



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国蓝莓种植与深加工行业运营态势与投资前景研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国蓝莓种植与深加工行业运营态势与投资前景研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/188200.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

目录

第一篇 蓝莓基础篇 1

第一章 蓝莓产业相关概述 1

第一节 蓝莓作物基础概述 1

一、蓝莓特征 1

二、生长习性 1

三、繁殖培育 2

第二节 蓝莓病虫害及防治 2

第三节 蓝莓价值分析 3

一、蓝莓具观赏价值 3

二、蓝莓食用价值 4

三、蓝莓应用价值 5

四、蓝莓保健作用 5

第四节 蓝莓与花青素 6

一、花青素简述 6

二、花青素的功效 6

第二章 蓝莓种植与栽培品种研究 8

第一节 矮丛蓝莓 8

一、美登 (BLOMIDON) 8

二、芬蒂 (FUNDY) 8

第二节 半高丛蓝莓 8

一、北陆 (NORTHLAND) 8

二、北蓝 (NORTHBLUE) 8

三、北村 (NORTHCOUNTRY) 8

第三节 高丛蓝莓 9

一、康维尔 (COVILLE) 9

二、达柔 (DARROW) 蓝莓 9

三、蓝丰 (BLUECROP) 9

第四节 兔眼蓝莓 9

- 一、芭尔德温 (BALDWIN) 9
- 二、园蓝 (GARDENBLUE) 9
- 三、粉蓝 (POWDERBLUE) 10

第三章 2010-2011年世界蓝莓种植概况 11

第一节 2010-2011年世界蓝莓行业市场发展格局 11

- 一、全世界有近20个国家和地区开始蓝莓产业化栽培 11
- 二、世界蓝莓产区及品种研究 11
- 三、世界蓝莓种植产地分布不均衡 14

第二节 2010-2011年世界蓝莓种植与栽培产业化进程 14

- 一、世界蓝莓栽培面积 14
- 二、世界蓝莓产量 15
- 三、世界蓝莓种植与栽培技术研发 15
- 四、世界蓝莓产业化水平 16

第三节 2010-2011年世界蓝莓主产国种植分析 17

- 一、美国 17
 - 1、美国的蓝莓栽培面积 17
 - 2、美国的蓝莓形成完整产业链 17
- 二、欧洲 18
 - 1、欧洲引种栽培发展迅速 18
 - 2、欧洲野生蓝莓成产区优势 18

第四节 2011-2015年世界蓝莓行业发展趋势分析 18

第二篇 蓝莓产业篇 19

第四章 2010-2011年世界蓝莓市场运行透析 19

第一节 2010-2011年世界蓝莓市场总况 19

- 一、世界蓝莓市场供不应求 19
- 二、世界蓝莓市场容量大 19
- 三、世界蓝莓 (鲜果) 价格居高不下 19
- 四、国际市场蓝莓 (鲜果) 直接参与销售的比例 19
- 五、世界蓝莓深加工产品市场分析 (蓝莓酱) 20

第二节 2010-2011年全球蓝莓主产区市场动态分析 21

- 一、美国 21

1、美国蓝莓市场生产与消费情况分析 21

2、美国蓝莓外销市场分析 21

3、美国蓝莓市场价格分析 21

二、加拿大 22

三、波兰 22

四、荷兰 22

第三节 近几年世界蓝莓鲜果进出口贸易市场统计分析 22

一、美国 22

二、加拿大 23

三、智利 23

四、波兰 23

第三篇 中国蓝莓产业篇 24

第五章 2010-2011年中国蓝莓市场运行环境解析 24

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析 24

一、中国GDP分析 24

二、中国食品工业发展形势 27

三、消费价格指数分析 30

四、城乡居民收入分析 31

五、社会消费品零售总额 32

六、全社会固定资产投资分析 33

七、进出口总额及增长率分析 35

第二节 2010-2011年中国蓝莓市场政策环境分析 35

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析 35

二、水果加工政策分析 36

三、水果产业标准分析 38

四、水果进出口政策分析 39

第三节 2010-2011年中国蓝莓市场社会环境分析 47

一、居民消费观念 47

二、人们生活品质不断提高 48

第六章 2010-2011年国内外水果市场运行形势分析 52

第一节 2010-2011年全球水果市场分析 52

一、世界水果生产 52

二、世界水果贸易分析 53

三、国外水果业经营策略 60

第二节 2010-2011年中国水果行业发展综述 62

一、水果行业品牌发展分析 62

二、水果行业消费市场分析 64

三、北京09年11月份水果价格分析 65

第三节 2010-2011年中国水果产业市场发展分析 66

一、全国水果产量同比增长分析 66

二、全国水果产量省份四强分析 66

三、石市果品产量全省第一 69

第四节 2010-2011年中国水果产业市场动态分析 70

一、水果需求量分析 70

二、气候对水果需求量影响分析 72

三、今年水果消费需求将超过去年 74

第五节 2010-2011年影响中国水果市场供需的因素分析 75

第七章 2010-2011年中国蓝莓种植概况 84

第一节 2010-2011年中国蓝莓产业概况 84

一、中国本土蓝莓特点 84

二、我国栽培蓝莓起步较晚 84

三、截止2010年春天中国本土蓝莓种植面积 84

第二节 2010-2011年中国蓝莓种植结构分析 85

一、纯野生蓝莓 85

二、人工驯化培植蓝莓 85

第三节 2010-2011年中国本土蓝莓栽培品种及产区分布 85

一、东北地区——矮丛蓝莓 85

二、东北以南和长江以北大部分地区——北高丛蓝莓和半高丛蓝莓 85

三、长江以南地区——南高丛蓝莓和兔眼蓝莓 86

第四节 与世界其他蓝莓生产国还有相当的差距 86

第八章 2010-2011年中国蓝莓种植与栽培产业化研究 87

第一节 2010-2011年中国蓝莓种植产业动态分析 87

- 一、中国大兴安岭首届国际蓝莓节隆重开幕 87
- 二、蓝莓的推广在山东半岛地区也取得了惊人的成果 87

第二节 2010-2011年中国蓝莓种植与栽培产业化研究 88

- 一、中国蓝莓组建栽培基地情况 88
 - 1、千祥建起东阳市首个蓝莓规模基地 88
 - 2、平邑打造全国最大蓝莓生产基地 89
 - 3、兰博会引资5.2亿元 南川将建国家级蓝莓基地 89
- 二、中国蓝莓生产技术推广 90
- 三、中国蓝莓产业化生产栽培新进展 91

第九章 2010-2011年中国蓝莓（鲜果）市场运行态势分析 95

第一节 2010-2011年中国蓝莓（鲜果）市场供给情况 95

- 一、中国蓝莓作物亩产情况 95
- 二、中国蓝莓产量及占全球产量比重 95
- 三、中国产品种类供给比例不均衡 95

第二节 2010-2011年中国蓝莓（鲜果）市场消费情况分析 96

- 一、中国蓝莓鲜果市场销售情况 96
- 二、中国蓝莓市场售价（鲜果） 96

第三节 2010-2011年中国蓝莓经济效益分析 97

第四篇 中国蓝莓深加工产业篇 99

第十章 2010-2011年中国蓝莓深加工领域透析 99

第一节 2010-2011年中国蓝莓深加工运行简况 99

- 一、深加工遭遇原料不足产量制约大连蓝莓产业发展 99
- 二、中国蓝莓深加工技术与途径 99
- 三、中国蓝莓深加工成本与利润分析 100

第二节 2010-2011年中国蓝莓深加工领域分析 100

- 一、制作饮料 100
- 二、香料 101
- 三、酿酒 101

四、蓝莓提取物 105

五、蓝莓果酱 106

第十一章 2010-2011年中国蓝莓初加工及深加工重点企业分析 107

第一节 满洲里海威啤酒厂（蓝莓果汁） 107

一、企业概况 107

二、企业主要经济指标分析 107

三、企业盈利能力分析 108

四、企业偿债能力分析 108

五、企业运营能力分析 109

六、企业成长能力分析 109

第二节 吉林省天润生态食品有限公司（生态蓝莓） 109

一、企业概况 109

二、企业主要经济指标分析 110

三、企业盈利能力分析 111

四、企业偿债能力分析 111

五、企业运营能力分析 111

六、企业成长能力分析 112

第三节 大兴安岭超越野生浆果加工有限责任公司 112

一、企业概况 112

二、企业主要经济指标分析 112

三、企业盈利能力分析 113

四、企业偿债能力分析 113

五、企业运营能力分析 113

六、企业成长能力分析 114

第四节 其它 114

一、呼伦贝尔市三江饮品有限公司（蓝莓饮料） 114

二、青岛沃林蓝莓果业有限公司 116

三、伊春市鑫野实业有限公司 118

第五篇 中国蓝莓前景与投资篇 122

第十二章 2011-2015年中国蓝莓行业发展趋势与前景展望 122

第一节 2011-2015年中国蓝莓行业发展前景分析 122

一、种植蓝莓必将成为我国一种新兴的快速致富产业	122
二、我国蓝莓的种植区域广阔	122
三、蓝莓提取物市场前景预测	122
四、商业前景	123
第二节2011-2015年中国蓝莓行业发展趋势分析	123
第三节2011-2015年中国蓝莓行业市场预测分析	124
一、蓝莓行业市场供需预测分析	124
二、蓝莓市场价格预测分析	124
三、蓝莓初加工以及深加工产品市场前景预测	125
第四节 2011-2015年中国蓝莓市场盈利预测分析	125
第五节 2011-2015年中国蓝莓（鲜果）产业长远发展战略	126
一、应建一个品种展示园（蓝莓发展中求规模"大"而忽视品种"精"）	126
二、强力拓展市场销路	126
三、早日获取"绿色"认证	126
第六节 我国企业应加大蓝莓类保健产品的开发力度	127

第十三章 2011-2015年中国蓝莓行业投资战略研究 130

第一节 2010-2011年中国蓝莓产业投资概况	130
一、蓝莓投资期待爆发	130
二、蓝莓投资种植突现热潮	131
三、蓝莓种植利润分析	131
四、蓝莓投资拟在建项目分析	133
第二节2011-2015年中国蓝莓行业投资机会分析	139
一、蓝莓种植投资可行性研究	139
二、蓝莓深加工投资可行性研究	140
三、与产业链相关的投资机会分析	141
第三节2011-2015年中国蓝莓行业投资风险预警	141
一、宏观调控政策风险	141
二、市场竞争风险	142
三、原料供给风险	142
四、市场运营机制风险	143
第四节 专家投资建议	143

通过《2011-2015年中国蓝莓种植与深加工行业运营态势与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188200.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。