

2025-2031年供销合作社市场现状调 研分析及发展前景报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称：	2025-2031年供销合作社市场现状调研分析及发展前景报告		
报告编号：	138A013 ← 咨询订购时，请说明该编号		
报告价格：	电子版：9000 元	纸质+电子版：9200 元	
优惠价格：	电子版：8000 元	纸质+电子版：8300 元	可提供增值税专用发票
咨询热线：	400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099		
电子邮箱：	kf@Cir.cn		
详细内容：	https://www.cir.cn/3/01/GongXiaoHeZuoSheShiChangDiaoChaBaoGao.html		
提示信息：	如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。		

二、内容介绍

供销合作社是中国特有的农村合作经济组织形式，主要承担农业生产资料供应和农产品销售等职能。近年来，随着乡村振兴战略的实施，供销合作社在推动农业现代化、促进农民增收方面发挥了重要作用。目前，供销合作社正在经历改革转型，通过整合资源、拓展服务领域等方式，提高服务效率和质量。同时，随着互联网技术的应用，供销合作社也开始尝试线上销售、智慧农业等新模式，以适应新时代的发展需求。

未来，供销合作社的发展将更加注重服务模式的创新和服务能力的提升。产业调研网指出，一方面，随着数字乡村建设的推进，供销合作社将利用互联网、大数据等技术手段，搭建更加完善的线上线下服务体系，为农民提供更加便捷的服务。另一方面，随着农业产业链的延伸，供销合作社将加强与农业产业链上下游的合作，拓展金融服务、技术培训等多元化服务，帮助农民提高生产效益。此外，供销合作社还将加强对农村集体经济组织的支持，促进农村集体经济发展壮大，助力乡村振兴。

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 中.智林. 2025-2031年中国新农村建设与供销合作社发展前景

8.1 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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

略……

订阅“2025-2031年供销合作社市场现状调研分析及发展前景报告”，编号：138A013，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/3/01/GongXiaoHeZuoSheShiChangDiaoChaBaoGao.html>

热点：供销合作社属于什么单位性质、供销合作社联合社是做什么的、供销合作社条例、供销合作社
社有资产监督管理办法、供销合作社属于哪个部门管

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！