

2020-2026年中国供销合作 社行业深度研究与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国供销合作社行业深度研究与产业竞争格局报告》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/R0905/202005/09-346614.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

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

中华全国供销合作总社（All China Federation of Supply and Marketing Cooperatives，ACFSMC）是全国供销合作社的联合组织，由中华人民共和国国务院领导。

中华全国供销合作总社的主要负责研究制订全国供销合作社的发展战略和发展规划，指导全国供销合作社的发展和改革；按照政府授权对重要农业生产资料、农副产品经营进行组织、协调、管理；维护各级供销合作社的合法权益；协调同有关部门的关系，指导全国供销合作社的业务活动，促进城乡物资交流；宣传贯彻党中央、国务院有关农村经济工作的方针政策；代表中国合作社参与国际合作社联盟的各项活动；承办党中央、国务院交办的其他事项。

根据2019年11月该合作社官网信息显示，中华全国供销合作总社设立理事会、监事会，理事会内设机构14个，监事会内设机构1个，下辖15个直属事业单位、15家主管社团和中国供销集团，中国供销集团管理有全资和控股子公司16家。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国供销合作社行业深度研究与产业竞争格局报告》共八章。首先介绍了供销合作社相关概念及发展环境，接着分析了中国供销合作社规模及消费需求，然后对中国供销合作社市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国供销合作社面临的机遇及发展前景。您若想对中国供销合作社有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一章 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) 《关于深化供销合作社综合改革的决定》政策解读
- (2) 《关于引导农村土地经营权有序流转发展农业适度规模经营的意见》政策解读
- (3) 《关于全面深化农村改革加快推进农业现代化若干意见》政策解读
- (4) 《国家农民专业合作社示范社评定及监测暂行办法》政策解读
- (5) 《关于加快供销合作社改革发展的若干意见》政策解读
- (6) 《关于2019年促进农业稳定发展农民持续增收的若干意见》政策解读
- (7) 《关于清理核查供销合作社财务挂帐意见的通知》政策解读
- (8) 《关于赋予供销合作社企业进出口经营权有关问题的批复》政策解读

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) 农村多元化金融需求
- (2) 农村金融区域需求差异
- (3) 农村金融需求发展趋势

1.5.2 农村融资渠道及用途

- (1) 农户融资渠道及用途
- (2) 农村中小企业融资渠道及用途

第二章 中国供销合作社系统发展现状分析

2.1 中国供销合作社系统基本情况

2.1.1 综合经营情况

- (1) 销售总额
- (2) 商品交易（批发）市场交易额
- (3) 连锁配送销售额
- (4) 进出口额
- (5) 其他经营情况
- (6) 电商发展情况

2.1.2 县及县以上供销合作社机关情况

- (1) 总体情况
- (2) 机关性质
- (3) 经费来源
- (4) 人员编制

2.1.3 基层供销合作社情况

- (1) 基层供销合作社总体情况
- (2) 基层供销合作社基本情况

2.1.4 农民专业合作社情况

- (1) 总体情况
- (2) 经营类型
- (3) 注册商标及认证情况

2.1.5 企业结构情况

- (1) 总体情况
- (2) 股权结构情况
- (3) 产业类别情况
- (4) 连锁配送企业情况
- (5) 农业产业化经营龙头企业情况

2.1.6 事业单位情况

2.1.7 社团组织情况

2.1.8 综合服务情况

- (1) 科技服务
- (2) 村级综合服务站
- (3) 商品基地

2.1.9 人员结构情况

- (1) 职工总人数
- (2) 从业人员年龄结构情况
- (3) 从业人员受教育情况
- (4) 从业人员政治面貌情况
- (5) 从业人员分布状况

2.2 中国供销合作社系统企业财务分析

2.2.1 营业收入分析

- (1) 全系统企业汇总营业收入及增长情况
- (2) 分层级营业收入分析
- (3) 分行业营业收入分析
- (4) 分股权营业收入分析
- (5) 分地区营业收入分析

2.2.2 营业总成本分析

- (1) 全系统企业营业总成本
- (2) 销售费用
- (3) 管理费用
- (4) 财务费用

2.2.3 经营效益分析

- (1) 全系统企业汇总利润分析
- (2) 分层级企业实现利润情况
- (3) 分行业企业实现利润情况
- (4) 分股权企业实现利润情况
- (5) 分地区企业实现利润情况

2.2.4 资产状况分析

- (1) 全系统资产、负债、所有者权益情况
- (2) 分层级资产、负债、所有者权益情况

第三章 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
- (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演变

- (1) 农资经营政策演变
- (2) 农资经营模式分析

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

(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

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) 农业产业化经营情况

3.3.3 供销合作社农副产品经营模式

(1) 渠道直供销售模式

(2) 连锁 经营模式

3.3.4 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) 再生资源细分产品经营分析

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
- (2) 再生资源回收模式比较

3.4.3 供销合作社再生资源经营定位及优势

- (1) 再生资源行业发展特点
- (2) 供销合作社经营再生资源的优劣势
- (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

- (1) 西南再生资源产业园区简介
- (2) 再生资源产业园区经营情况

第四章 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

(1) 选址

(2) 规模和数量

(3) 库区建设

(4) 人员

(5) 设施设备

(6) 仓储管理

(7) 配送管理

(8) 信息管理

4.4.3 门店设立要求

(1) 分类

(2) 选址

(3) 经营面积

(4) 经营品种

(5) 人员

(6) 设施设备

(7) 店面环境

(8) 经营管理及服务

4.4.4 日用消费品现代经营网络建设情况

(1) 连锁经营企业建设进度

(2) 配送中心建设进度

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
 - (1) 吉林“新网工程”建设情况
 - (2) 吉林“新网工程”建设经验
 - 4.6.2 江苏“新网工程”建设经验分享
 - (1) 江苏“新网工程”建设情况
 - (2) 江苏“新网工程”建设经验
 - 4.6.3 山东“新网工程”建设经验分享
 - (1) 山东“新网工程”建设情况
 - (2) 山东“新网工程”建设经验
 - 4.6.4 山西“新网工程”建设经验分享
 - (1) 山西“新网工程”建设情况
 - (2) 山西“新网工程”建设经验
 - 4.6.5 云南“新网工程”建设经验分享
 - (1) 云南“新网工程”建设情况
 - (2) 云南“新网工程”建设经验
 - 4.6.6 天津“新网工程”建设经验分享
 - (1) 天津“新网工程”建设情况
 - (2) 天津“新网工程”建设经验

第五章 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) 欧美农业合作社对中国发展供销合作社的启示

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) 日韩农业协同组合与中国发展供销合作社经营模式比较

5.1.3 国际合作社给中国的启示及借鉴

- (1) 合作社原则的准确理解与把握
- (2) 农业合作社模式的适用和探索
- (3) 政府在农业合作社发展中的定位与作为

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

第六章 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) 供销合作社制度变迁的方式分析
- (4) 供销合作社内部制度变迁总结

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
- (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

第七章 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) 机构组织架构
- (3) 机构产业分布
- (4) 机构经营情况
- (5) 机构最新动向
- (6) 机构“新网工程”建设
- (7) 机构发展规划

7.1.2 河北省供销合作总社

- (1) 机构简介
- (2) 机构组织架构
- (3) 机构产业分布

- (4) 机构经营情况
- (5) 机构最新动向
- (6) 机构“新网工程”建设
- (7) 机构发展规划

7.1.3 内蒙古自治区供销合作社联合社

- (1) 机构简介
- (2) 机构组织体系
- (3) 机构产业分布
- (4) 机构经营情况
- (5) 机构最新动向
- (6) 机构“新网工程”建设
- (7) 机构发展规划

7.1.4 陕西省供销合作总社

- (1) 机构简介
- (2) 机构组织体系
- (3) 机构产业分布
- (4) 机构经营情况
- (5) 机构最新动向
- (6) 机构“新网工程”建设
- (7) 机构发展规划

7.1.5 河南省供销合作总社

- (1) 机构简介
- (2) 机构组织体系
- (3) 机构产业分布
- (4) 机构经营情况
- (5) 机构最新动向
- (6) 机构“新网工程”建设
- (7) 机构发展规划

7.1.6 四川省供销合作社联合社

- (1) 机构简介
- (2) 机构组织体系体系
- (3) 机构产业分布

- (4) 机构经营情况
- (5) 机构最新动向
- (6) 机构“新网工程”建设
- (7) 机构发展规划

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) 公司经营情况
- (3) 公司业务板块
- (4) 公司销售区域和网点
- (5) 公司经营优劣势
- (6) 公司最新动向

7.2.2 安徽辉隆农资集团股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况
- (3) 公司业务板块
- (4) 公司销售区域和网点
- (5) 公司经营优劣势

7.2.3 浙江农资集团有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况
- (3) 公司业务板块
- (4) 公司销售区域和网点
- (5) 公司经营优劣势

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) 公司经营情况
- (3) 公司业务板块
- (4) 公司销售区域和网点
- (5) 公司经营优劣势

7.2.5 四川省农业生产资料集团有限公司

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况
- (3) 公司业务板块
- (4) 公司销售区域和网点
- (5) 公司经营优劣势

7.2.6 江苏苏农农资连锁集团股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况
- (3) 公司业务板块
- (4) 公司销售区域和网点
- (5) 公司经营优劣势

第八章 2020-2026年中国新农村建设与供销合作社趋势预测

8.1 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026年供销合作社趋势预测分析
 - 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 2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表 2019年房地产开发投资同比增速（%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/202005/09-346614.html>