1.2 供销合作社农资经营模式
    - (1) 封闭经营模式
    - (2) 半开放农资经营模式
    - (3) 开放经营农资经营模式
    - (4) 未来农资经营模式设想
  - 3.1.3 供销合作社农资经营定位及优势
    - (1) 农资市场基本特征
    - (2) 供销合作社经营农资的优势
    - (3) 供销合作社农资连锁经营的定位
      - 1) 市场定位

2) 品牌定位

3) 连锁方式定位

4) 连锁途径定位

5) 连锁网络定位

(4) 供销合作社农资连锁经营发展趋势

3.1.4 供销合作社农资连锁经营成功经验

(1) 新疆农资连锁经营成功经验

(2) 重庆农资连锁经营成功经验

3.2 消费品经营模式及定位分析

3.2.1 消费品经营分析

(1) 全社会消费品零售额

(2) 供销合作社消费品零售额

3.2.2 供销合作社消费品营销模式

(1) 产品驱动型营销模式

(2) 推广驱动型营销模式

(3) 渠道驱动型营销模式

3.2.3 供销合作社消费品经营定位及优势

(1) 农村消费品市场基本特征

(2) 供销合作社经营消费品的优势

(3) 供销合作社消费品经营的定位

3.2.4 供销合作社消费品经营成功经验

3.3 农副产品经营模式及定位分析

3.3.1 农副产品经营分析

(1) 农副产品购销情况

(2) 棉花购销情况

3.3.2 农副产品产业化经营分析

(1) 农副产品产业化发展历程

(2) 农副产品产业化主要特征

(3) 农副产品产业化发展规模

(4) 农副产品产业化经营业绩

3.3.3 供销合作社农副产品经营模式

(1) 终端直供

(2) 果蔬礼品

(3) 便民网点

### 3.3.4 供销合作社农副产品经营定位及优势

(1) 农副产品市场基本特征

(2) 供销合作社经营农副产品的优势

(3) 供销合作社农副产品经营的定位

### 3.3.5 供销合作社农副产品经营成功经验

## 3.4 再生资源经营模式及定位分析

### 3.4.1 再生资源经营分析

(1) 再生资源回收规模

(2) 再生资源销售规模

### 3.4.2 供销合作社再生资源回收模式

(1) 再生资源回收模式

1) 分散性回收模式

2) 层级回收模式

3) 点对点回收模式

4) 柔性管理模式

5) 承包协议模式

(2) 再生资源回收模式比较

1) 组织成本比较

2) 回收效率比较

### 3.4.3 供销合作社再生资源经营定位及优势

(1) 再生资源市场基本特征

(2) 供销合作社经营再生资源的优势

(3) 供销合作社再生资源经营的定位

### 3.4.4 供销合作社再生资源经营成功经验

## 第4章：中国“新网工程”建设进度及规划分析

### 4.1 “新网工程”投资规模及建设规划

4.1.1 “新网工程”投资规模

4.1.2 “新网工程”建设规划

### 4.2 农业生产资料现代经营服务网络建设进度

#### 4.2.1 农资连锁企业资质要求及职能

- (1) 农资连锁企业资质要求
- (2) 农资连锁企业总部职能

#### 4.2.2 配送中心设立条件及职能

- (1) 配送中心设立条件
- (2) 配送中心职能及要求

#### 4.2.3 门店设立条件及要求

- (1) 农资直营店设立条件及要求
- (2) 农资加盟店设立条件及要求

#### 4.2.4 农资现代经营服务网络建设情况

- (1) 农资连锁企业建设进度
- (2) 农资配送中心建设进度
- (3) 农资门店建设进度

#### 4.3 农副产品市场购销网络建设进度

##### 4.3.1 农副产品交易市场经营要求

- (1) 农副产品交易市场经营环境要求
- (2) 农副产品交易市场经营设施设备要求
- (3) 农副产品交易市场经营管理技术条件

##### 4.3.2 农副产品交易市场建设情况

#### 4.4 日用消费品现代经营网络建设进度

##### 4.4.1 总部职能

##### 4.4.2 配送中心设立要求

##### 4.4.3 门店设立要求

##### 4.4.4 日用消费品现代经营网络建设情况

- (1) 配送中心建设进度
- (2) 门店建设进度

#### 4.5 再生资源回收利用网络建设进度

##### 4.5.1 农村再生资源回收利用龙头企业建设情况

##### 4.5.2 农村再生资源回收利用网络体系建设情况

#### 4.6 重点地区“新网工程”建设经验分享

##### 4.6.1 吉林“新网工程”建设经验分享

##### 4.6.2 江苏“新网工程”建设经验分享



4.6.3 山东“新网工程”建设经验分享

4.6.4 山西“新网工程”建设经验分享

4.6.5 云南“新网工程”建设经验分享

4.6.6 天津“新网工程”建设经验分享

## 第5章：国际供销合作社发展模式与经验

### 5.1 国际供销合作社模式的比较

#### 5.1.1 欧美农业合作社的发展及模式

(1) 欧美农业合作社的发展历程及特点

(2) 欧美农业合作社的模式分析

(3) 欧美农业合作社对我国供销合作社的反思

#### 5.1.2 亚洲国家合作社的发展及模式

(1) 日韩农业协同组合的发展历程及特点

(2) 日韩农业协同组合的模式分析

(3) 日韩农业协同组合对我国供销合作社的反思

#### 5.1.3 国际合作社给我国的启示及借鉴

### 5.2 罗虚代尔公平先锋社的成功经验

#### 5.2.1 罗虚代尔公平先锋社的发起及壮大

#### 5.2.2 罗虚代尔公平先锋社的目标及性质

#### 5.2.3 罗虚代尔公平先锋社的办社原则

#### 5.2.4 罗虚代尔公平先锋社的新模式

## 第6章：中国供销合作社体制改制与创新

### 6.1 供销合作社性质界定及体制问题

#### 6.1.1 供销合作社的性质界定

(1) 供销合作社系统的性质

(2) 县及县以上供销合作社机关的性质

(3) 县及县以上供销合作社所办机构的性质

(4) 基层供销合作社的性质

#### 6.1.2 中国供销合作社体制存在的问题

(1) 县及县以上供销合作社的联合问题

(2) 各级联合社的职能问题

- (3) 各级供销合作社理事会问题
- (4) 各级供销合作社社有企业联合发展问题
- (5) 各级供销合作社服务载体问题

## 6.2 供销合作社体制创新重点及途径

### 6.2.1 供销合作社体制创新的必要性

### 6.2.2 供销合作社体制创新的原则

- (1) 合作性
- (2) 盈利性

### 6.2.3 供销合作社体制创新的重点及途径

### 6.2.4 供销合作社体制创新需解决的问题

- (1) 供销合作社与政府的关系创新
- (2) 供销合作社与营利组织的关系创新
- (3) 供销合作社与其他非营利组织的关系创新

## 6.3 供销合作社组织模式的创新

### 6.3.1 供销合作社模式的变迁

- (1) 政府主导型模式
- (2) 政府行政干预模式
- (3) 两种模式的变迁
- (4) 供销合作社内部制度的变迁

### 6.3.2 供销合作社组织模式创新

#### (1) 供销合作社内部组织模式创新

#### 1) 组织制度创新

#### 2) 治理结构创新

#### 3) 组织体系创新

#### (2) 供销合作社外部组织模式创新

## 6.4 供销合作社经营服务体系的构建

### 6.4.1 供销合作社经营服务体系的现状

### 6.4.2 供销合作社经营服务体系的构建

- (1) 输出型商品经营服务体系
- (2) 输入型商品经营服务体系
- (3) 社区服务中心
- (4) 农村新型融资经营服务体系

## 第7章：中国供销合作社典型机构及企业分析

### 7.1 供销合作社典型机构经营分析

#### 7.1.1 山东省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.2 河北省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.3 内蒙古自治区供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.4 陕西省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.5 河南省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.6 四川省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.7 江苏省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.8 安徽省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.9 浙江省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.10 湖南省供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.11 吉林省供销合作社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.12 福建省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.13 北京市供销合作总社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.14 黑龙江省供销合作社联合社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

#### 7.1.15 海南省供销合作联社

(1) 机构简介

(2) 机构竞争力分析

### 7.2 供销合作社社有企业经营分析

#### 7.2.1 中国农业生产资料集团公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

#### 7.2.2 安徽辉隆农资集团股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

#### 7.2.3 浙江农资集团有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

#### 7.2.4 黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

#### 7.2.5 四川省农业生产资料集团有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司竞争力分析

## 第8章：2014-2019年中国新农村建设与供销合作社发展前景

### 8.1 2014-2019年新农村建设与供销合作社参与模式

#### 8.1.1 新农村建设政策解读

#### 8.1.2 新农村建设取得成就

- (1) 农民减负效果明显
- (2) 农村道路建设情况
- (3) 农村饮水安全情况
- (4) 农村环境治理情况
- (5) 农村教育建设情况
- (6) 农村医疗建设情况
- (7) 农村文化建设情况
- (8) 农村社会保障制度建设情况

#### 8.1.3 新农村建设规划目标

#### 8.1.4 供销合作社在新农村建设中的地位及作用

#### 8.1.5 供销合作社企业参与新农村建设的模式

- (1) 经济顾问型
- (2) 产业带动型
- (3) 合作开发型
- (4) 直接参与型
- (5) 公益捐助型
- (6) 帮助自立型

### 8.2 2014-2019年供销合作社SWOT分析

#### 8.2.1 供销合作社优势分析

#### 8.2.2 供销合作社劣势分析

#### 8.2.3 供销合作社机会分析

#### 8.2.4 供销合作社威胁分析

### 8.3 2014-2019年供销合作社发展前景预测

#### 8.3.1 供销合作社发展规模预测

#### 8.3.2 供销合作社市场规模预测

#### 8.3.3 供销合作社盈利规模预测

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度  
图表：全国粮食产量及其增速  
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）  
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）  
图表：进出口总额（亿美元）  
图表：广义货币（M2）增长速度（%）  
图表：居民消费价格同比上涨情况  
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）  
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）  
图表：农村居民人均收入实际增长速度  
图表：人口及其自然增长率变化情况  
图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）  
图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）  
图表：2014年中国GDP增长预测  
图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测  
图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201404/22-152003.html>