

2026-2031年中国大米行业深度调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

产业现状

我国大米行业的发展步伐相对于其他行业来说规模小、组织程度差。大米加工领域主要以小生产、小作坊、小商贩为主，少有大型品牌企业和领军企业，市场集中度较低。随着经济全球化程度的深入，中国巨大的市场消费力将吸引越来越多的国际大米品牌的进入，国内大米市场的竞争将会日趋激烈。品牌消费时代的到来催生高端大米行业。2015年全国稻谷产量20824.5万吨，同比增加173.8万吨;播种面积30213.2千公顷，同比减少97千公顷，产量的增加得益于单产水平的提高。从各品种分布比例来看，2015年我国稻谷各品种种植结构基本与2014年保持不变。根据统计局数据，2015年我国早籼稻产量为3369.1万吨，占稻谷总产量的比例为16%，2012-2014年分别为16%、17%、16%;2015年我国中晚稻产量为17455.4万吨，占总产量的比例为84%，2012-2014年分别为84%、83%、84%。从各品种产量来看，2015年早籼稻产量3369.1万吨，较2014年减产31.9万吨。

市场容量

国家统计局公布的全国粮食生产数据显示，2016年全国粮食总产量61623.9万吨(12324.8亿斤)，比2015年减少520.1万吨(104.0亿斤)，减少0.8%。其中，全国粮食播种面积113028.2千公顷(169542.3万亩)，比2015年减少314.7千公顷(472.1万亩)，减少0.3%。全国粮食作物平均单产每公顷5452.1公斤(363.5公斤/亩)，每公顷比2015年减产30.7公斤(2.0公斤/亩)，减少0.6%。2016年粮食产量下降同时受到播种面积减少和单产下降的影响。2016年，全国粮食播种面积比2015年减少了472万亩，因播种面积减少而减产34亿斤，占粮食减产总量的33.2%;全国粮食产量因单产下降而减产70亿斤，占粮食减产总量的66.8%。全国早稻播种面积为5619.8千公顷(8429.7万亩)，比2015年减少95.0千公顷，同比下降1

.7%;单位面积产量为5832.4公斤/公顷(388.8公斤/亩),比2015年减少62.4公斤/公顷,下降1.1%。

早稻播种面积减少与单产有所降低,是造成2016年早稻略有减产的两大原因。2016年三季度稻米市场整体稳定,价格波动小。全国米厂开机率逐月不断下滑,尤其是江西、黑龙江、安徽地区开机率最低。大米需求不旺,副产品价格持续下滑,因此米厂加工利润微薄甚至亏损,米厂停机等待,全国大部分米价处于持续稳定的状态。2016/17年度全球大米消费量预计达到创纪录的4.804亿吨,比2015年增长170万吨,几乎与产量相一致。孟加拉、巴西、缅甸、印度、日本。美国 and 泰国占到大部分的消费增幅。相比之下,2016/17年度中国和尼日利亚的大米消费量出现下滑,而印尼的大米消费量保持稳定。2016年1-11月份大米出口总量为357920吨,2015年同期累计为258005吨,同比增加38.7%。

消费格局

由于大米80%以上属于口粮消费,饲料和工业消费相对较少,受人口刚性增长影响较大。随着全球人口数量不断增加,大米消费量也在缓步提升。虽然受消费结构影响,主粮消费下降,肉蛋奶的消费量逐渐上升,但是整体看,大米消费量还是呈现增加趋势。世界上50%以上的人以大米为主食,人口增长是推动全球大米消费量增加的主导动力。其中亚洲是全球大米最大的消费市场,中国大米消费量位居世界第一。当前全球大米消费水平和消费结构均有所变化。从消费水平来看,全球大米消费总量逐渐增加,但是增速有放缓趋势,人均大米消费量趋于下降;从消费结构来看,优质大米的消费量逐年增加,低端及普通大米的消费量呈下降趋势。综合测算2006/07-

2016/17年度的全球大米消费数据可知,近十年来全球大米年度消费增幅最高为2.79%,最低为-0.75%,且近两年大米消费增幅已经下滑至0.5%以下,为十年来的低点。

趋势分析

我国食品工业稳步快速发展,产业结构不断优化,产品质量总体稳定,大米安全和营养水平逐步提升,食品工业在国民经济中的支柱产业地位进一步增强。随着我国经济的稳定发展,我国大米的消费趋势将向高端大米消费发展,但我国农业的基本国策决定了大米的产量依然不会减少,并且还将保持增长。近年来,随着一批全国性品牌大米企业的崛起,高档大米的品牌呈现出快速增加的趋势,已经成为中国大

米市场上的重要组成部分。高档大米的零售价格一般是普通大米价格的3-

5倍或以上，所以消费群体相对比较稳定，消费者会更看重高档大米的产品质量。毒大米、陈化粮事件的频频曝光，更加引发了消费者对大米的安全和品质的注重，高档大米市场潜力和发展空间日益彰显。因此，能够提供优质的产品和服务，让消费者产生品牌概念十分关键。

近年来，一些粮食主产区也开始致力于打造区域性的粮油品牌。五常大米、吉林大米、盘锦大米、淮安大米在全国具有很高的知名度。这些区域粮食品牌往往与区域内的企业品牌相结合，企业品牌作为区域品牌的子品牌。品牌化是推进粮食行业供给侧结构性改革的必由之路，也是推动粮食产业转型升级，实现企业增效的关键。

面临难题

原料采购是很多行业不需要过多考虑的问题，却是制约大米品牌企业发展的关键问题。普通大米企业的原料组织方式与品牌大米企业存在很大差别，普通大米企业可以采取贸易方式经营，接单生产，能做则做，不需要考虑常年持续供应问题。做品牌必须确保产品在市场上持续、稳定供应，但这种要求与原料的自然性和季节性存在很大的矛盾。首先，大米属于初加工的农产品，加工过程仅仅是物理形态变化，原料对产品的品质拥有决定性作用。农产品受生长周期、自然条件、品种的影响比较大，同一个水稻品种在不同地区、不同气候条件下种植，品质也会有较大的差别，原料难以标准化。其次，稻谷一般集中在夏秋季收割，企业要确保市场的持续供应就必须在收割季节采购全年的原料，这增加了企业资金和仓储压力，对企业销售计划的准确性也提出了更高的要求，如果储备不足，应急性的采购不可确定性因素较大、成本增加、质量无法得到保证；如果采取定牌生产方式可以缓解企业资金和仓储压力，但在目前的市场状况下组织难度大，品质同样无法控制。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家粮食局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国粮食行业协会、中国农产品市场协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国大米及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行

了分析，并重点分析了我国大米行业发展状况和特点，以及中国大米行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的大米行业发展态势作了详细分析，并对大米行业进行了趋向研判，是大米生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前大米业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

【国际大米行业发展情况怎样?主要国家地区发展如何?大米行业PEST模型分析结果如何?】

第一章 大米行业发展综述

第一节 大米相关概念

一、大米简介

二、大米的分类

1、国内分类

2、国际分类

三、大米的质量指标

四、行业在国民经济的地位

第二节 大米的主要作用及用途简介

一、营养价值

二、护肤用途

三、中医归属

第三节 大米产品主要生产技术分析

一、大米生产工艺概述

二、大米主要生产工艺简介

第四节 大米行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

1、中国水稻的种植面积及分布区域

2、化肥行业发展状况分析

3、农业机械行业发展状况分析

五、行业下游产业链相关行业分析

1、城市居民家庭口粮消费分析

2、种粮农户家庭口粮消费分析

3、米酒市场发展状况分析

4、饲料市场发展状况分析

5、其它产品市场发展状况分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 大米行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 大米行业政治法律环境(P)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、《粮食流通管理条例》

2、《粮食收购审核管理暂行办法》

3、《粮食流通监督检查暂行办法》

4、《粮食质量监管实施办法》

5、关于进一步加强国家政策性粮食出库管理工作的通知

三、大米行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(E)

一、国内宏观经济形势分析

1、中国GDP增长分析

2、中国居民收支增长分析

3、中国社会消费品零售总额

4、中国CPI及变动情况分析

5、中国进出口总额及其增长

二、行业宏观经济环境分析

1、农业生产保持平稳发展态势

2、农产品质量安全水平不断提高

3、农业机械化水平持续提高

4、农产品市场价格全面处于涨势

5、农产品贸易保持快速发展

6、农产品加工业呈快速增长势头

三、通货膨胀对行业的影响

第三节 行业社会环境分析(S)

一、国内社会环境分析

二、行业社会环境分析

- 1、行业发展与社会经济的协调
- 2、水稻种植的地区不平衡问题
- 3、行业区域性饮食习惯的不同
- 4、行业发展面临的自然灾害问题

三、大米产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(T)

- 一、大米生产技术分析
- 二、大米生产技术发展水平
- 三、大米生产技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势
- 五、技术环境对行业的影响

第五节 其他市场环境分析

- 一、行业物流环境分析
- 二、行业贸易环境分析

第三章 国际大米行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球粮食行业情况介绍

- 一、全球经济影响粮食分析
- 二、全球粮食安全发展分析
- 三、全球粮食价格发展情况
- 四、未来全球粮食发展问题

第二节 全球区域大米行业情况

一、全球区域稻米产量情况

二、全球区域稻米需求情况

三、全球区域稻米库存情况

第三节 全球主要国家(地区)市场分析

一、泰国

1、泰国大米行业发展概况

2、泰国大米产量结构分析

3、泰国大米出口情况分析

4、泰国大米市场结构及产销情况

5、泰国大米对华销售情况分析

6、2026-2031年泰国大米行业发展前景预测

二、美国

1、美国大米行业发展概况

2、美国大米种类分析

3、美国大米特点分析

4、美国大米市场结构及产销情况

5、美国大米对华销售情况分析

6、2026-2031年美国大米行业发展前景预测

三、印度

1、印度大米行业发展概况

2、印度大米出口情况分析

3、印度大米市场结构及产销情况

4、2026-2031年印度大米行业发展前景预测

四、越南

1、越南大米行业发展概况

2、越南水稻种植情况分析

3、越南大米出口情况分析

4、越南大米市场结构及产销情况

5、2026-2031年越南大米行业发展前景预测

五、其他国家地区

1、缅甸

2、菲律宾

3、印尼

第四节 全球大米市场运行情况

一、全球大米市场库存态势

二、全球大米市场价格分析

第二部分 行业深度分析

【大米行业整体运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何(产值、市场规模hellip;hellip;)?供需形势如何?
】

第四章 中国水稻市场分析及预测

第一节 中国稻谷市场分析

一、国内稻谷种植情况

二、国内稻谷生产状况

三、国内稻谷分布情况

四、稻谷市场运行情况

五、国内稻谷价格情况

六、稻谷市场形势展望

第二节 中国稻米市场分析

一、国内稻米生产与情况

二、中国稻米需求情况

三、中国稻米库存情况

四、国内稻米市场行情

五、稻米市场供求走势

六、稻米市场热点分析

第三节 稻米加工企业盈利能力

第五章 我国大米行业运行现状分析

第一节 我国大米行业发展状况分析

一、我国大米行业发展阶段

二、我国大米行业发展总体概况

三、我国大米行业发展特点分析

四、我国大米行业商业模式分析

第二节 大米行业发展现状

一、我国大米行业市场规模

1、大米行业销售规模

2、大米加工营收规模

3、大米行业投资规模

二、我国大米行业发展分析

1、进口大米对市场格局影响分析

2、出口市场竞争激烈

三、中国大米企业发展分析

1、重点企业发展动态分析

2、主要企业产品方向分析

四、互联网+大米发展情况

1、大米行业主要电商平台分析

2、互联网+大米东北米企组建电商联盟

3、互联网+，让大米产生增值效应

第三节 大米市场情况分析

一、中国大米市场总体概况

二、中国大米产品市场发展分析

1、转基因大米发展情况分析

2、大米产品市场需求结构

第四节 我国大米市场价格走势分析

一、大米市场定价机制组成

二、大米市场价格影响因素

1、最低收购价格大幅提高，强力支撑稻谷价格

2、粳稻运费补贴再次启动，东北稻谷获利上扬

3、低价进口米数量庞大，严重冲击国内稻米市场

4、稻谷产量连年保持高位，市场供需压力较大

5、宏观经济增速缓慢，全年稻米价格波动幅度小

三、大米产品价格走势分析

四、2026-2031年大米产品价格走势预测

第六章 我国大米行业整体运行指标分析

第一节 中国大米行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、大米种植规模分析

第二节 中国大米行业产销情况分析

一、我国大米行业总产值

二、我国大米行业销售产值

三、我国大米行业产销率

第三节 中国大米行业经营情况分析

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

第四节 大米行业经济指标分析

一、大米行业主要经济效益影响因素

二、大米行业经济指标分析

三、不同规模企业经济指标分析

- 1、大型企业经济指标分析
- 2、中型企业经济指标分析
- 3、小型企业经济指标分析
- 4、不同规模企业主要经济指标历年的比重情况分析

四、不同性质企业经济指标分析

- 1、国有企业经济指标分析
- 2、集体企业经济指标分析
- 3、股份制企业经济指标分析
- 4、私营企业经济指标分析
- 5、外商和港澳台投资企业经济指标分析
- 6、其他性质企业经济指标分析
- 7、不同性质企业主要经济指标历年的比重变化情况分析

五、不同地区企业经济指标分析

- 1、不同地区资产总额情况分析
- 2、不同地区工业总产值情况分析
- 3、不同地区销售收入情况分析
- 4、不同地区利润总额情况分析

第七章 2026-2031年我国大米市场供需形势分析

第一节 大米行业生产分析

- 一、大米进口、自有比例
- 二、国内大米生产基地分布
- 三、大米产业集群发展分析

四、大米产能情况分析

第二节 我国大米市场供需分析

一、我国大米行业供给情况

1、我国大米行业供给分析

2、我国大米行业产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、我国大米行业需求情况

1、大米行业需求市场

2、大米行业客户结构

3、大米行业需求的地区差异

三、我国大米行业供需平衡分析

第三节 大米产品市场应用及需求预测

一、大米产品应用市场总体需求分析

1、大米产品应用市场需求特征

2、大米产品应用市场需求总规模

二、2026-2031年大米行业领域需求量预测

1、2026-2031年大米行业领域需求预测

2、2026-2031年大米行业领域需求格局预测

三、重点行业大米需求分析预测

第四节 大米进出口市场分析

一、大米行业进出口综述

1、中国大米进出口特点分析

2、中国大米进出口贸易方式分析

3、中国大米进出口政策分析

二、大米行业进口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口金额分析

3、行业出口产品结构分析

4、行业出口去向分析

三、大米行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

4、行业进口来源分析

四、大米行业前景趋势分析

第三部分 市场全景调研

【有机大米、高端大米hellip;hellip;各细分市场情况如何?细分产品发展情况如何?】

第八章 大米行业主要产品市场分析

第一节 行业主要产品结构特征

一、行业产品结构特征分析

二、行业产品市场发展概况

第二节 行业主要产品市场分析

一、粳米系列产品市场分析

二、籼米系列产品市场分析

三、泰米系列产品市场分析

四、糯米系列产品市场分析

五、特种米系列产品市场分析

六、小包装大米产品市场分析

第三节 行业主要产品市场价格分析

一、粳米系列产品市场价格分析

二、粳米系列产品市场价格分析

三、泰米系列产品市场价格分析

四、糯米系列产品市场价格分析

五、特种米系列产品市场价格分析

六、影响大米产品市场价格的主要因素

第四节 行业主要产品销售渠道与策略

一、行业产品销售渠道存在的主要问题

二、行业产品销售渠道发展趋势与策略

第五节 行业主要产品科研发展趋势

一、大米行业科研发展现状分析

二、大米行业科研发展趋势分析

第九章 我国大米细分市场分析及预测

第一节 有机大米行业发展分析

一、有机大米行业发展概况

1、有机大米行业发展特点分析

2、有机大米行业投资现状分析

3、有机大米行业总产值分析

4、有机大米行业技术发展分析

二、有机大米行业市场情况分析

1、有机大米行业市场发展分析

2、有机大米市场存在的问题

3、有机大米市场规模分析

4、有机大米种植面积分析

5、有机大米行业竞争分析

6、有机大米进出口情况分析

三、有机大米市场地区分布

1、有机大米种植地区分布

2、有机大米消费地区分布

四、有机大米谷产销状况分析

1、有机大米产量分析

2、有机大米产能分析

3、有机大米市场需求状况分析

五、产品发展趋势预测

1、产品发展新动态

2、技术新动态

3、产品发展趋势预测

第二节 高端大米行业发展分析

一、我国高端大米行业发展状况分析

- 1、我国高端大米行业发展阶段
- 2、我国高端大米行业发展总体概况
- 3、我国高端大米行业发展特点分析
- 4、我国高端大米行业商业模式分析
- 5、我国高端大米行业竞争格局分析

二、高端大米行业发展现状

- 1、我国高端大米行业市场规模
- 2、我国高端大米行业发展分析
- 3、中国高端大米企业发展分析
- 4、我国高端大米产品市场发展
- 5、我国高端大米市场结构分析

三、我国高端大米产品价格走势分析

- 1、高端大米市场定价机制组成
- 2、高端大米市场价格影响因素
- 3、高端大米产品价格走势分析
- 4、高端大米产品价格走势预测

四、我国高端大米市场产品消费分析

- 1、高端大米产品消费市场分析
- 2、高端大米产品消费者分析
- 3、高端大米产品消费偏好分析
- 4、高端大米产品消费特点分析
- 5、高端大米产品消费需求分析

五、我国高端大米产品市场形势分析

1、高端大米产品品牌发展形势

2、高端大米产品消费市场形势

六、我国高端大米行业发展趋势预测

第十章 我国大米行业营销趋势及策略分析

第一节 大米行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

二、大米营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 大米行业营销策略分析

一、渠道策略

1、采取CAB营销方式

2、微博营销，推广产品

3、多种经营方式销售

二、促销策略

1、网络促销策略

2、采取合适的促销策略

三、产品策略

第三节 大米品牌区域市场营销六策略

一、确定区域角色和相应战略目标

二、深入实际调查，建立客户档案

三、实行全员目标管理，销售指标责任到人

四、定位竞争对手，制定攻守方略

第四节 大米营销的发展趋势

一、未来大米市场营销的出路

二、中国大米营销的趋势预测

第五节 大米市场营销模式与面临的挑战

第十一章 中国大米行业流通渠道分析

第一节 大米行业流通过程综述

一、大米行业流通通道分析

二、大米行业流通各环节收益分析

1、水稻生产者收益分析

2、私人粮贩收益分析

3、粮库与米业公司收益分析

4、粮店、农贸市场与超市收益分析

第二节 大米行业物流渠道分析

一、大米行业流向与流量分析

1、中国大米产量分析

2、全国大米流向分析

二、大米行业物流渠道分析

1、农村大米物流渠道分析

2、港口大米物流渠道分析

3、六大跨省物流渠道分析

三、大米行业物流成本分析

四、大米行业物流趋势分析

第三节 大米行业销售渠道分析

一、大米行业批发渠道分析

二、大米行业零售渠道分析

1、粮店零售渠道

2、农贸市场零售渠道

3、超市零售渠道

三、大米行业私人粮贩渠道

第四节 大米行业销售策略分析

一、渠道策略——拓宽高档大米的销售渠道

1、采取CAB营销方式

2、微博营销，推广产品

3、多种经营方式销售

二、促销策略

1、网络促销策略

2、采取合适的促销策略

三、产品策略——提供优质的产品和服务，形成产品概念

第四部分 竞争格局分析

【大米市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?区域市场发展情况如何?品牌企业经营情况怎样?】

第十二章 大米行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、全国分省市大米产量分析

第二节 湖北省大米行业发展分析

其他地区分析如上

一、湖北省大米行业配套政策

二、湖北省水稻种植规模分析

三、湖北省大米产量规模分析

四、湖北省大米价格行情分析

五、湖北省大米行业供需结构

六、湖北省大米行业前景预测

第三节 安徽省大米行业发展分析

第四节 辽宁省大米行业发展分析

第五节 湖南省大米行业发展分析

第六节 黑龙江省大米行业发展分析

第七节 吉林省大米行业发展分析

第十三章 2026-2031年大米行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、大米行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、大米行业企业间竞争格局分析

三、大米行业集中度分析

四、大米行业SWOT分析

第二节 中国大米行业竞争格局综述

一、大米行业竞争概况

二、中国大米行业竞争力分析

三、中国大米产品竞争力优势分析

四、大米行业主要企业竞争力分析

第三节 大米行业竞争格局分析

一、国内外大米竞争分析

二、我国大米市场竞争分析

三、我国大米市场集中度分析

四、国内主要大米企业动向

五、国内大米企业拟在建项目分析

第四节 大米市场竞争策略分析

一、企业向规模化、集团化发展

二、品牌建设

三、开发新品，满足市场需求

四、选择优质粮机设备，保证生产工艺效果

五、增强大米质量安全意识，全面控制大米质量

六、加快稻米流通技术开发应用

七、建立企业信息系统

第十四章 2026-2031年大米行业领先企业经营形势分析

第一节 中国大米企业总体发展状况分析

一、大米企业主要类型

二、大米企业资本运作分析

三、大米行业企业排名分析

第二节 中国领先大米企业经营形势分析

一、中国储备粮管理总公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业财务指标分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业发展定位分析

8、企业经营优劣分析

二、黑龙江省北大荒米业集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

- 3、企业财务指标分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业品牌发展分析
- 8、企业经营优劣分析

三、光明米业(集团)有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业财务指标分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业经营模式分析
- 8、企业经营优劣分析

四、五常葵花阳光米业有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业财务指标分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络

7、企业经营优劣分析

8、企业前景规划分析

五、吉林粮食集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业财务指标分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业经营管理分析

8、企业经营优劣分析

六、辽宁鸭绿江米业(集团)有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业财务指标分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业研究创新分析

8、企业经营优劣分析

七、江苏省农垦米业集团有限公司

1、企业发展简况分析

- 2、企业产销能力分析
- 3、企业财务指标分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业种植基地分析
- 8、企业经营优劣分析

八、金健米业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业财务指标分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业大米品牌分析
- 8、企业经营优劣分析

九、北大荒绿洲米业有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业财务指标分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业工程建设分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业科技成果分析

8、企业经营优劣分析

十、中粮米业(盐城)有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业经营情况分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业运作模式分析

8、企业经营优劣分析

十一、安徽省稼仙米业集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业财务指标分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业生产条件分析

8、企业经营优劣分析

十二、江苏双兔食品股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业财务指标分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业品牌建设分析
- 8、企业经营优劣分析

十三、吉林省德春农业集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业财务指标分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业人才队伍分析
- 8、企业经营优劣分析

十四、吉林裕丰米业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业组织架构分析

- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业旗下品牌分析
- 8、企业经营优劣分析

十五、安徽省桐城青草香米业集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业经营模式分析
- 8、企业经营优劣分析

十六、东莞市太粮米业有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业人才队伍分析
- 8、企业经营优劣分析

十七、莆田市东南香米业发展有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业人才队伍分析
- 8、企业经营优劣分析

十八、鹤岗市三江平原米业集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业种植基地建设
- 8、企业经营优劣分析

十九、盘锦大米(集团)有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业发展规模分析

- 4、企业经营模式分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业生产条件分析
- 8、企业经营优劣分析

二十、江西金农米业集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业大米品牌分析
- 8、企业经营优劣分析

二十一、江西省百乐米业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业生产条件分析

8、企业经营优劣分析

二十二、河南方欣米业集团股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业发展规模分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业经营优劣分析

8、企业发展战略分析

二十三、黑龙江省人和米业有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业发展规模分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业信息平台分析

8、企业发展战略分析

二十四、华润五丰米业(中国)有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

- 3、企业发展规模分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业产业链建设分析
- 8、企业发展战略分析

二十五、安徽家乐米业有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业生产工艺分析
- 8、企业发展战略分析

二十六、四川省川粮米业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络

7、企业生产设备分析

8、企业发展战略分析

二十七、齐齐哈尔市宏河米业有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业发展规模分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业大米产业链分析

8、企业发展战略分析

二十八、湖北禾丰粮油集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产销能力分析

3、企业发展规模分析

4、企业组织架构分析

5、企业产品结构分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业人才队伍分析

8、企业发展战略分析

二十九、黑龙江清龙米业有限公司

1、企业发展简况分析

- 2、企业产销能力分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业水稻基地分析
- 8、企业发展战略分析

三十、上海乐惠米业有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产销能力分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业组织架构分析
- 5、企业产品结构分析
- 6、企业销售渠道与网络
- 7、企业生产设备分析
- 8、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

【未来大米行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资价值怎样?投资机会在哪里?】

第十五章 2026-2031年大米行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年大米市场发展前景

- 一、2026-2031年大米市场发展潜力
- 二、2026-2031年大米市场发展前景展望

三、2026-2031年大米细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年大米市场发展趋势预测

一、2026-2031年大米行业发展趋势

1、大米加工技术发展趋势

2、水稻种植技术发展趋势

3、大米科研发展趋势分析

二、2026-2031年大米市场规模预测

1、大米行业市场容量预测

2、大米行业销售收入预测

3、大米行业产能规模预测

三、2026-2031年大米行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国大米行业供需预测

一、2026-2031年中国大米行业供给预测

二、2026-2031年中国大米行业产量预测

三、2026-2031年中国大米市场销量预测

四、2026-2031年中国大米行业需求预测

五、2026-2031年中国大米行业供需平衡预测

第十六章 2026-2031年大米行业投资价值评估分析

第一节 大米行业投资特性分析

一、大米行业进入壁垒分析

二、大米行业盈利因素分析

三、大米行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年大米行业发展的影响因素

一、有利因素

- 1、消费需求增长，消费机构继续升级
- 2、科技进步为大米加工业提供新技术和新装备
- 3、农业产业结构调整加快

二、不利因素

- 1、产能过剩
- 2、行业集中度低
- 3、加工产业链条短
- 4、自主创新能力弱

三、大米行业稳定因素分析

第三节 2026-2031年大米行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

- 1、行业活力系数比较及分析
- 2、行业投资收益率比较及分析
- 3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十七章 2026-2031年大米行业投资机会与风险防范

第一节 大米行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、大米行业投资现状分析

第二节 2026-2031年大米行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、大米行业投资机遇

第三节 2026-2031年大米行业投资风险及防范

一、大米行业政策风险及防范

二、大米行业原料风险及防范

三、大米行业市场风险及防范

四、大米行业渠道风险及防范

五、大米行业体制风险及防范

六、大米行业运输风险及防范

七、大米行业品质风险及防范

八、大米行业其他风险及防范

第四节 中国大米行业投资建议

一、大米行业营销战略建议

二、大米行业品牌运作建议

三、大米行业主要投资建议

第六部分 发展战略研究

【大米行业面临哪些问题及瓶颈?有哪些解决对策?未来的投资战略和发展战略如何制定?】

第十八章 2026-2031年大米行业面临的困境及对策

第一节 大米行业面临的困境

- 一、中国大米行业发展的主要困境
- 二、利润率偏低
- 三、恶性竞争严重
- 四、消费者对行业信心不足

第二节 大米企业面临的困境及对策

- 一、重点大米企业面临的困境及对策
- 二、中小大米企业发展困境及策略分析
- 三、国内大米企业的出路分析

第三节 中国大米行业存在的问题及对策

- 一、中国大米行业存在的问题
- 二、大米行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施

第四节 中国大米市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国大米市场发展面临的挑战
- 二、中国大米市场发展对策分析

第十九章 大米行业发展战略研究

第一节 对我国大米品牌的战略思考

- 一、大米品牌的重要性

二、大米实施品牌战略的意义

三、大米企业品牌的现状分析

四、我国大米企业的品牌战略

五、大米品牌战略管理的策略

第二节 大米经营策略分析

一、大米市场细分策略

二、大米市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、大米新产品差异化战略

第三节 大米行业投资战略研究

一、2021-2026年大米行业投资战略

二、2026-2031年大米行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第四节 研究结论及发展建议

一、大米行业研究结论

二、主要品种大米研究结论

三、中道泰和大米行业发展建议

图表目录

图表：2021-2026年稻谷生产成本

图表：2021-2026年我国中晚籼稻产量

图表：2021-2026年中晚籼稻进口量

图表：2021-2026年我国粳稻产量

图表：2021-2026年粳稻进口量

图表：2021-2026年全国水稻种植面积情况

图表：2021-2026年全国粮食播种面积占比

图表：2021-2026年我国稻谷产量

图表：2021-2026年稻谷进口量

图表：中国南方稻区水稻种植区域分布情况

图表：中国北方稻区水稻种植区域分布情况

图表：2021-2026年大米行业主要经济指标统计表

图表：2021-2026年大米行业工业总产值及增长率走势

图表：2021-2026年全国大米行业需求规模

图表：2021-2026年全国大米消费量

图表：2021-2026年大米行业主要政策法规动向

图表：2021-2026年中国GDP及同比增速

图表：2021-2026年农村居民人均纯收入及变化

图表：2021-2026年城镇居民可支配收入及变化

图表：2021-2026年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2021-2026年社会消费品零售额及其增长情况

图表：2021-2026年居民消费价格主要指数

图表：2021-2026年中国进出口总额变化情况

图表：2021-2026年中国进出口总额月度变化情况

图表：2021-2026年全国粮食产量及变化

图表：2026-2031年大米行业市场容量预测

图表：2026-2031年大米行业销售收入预测

图表：2026-2031年大米行业产能规模预测

图表：2026-2031年中国大米行业供给预测

图表：2026-2031年中国大米行业产量预测

图表：2026-2031年中国大米市场销量预测

图表：2026-2031年中国大米行业需求预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：8604

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20161230/8604.shtml>

在线订购：[点击这里](#)