

2022-2028年中国微生物农 药行业发展趋势与前景趋势报告

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年中国微生物农药行业发展趋势与前景趋势报告》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/202203/275717.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

微生物农药（microbial pesticide）是指以细菌、真菌、病毒和原生动物或经基因修饰的微生物活体为有效成分，防治病、虫、草、鼠等有害生物的生物源农药。它包括以菌治虫、以菌治菌、以菌除草等。这类农药具有选择性强，对人、畜、农作物和自然环境安全，不伤害天敌，不易产生抗性等特点。这些微生物农药包括细菌、真菌、病毒等，例如苏云金杆菌、白僵菌、核多角体病毒、C型肉毒梭菌外毒素等。随着人们对环境保护越来越高的要求，微生物农药无疑是今后农药的发展方向之一。中企顾问网发布的《2022-2028年中国微生物农药行业发展趋势与前景趋势报告》共六章。首先介绍了中国微生物农药行业市场发展环境、微生物农药整体运行态势等，接着分析了中国微生物农药行业市场运行的现状，然后介绍了微生物农药市场竞争格局。随后，报告对微生物农药做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国微生物农药行业发展趋势与投资预测。您若想对微生物农药产业有个系统的了解或者想投资中国微生物农药行业，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1章 研究概要

1.1 研究定义

1.2 研究范围

第2章 微生物农药行业概况

2.1 微生物农药产业链图

2.2 行业监管体制

2.3 行业主要政策法规

2.4 微生物农药行业经营模式

2.5 微生物农药行业特征

2.5.1 周期性

2.5.2 区域性

2.5.3 季节性

第3章 2018年微生物农药行业市场分析

3.1 行业或市场分布

3.2 行业成本结构

3.3 行业毛利率

3.4 微生物农药行业2015-2019年市场规模

3.5 微生物农药行业2022-2028年市场预测

3.6 行业专利调查

第4章微生物农药行业市场成长驱动因素

4.1 有利因素

4.2 不利因素

4.3 行业进入壁垒或障碍

第5章微生物农药行业关键企业分析（ ）

5.1 行业竞争情况

5.2 上游供应关键企业

5.3 本行业主要竞争企业

5.4 下游需求采购用户

第6章微生物农药行业研究总结分析（ ）

6.1 行业PEST分析

6.2 行业SWOT分析

部分图表

图表 2015-2019年中国微生物农药行业市场规模（单位：亿元）

图表 2022-2028年中国微生物农药行业市场规模预测（单位：亿元）

更多图表请见正文……

4*2022-2028年中国互联网+微生物农药行业分析与投资战略咨询报告

微生物农药（microbial pesticide）是指以细菌、真菌、病毒和原生动物或经基因修饰的微生物活体为有效成分，防治病、虫、草、鼠等有害生物的生物源农药。它包括以菌治虫、以菌治菌、以菌除草等。这类农药具有选择性强，对人、畜、农作物和自然环境安全，不伤害天敌，不易产生抗性等特点。这些微生物农药包括细菌、真菌、病毒等，例如苏云金杆菌、白僵菌、核多角体病毒、C型肉毒梭菌外毒素等。随着人们对环境保护越来越高的要求，微生物农药无疑是今后农药的发展方向之一。微生物农药的建议

1

抓住发展机遇，加强微生物农药研究

中国农业可持续发展要求确保粮食安全，发展高产优质高效农业，维护资源的合理利用，建立良好的生态环境，以实现农业和农村的持续发展。要促进农业的可持续发展，推广应用微生物农药是重要的技术支撑之一。此外，随着中国加入WTO，国内市场进一步开放，中国农产品将面临严峻的挑战。发展优质、无公害的农产品，提高参与国际市场的竞争力，微生物农药将起着极其重要的作用。因此，要抓住机遇，大力发展微生物农药。

2

强化基础研究，加大研究力度

发展微生物农药，政府必须加大科研经费的投入。首先应建立省级微生物农药研究基地或工程中心，组成一支微生物农药科研队伍，围绕当前生产上主要农作物重大病虫害开展生物防治的研究，系统筛选高效菌株，建立优化的发酵、增殖生产工艺和规范的生产质量标准，组建配套的田间实用技术；其次要加强微生物农药作用机理的研究，可根据其作用位点和活性中心反推导，指导菌种选育，更新剂型，合成新农药的先导化合物，创制新农药。

3

加速微生物农药产业化进程

微生物农药的研究在立项的同时就应考虑到项目的最终目标是形成微生物农药产品，将要进入市场，因此，应着重对微生物农药的制剂加工、产品质量、环境行为等一系列问题开展研究，提高微生物农药商品的质量和竞争能力；政府应制定向微生物农药产业化倾斜政策，一方面要加大扶持微生物农药产业化的支持力度，另一方面要鼓励企业单位直接参与项目研究，使企业成为微生物农药研究成果转化为生产力的基地，促进微生物农药的产业化。

4

微生物农药的开发与无公害生产建设相结

合微生物农药是无公害农产品生产必须的生产资料，因此应该将微生物农药的开发和无公害农业生产基地的建设紧密结合，在广泛建立无公害农产品生产基地的同时大力推广应用微生物

物农药。围绕我省农业结构调整、提高农业效益、增加农民收入、改善农村生态环境的主题，结合我省无公害农业对植物保护研究的新要求，大力发展微生物农药，使微生物农药及其配套使用技术在农作物主要病虫害防治中发挥更大的作用，为“十五”期间加速我省农业由主要追求数量向注重质量效益的根本转变、保障食品安全、保护环境、促进农业可持续发展，提供有力的科技支撑。附：中国无残留农药研究达到国际先进水平一种以昆虫病毒为主的专门防治茶叶害虫的纯“活体微生物农药”，日前被国家农业部正式批准实现批量生产，开始在全国有机茶基地推广使用，这标志着中国无残留农药应用这一高科技领域已达到国际先进水平。这种最新研制的纯“活体微生物农药”被命名为“武大绿洲茶园”，是国家计委批准的“国家高技术产业化示范工程项目”中一项生物高新技术成果。它是按照联合国粮农组织（FAO）和世界卫生组织（WHO）共同创导使用的最有毒力和最安全的昆虫杆状病毒与其它微生物复合而成。由武汉大学生命科学院昆虫病毒研究所和湖北武大绿洲生物技术公司开发研制的“武大绿洲茶园”，是以茶尺蠖核型多角体病毒为主与其它微生物复合而成，是一种具有自主知识产权的纯生物杀虫剂。这也是国内外首例通过国家鉴定并可直接用于有机茶大面积防治茶尺蠖、茶毛虫、茶小卷叶蛾三大害虫的纯生物农药。 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+微生物农药行业分析与投资战略咨询报告》共八章。首先介绍了中国互联网+微生物农药行业市场发展环境、互联网+微生物农药整体运行态势等，接着分析了中国互联网+微生物农药行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+微生物农药市场竞争格局。随后，报告对互联网+微生物农药做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+微生物农药行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+微生物农药产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+微生物农药行业，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家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 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下微生物农药行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

根据预测，2020年中国网购用户数量将达6.59亿人，网购渗透率将达79.5%，交易金额将达6.82万亿元。随着中国电子商务市场向着更加成熟的高质量发展迈进，医疗电商行业也将得到进一步的发展。 2013-2020年中国网购交易金额走势预测

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下微生物农药行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网微生物农药行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 微生物农药与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 微生物农药所属行业发展现状分析

第一节 微生物农药行业发展现状分析

一、微生物农药行业产业政策分析

二、微生物农药行业发展现状分析

三、微生物农药行业主要企业分析

四、微生物农药行业市场规模分析

第二节 微生物农药行业市场前景分析

一、微生物农药行业发展机遇分析

二、微生物农药行业市场规模预测

三、微生物农药行业发展前景分析

第四章 微生物农药所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 微生物农药电商所属行业市场规模与渗透率

一、微生物农药电商总体开展情况

二、微生物农药电商交易规模分析

三、微生物农药电商渠道渗透率分析

第二节 微生物农药电商所属行业盈利能力分析

一、微生物农药电子商务发展有利因素

二、微生物农药电子商务发展制约因素

三、微生物农药电商行业经营成本分析

四、微生物农药电商行业盈利模式分析

五、微生物农药电商所属行业盈利水平分析

第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测

一、微生物农药电商行业市场空间测算

二、微生物农药电商市场规模预测分析

三、微生物农药电商发展趋势预测分析

第五章 微生物农药企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 微生物农药企业转型电商构建分析

一、微生物农药电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

(二) 电商网站建设

(三) 网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、微生物农药企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

第二节 微生物农药企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 微生物农药企业转型电商平台选择分析

一、微生物农药企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

（三）电商服务外包前景

五、微生物农药企业电商平台选择策略

第六章 微生物农药行业电子商务运营模式分析

第一节 微生物农药电子商务B2B模式分析

- 一、微生物农药电子商务B2B市场概况
- 二、微生物农药电子商务B2B盈利模式
- 三、微生物农药电子商务B2B运营模式
- 四、微生物农药电子商务B2B的供应链

第二节 微生物农药电子商务B2C模式分析

- 一、微生物农药电子商务B2C市场概况
- 二、微生物农药电子商务B2C市场规模
- 三、微生物农药电子商务B2C盈利模式
- 四、微生物农药电子商务B2C物流模式
- 五、微生物农药电商B2C物流模式选择

第三节 微生物农药电子商务C2C模式分析

- 一、微生物农药电子商务C2C市场概况
- 二、微生物农药电子商务C2C盈利模式
- 三、微生物农药电子商务C2C信用体系
- 四、微生物农药电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 微生物农药电子商务O2O模式分析

- 一、微生物农药电子商务O2O市场概况
- 二、微生物农药电子商务O2O优势分析
- 三、微生物农药电子商务O2O营销模式
- 四、微生物农药电子商务O2O潜在风险

第七章 微生物农药主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节 网站C

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节 网站D

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第五节 网站E

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第八章 微生物农药企业进入互联网领域投资策略分析（ ）

第一节 微生物农药企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 微生物农药企业转型电商物流投资分析

一、微生物农药企业电商自建物流分析

(一) 电商自建物流的优势分析

(二) 电商自建物流的负面影响

二、微生物农药企业电商外包物流分析()

第三节 微生物农药企业电商市场策略分析

图表目录：

图表 2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2022-2028年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统微生物农药消费存在的“痛点”

图表 微生物农药电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2015-2019年微生物农药电商交易规模趋势图

图表 2015-2019年微生物农药电商市场渗透率趋势图

图表 2022-2028年微生物农药电商交易规模预测趋势图

图表 2022-2028年微生物农药电商市场渗透率预测趋势图

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275717.html>