

2022-2028年中国稻米行业 发展趋势与投资可行性报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国稻米行业发展趋势与投资可行性报告》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.cction.com/report/202205/294048.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

稻米(*Oryza sativa*)也叫稻或水稻是一种可食用的谷物，一年生草本植物，性喜温湿，中国南方俗称其为“稻谷”或“谷子”，脱壳的粮食是大米。煮熟后称米饭（中国北方讲法）或白饭（中国南方讲法）。稻谷是我国的主要粮食作物之一，具有悠久的种植历史，种植面积。稻米不仅是食粮，同时还可以作为酿酒、制造饴糖的原料。全世界有一半的人口食用它。主要在亚洲、欧洲南部和热带美洲及非洲部分地区。总产量占世界粮食作物产量第三位，低于玉米和小麦，但能维持较多人口的生活，所以联合国规定2004年为“国际稻米”年。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国稻米行业发展趋势与投资可行性报告》共十一章。首先介绍了稻米行业市场发展环境、稻米整体运行态势等，接着分析了稻米行业市场运行的现状，然后介绍了稻米市场竞争格局。随后，报告对稻米做了重点企业经营状况分析，最后分析了稻米行业发展趋势与投资预测。您若想对稻米产业有个系统的了解或者想投资稻米行业，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。

报告目录:

第一章 稻米行业相关概述分析

第一节 稻米基本概述

一、稻米形态特征

二、稻米生长习性

三、稻米繁殖方式

第二节 稻米重点品种分析

一、早籼稻谷

（一）品种的习性分析

（二）品种单产量分析

（三）品种抗病的能力

二、晚籼稻谷

（一）品种的习性分析

（二）品种单产量分析

（三）品种抗病的能力

三、粳稻谷

（一）品种的习性分析

（二）品种单产量分析

（三）品种抗病的能力

四、籼糯稻谷

（一）品种的习性分析

（二）品种单产量分析

（三）品种抗病的能力

五、粳糯稻谷

（一）品种的习性分析

（二）品种单产量分析

（三）品种抗病的能力

三、其他品种

第二章稻米行业发展环境分析（PEST）

第一节、稻米行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制

二、行业相关标准

三、行业相关发展政策

第二节、稻米行业经济环境分析（E）

第三节 稻米行业社会环境分析（S）

一、稻米产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 稻米行业技术环境分析（T）

一、稻米技术分析

二、稻米技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第五节、中国内外经济形势对稻米行业发展环境的影响

第三章2016-2020年全球稻米产业运行动态分析

第一节2016-2020年全球稻米市场分析

一、2016-2020年世界稻米生产情况分析

（一）世界稻米种植面积

（二）世界稻米单产统计

（三）世界稻米产量统计

二、2016-2020年世界稻米区域竞争

第二节2016-2020年全球稻米主产国运行分析

一、印度行业发展分析

（一）印度稻米种植面积

（二）印度稻米供给分析

（三）印度稻米市场需求

（四）印度稻米贸易情况

二、越南稻米行业发展分析

（一）越南稻米种植面积

（二）越南稻米供给分析

（三）越南稻米市场需求

（四）越南稻米贸易情况

三、泰国稻米行业发展分析

（一）泰国稻米种植面积

（二）泰国稻米供给分析

（三）泰国稻米市场需求

（四）泰国稻米贸易情况

四、印度尼西亚稻米行业发展分析

（一）印度尼西亚稻米种植面积

（二）印度尼西亚稻米供给分析

（三）印度尼西亚稻米市场需求

（四）印度尼西亚稻米贸易情况

第三节2022-2028年世界稻米产业发展趋势分析

第四章 中国稻米市场规模分析

第一节 中国稻米种植面积情况

一、中国稻米种植面积情况

二、中国稻米区域分布

第二节 中国稻米种植成本收益分析

一、稻米种植每亩物质与服务费用

二、稻米种植每亩人工成本

三、稻米每亩产量及产值情况

四、稻米每亩成本收益情况

第三节 中国稻米产出及消费情况

一、中国稻米产量情况

二、中国稻米产量区域分布

三、中国稻米消费量情况

四、中国稻米需求量情况

五、中国稻米加工量情况

第四节 中国稻米主产区价格情况

第五章 2016-2020年中国稻米行业进出口数据分析

第一节 2016-2020年中国稻米行业进出口数据分析

一、中国稻米行业进口分析

（一）稻米进口数量情况

（二）稻米进口金额分析

（三）稻米进口来源分析

（四）稻米进口价格分析

二、中国稻米行业出口分析

（一）稻米出口数量情况

（二）稻米出口金额分析

（三）稻米出口流向分析

（四）稻米出口价格分析

第二节 影响进出口变化的主要原因分析

第六章 中国稻米市场竞争格局透析

第一节 中国稻米市场竞争格局

第二节 2020年中国稻米行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节中国稻米竞争力分析

第四节2022-2028年中国稻米行业竞争趋势分析

第七章 2016-2020年中国稻米行业区域分析

第一节 黑龙江省产业发展分析

一、种植面积及条件分析

二、稻米品种与产量分析

三、稻米加工及销售渠道

四、黑龙江省稻米竞争力分析

第二节 湖南省产业发展分析

一、种植面积及条件分析

二、稻米品种与产量分析

三、稻米加工及销售渠道

四、湖南省稻米竞争力分析

第三节 湖北省产业发展分析

一、种植面积及条件分析

二、稻米品种与产量分析

三、稻米加工及销售渠道

四、湖北省稻米竞争力分析

第四节 江苏省产业发展分析

一、种植面积及条件分析

二、稻米品种与产量分析

三、稻米加工及销售渠道

四、江苏省稻米竞争力分析

第五节 安徽省产业发展分析

一、种植面积及条件分析

二、稻米品种与产量分析

三、稻米加工及销售渠道

四、安徽省稻米竞争力分析

第六节 四川省产业发展分析

- 一、种植面积及条件分析
- 二、稻米品种与产量分析
- 三、稻米加工及销售渠道
- 四、四川省稻米竞争力分析
-

第八章 中国稻米行业产业链分析

第一节 稻米行业产业链概述

第二节 稻米上游产业发展分析

一、化肥行业发展状况分析

1、行业市场发展现状

2、产品生产情况分析

3、产品价格走势分析

二、农药行业发展状况分析

1、行业市场发展现状

2、产品生产情况分析

3、产品价格走势分析

第三节 稻米以及稻米加工产品分析

一、稻米以及稻米加工行业发展现状

二、中国稻米以及稻米加工产品市场价格走势分析

1、稻米市场总体价格走势

2、稻米不同区域价格走势

3、稻米不同季节价格走势

4、稻米不同品种价格走势

5、稻米深加工品价格走势

第九章 国内稻米主要企业竞争力分析

第一节 黑龙江北大荒农业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展战略分析

五、企业竞争力分析

第二节袁隆平农业高科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展战略分析

五、企业竞争力分析

第三节中粮（江西）米业有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展战略分析

五、企业竞争力分析

第四节湖南金健米业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展战略分析

五、企业竞争力分析

第十章2022-2028年中国稻米行业发展前景分析

第一节2022-2028年中国稻米行业投资前景分析

一、稻米行业发展前景

二、稻米发展趋势分析

三、稻米市场发展有利因素

第二节2022-2028年中国稻米行业投资风险分析

一、资源短缺风险

二、原材料供应风险

三、质量安全风险

四、国际贸易风险

五、行业竞争风险

第十一章稻米企业投资战略与客户策略分析

第一节稻米企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业做强做大的需要
- 三、企业可持续发展的需要

第二节稻米企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节稻米企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第四节稻米企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/294048.html>