

2025-2031年中国蔬菜种子 市场深度分析与战略咨询报告

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

《2025-2031年中国蔬菜种子市场深度分析与战略咨询报告》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.cction.com/report/202507/488349.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

目前，进驻我国的国际种子公司主要有美国孟山都公司（Monsanto）、瑞士先正达公司（Syngenta）、法国利马格兰公司（Limagrain）、荷兰瑞克斯旺种子有限公司（Rijk Zwaan）等。国际种子公司的产品竞争力强，能快速切入市场，10年前我国粉果番茄品种主要是辽宁省农业科学院园艺研究所利用国外种质资源选育而成的一代杂种L402，5年前的品种主要是西安金鹏种苗有限公司育成的金鹏系列、东北农业大学育成的东农系列，现在孟山都、先正达等国际种子公司的产品已大量在中国推广。

目前我国长茄、红果番茄、菠菜、胡萝卜、彩椒等蔬菜种子的高端市场大部分被国际种子公

司占据。

我国民营种子企业结合自身特点，一般有两种定位：从事育种或代理产品。目前，育种型企业规模较大、年销售额在5000万左右的有5~8家，如汕头市金韩种业有限公司、天津德瑞特种业有限公司、安徽省江淮种业有限责任公司、青州市华盛农业发展有限公司、德州市德高蔬菜种苗研究所等；年销售额在2024万~3000万元的有10多家，如西安金鹏种苗有限公司、天津市绿丰园艺新技术开发有限公司、沈阳谷雨种业有限公司、浙江神良种业有限公司、温州市神鹿种业有限公司等；还有一些个人育种家，如李氏21黄瓜，就是个人育成的品种，曾在山东、辽宁等区域非常畅销，年销售额十年未被超越。安徽萧县的新丰5号辣椒种子，年销售额达到1000多万元，他的育种可能比较简单，用别的单位研发的产品进行配组，但育成品种确实有不同于别的品种的新性状。

代理型企业会选择有实力、信誉高的国内外种子公司或科研单位合作，这些公司和科研单位要具有独立的育种能力、良好的组织模式和口碑、适当的合作条件。比如，广州市兴田种子有限公司代理菠菜种子，一年的销售额可以达到1亿元左右；北京泽农伟业农业科技有限公司也是全国领先的番茄种子销售公司；天津德瑞特种业有限公司虽然是育种型企业，但也销售普罗旺斯、德澳特7728番茄种子；北京华耐农业发展有限公司成功代理中国农业科学院蔬菜花卉研究所的甘蓝种子。一般这些代理型公司的销售额在5000万~6000万元。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国蔬菜种子市场深度分析与战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 中国蔬菜种子行业发展概况

第一节 世界种子行业发展概况

第二节 中国蔬菜种子行业发展历程

一、中国种子行业发展历程

二、中国蔬菜种子发展历程

第三节 中国蔬菜种子行业的特点

第四节 中国蔬菜种子行业发展政策环境分析

一、中国种子行业主要法律法规

二、中国种子行业相关政策分析

三、中国种子行业监管制度分析

四、《种子法》的颁布对种子行业发展的影响

五、土地流转新政对蔬菜种业生产经营的影响

六、《关于加快推进现代农作物种业发展的意见》为种业带来了历史性机遇

七、《农作物种子生产经营许可管理办法》提高了种业的进入门槛

八、《全国种植业发展第十三个五年规划》

九、《全国蔬菜产业发展规划》给蔬菜种子市场发展带来契机

第五节 中国蔬菜种子市场发展分析

一、中国蔬菜种子细分品种

二、中国蔬菜种子的消费特点

三、中国蔬菜种子行业供给分析

四、中国蔬菜种子成本投入及商品化率分析

五、中国蔬菜种子市场规模变化分析

六、中国蔬菜种子行业企业规模分析

第六节 未来中国蔬菜种子行业发展方向

第二章 中国蔬菜市场分析

第一节 中国蔬菜种植面积及产量分析

第二节 中国蔬菜人均消费变化趋势分析

第三节 中国蔬菜种植成本及收益分析

第四节 中国蔬菜价格分析

第三章 中国蔬菜主要种植区域细分市场分析

第一节 中国主要蔬菜种植区域介绍

第二节 华南区蔬菜市场分析

一、华南区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、广东、广西、海南蔬菜主栽品种

五、未来发展趋势

第三节 长江区蔬菜市场分析

一、长江区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、四川、湖南、安徽主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第四节 西南区蔬菜市场分析

一、西南区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、云南、贵州主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第五节 西北区蔬菜市场分析

一、西北区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、甘肃、新疆主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第六节 东北区蔬菜市场分析

一、东北区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、黑龙江、吉林、内蒙古主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第七节 黄淮海与环渤海区蔬菜市场分析

一、黄淮海与环渤海区蔬菜种植面积及产量分析

二、主栽蔬菜种类分析

三、主要目标市场及上市期

四、河北、河南、山东、辽宁主栽蔬菜品种分析

五、未来发展趋势

第四章 中国蔬菜种子主要类别细分市场分析

第一节 中国番茄种子市场分析

一、中国番茄种植面积及产量分析

二、中国番茄种植商品化率分析

三、中国番茄种植种子成本投入分析

四、中国番茄种子市场规模分析

五、中国番茄种子价格分析

六、中国番茄种子主导公司及品种

第二节 中国黄瓜种子市场分析

一、中国黄瓜种植面积及产量分析

二、中国黄瓜种植商品化率分析

三、中国黄瓜种植种子成本投入分析

四、中国黄瓜种子市场规模分析

五、中国黄瓜种子价格分析

六、中国黄瓜种子主导公司及品种

第三节 中国辣椒种子市场分析

一、中国辣椒种植面积及产量分析

二、中国辣椒种植商品化率分析

三、中国辣椒种植种子成本投入分析

四、中国辣椒种子市场规模分析

五、中国辣椒种子价格分析

六、中国辣椒种子主导公司及品种

第四节 中国茄子种子市场分析

一、中国茄子种植面积及产量分析

二、中国茄子种植商品化率分析

三、中国茄子种植种子成本投入分析

四、中国茄子种子市场规模分析

五、中国茄子种子价格分析

六、中国茄子种子主导公司及品种

第五节 中国大白菜种子市场分析

- 一、中国大白菜种植面积及产量分析
- 二、中国大白菜种植商品化率分析
- 三、中国大白菜种植种子成本投入分析
- 四、中国大白菜种子市场规模分析
- 五、中国大白菜种子价格分析
- 六、中国大白菜种子主导公司及品种

第六节 中国萝卜种子市场分析

- 一、中国萝卜种植面积及产量分析
- 二、中国萝卜种植商品化率分析
- 三、中国萝卜种植种子成本投入分析
- 四、中国萝卜种子市场规模分析
- 五、中国萝卜种子价格分析
- 六、中国萝卜种子主导公司及品种

第七节 中国圆白菜种子市场分析

- 一、中国圆白菜种植面积及产量分析
- 二、中国圆白菜种植商品化率分析
- 三、中国圆白菜种植种子成本投入分析
- 四、中国圆白菜种子市场规模分析
- 五、中国圆白菜种子价格分析
- 六、中国圆白菜种子主导公司及品种

第八节 中国豆角种子市场分析

- 一、中国豆角种植面积及产量分析
- 二、中国豆角种植商品化率分析
- 三、中国豆角种植种子成本投入分析
- 四、中国豆角种子市场规模分析
- 五、中国豆角种子价格分析
- 六、中国豆角种子主导公司及品种

第九节 中国菜花种子市场分析

- 一、中国菜花种植商品化率分析
- 二、中国菜花种植种子成本投入分析
- 三、中国菜花种子价格分析
- 四、中国菜花种子主导公司及品种

第五章 2020-2024年中国蔬菜种子进、出口状况分析

第一节 2020-2024年中国蔬菜种子进口分析

- 一、中国蔬菜种子进口数量分析
- 二、中国蔬菜种子进口金额分析
- 三、中国蔬菜种子进口来源分析
- 四、中国蔬菜种子进口价格情况

第二节 2020-2024年中国蔬菜种子出口分析

- 一、中国蔬菜种子出口数量分析
- 二、中国蔬菜种子出口金额分析
- 三、中国蔬菜种子出口流向分析
- 四、中国蔬菜种子出口价格情况

第六章 中国种子市场中的重点外资企业分析

第一节 孟山都（Monsanto）——圣尼斯（Seminis）种子（北京）公司

- 一、孟山都概况
- 二、孟山都业务分布情况
- 三、业务经营情况分析
- 四、圣尼斯种子（北京）公司概况
- 五、主营业务结构
- 六、品牌产品介绍
- 七、产品的销售模式
- 八、在中国种子市场的合作项目

第二节 先正达（Syngenta）

- 一、先正达概况
- 二、业务经营情况分析
- 三、主营业务结构
- 四、品牌产品介绍
- 五、先正达网络专利许可平台
- 六、在中国发展情况
- 七、先正达种子在华市场情况

第三节 杜邦（DuPont）——铁岭先锋种子研究有限公司

- 一、杜邦概况
- 二、铁岭先锋种子研究有限公司概况

三、业务经营情况分析

四、主营业务结构

五、核心优势

六、在华品牌产品介绍

七、在中国种子市场合作项目

第四节 利马格兰（Limagrain）集团——海泽拉（Hazera Genetics）农业技术服务（北京）有限公司

一、利马格兰概况

二、海泽拉概况

三、业务经营情况分析

四、品牌产品介绍

五、在中国种子市场的合作方式

第五节 拜耳集团作物科学（Bayer CROp Science）——纽内姆（NunheMS）北京种子有限公司

一、拜耳集团概况

二、纽内姆（北京）种子有限公司

三、主营业务结构

四、品牌产品介绍

五、拜耳在种子领域规划

六、拜耳中国

七、在中国种子市场的发展情况

第六节 荷兰Bejo种子有限公司——上海实满丰种业有限公司

一、Bejo种子有限公司概况

二、上海实满丰种业有限公司概况

三、主营业务情况

四、品牌产品介绍

五、在中国种子市场的营销方式

第七节 安莎种子公司（Enza Zaden）——安莎种子科技（北京）有限公司

一、安莎种子公司概况

二、安莎种子科技（北京）有限公司概况

三、主营业务结构

四、品牌产品介绍

五、在中国种子市场的重点育种品种

第八节 韩国农友BIO株式会社——北京世农种苗有限公司

一、韩国农友BIO株式会社概况

二、北京世农种苗有限公司概况

三、主营业务结构

四、品牌产品介绍

五、在中国种子市场的合作项目

第九节 日本坂田种苗株式会社——坂田种苗（苏州）有限公司

一、日本坂田种苗株式会社概况

二、坂田种苗（苏州）有限公司

三、品牌产品介绍

四、在中国种子市场的营销方式

第七章 2020-2024年中国蔬菜种子重点企业及科研院所分析

第一节 北京中蔬园艺良种研究开发中心

一、公司基本情况

二、企业产品结构

三、品牌经营现状

四、企业研发实力

五、企业发展动态

第二节 中国种子集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业组织架构

三、企业产品结构

四、企业研发实力

五、企业发展动态

第三节 北京京研益农科技发展中心

一、公司基本情况

二、企业经营现状

三、企业产品结构

四、企业研发实力

五、企业所获荣誉

第四节 天津科润农业科技股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业组织架构
- 三、企业产品结构
- 四、企业研发实力
- 五、企业发展动态

第五节 农友种苗（中国）有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业组织架构
- 三、企业产品结构
- 四、企业研发实力
- 五、企业发展动态

第六节 湖南湘研种业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、品牌经营现状
- 三、企业销售现状
- 四、企业研发实力
- 五、企业发展动态

第七节 合肥丰乐种业股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业组织架构
- 三、企业发展历程
- 四、企业研发实力
- 五、企业发展动态

第八节 湖北种子集团有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业组织架构
- 三、企业产品结构
- 四、企业研发实力
- 五、企业发展动态

第九节 郑州郑研种苗科技有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业所获荣誉

三、企业产品结构

四、企业研发实力

五、企业发展动态

第十节 山东登海种业股份有限公司西由种子分公司

一、公司基本情况

二、企业组织架构

三、企业产品结构

四、企业研发实力

五、企业发展动态

第十一节 种都种业科技有限公司

一、公司基本情况

二、企业组织架构

三、企业产品结构

四、企业研发实力

五、企业发展动态

第十二节 江苏省明天种业科技有限公司

一、公司基本情况

二、企业组织架构

三、企业产品结构

四、企业研发实力

五、企业发展动态

第十三节 湖南雪峰种业有限责任公司

一、公司基本情况

二、品牌经营现状

三、企业所获荣誉

四、企业研发实力

五、企业发展动态

第十四节 安徽福斯特种苗（国际）有限公司

一、公司基本情况

二、企业产品结构

三、企业销售网络

四、企业研发实力

五、企业发展动态

第十五节 辽宁东亚种业集团公司

一、公司基本情况

二、企业服务网络

三、企业产品结构

四、企业研发实力

五、企业发展动态

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202507/488349.html>