



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国食用橄榄油市 场分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国食用橄榄油市场分析预测及战略咨询报告》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/253274.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

第一章 中国橄榄油行业品牌发展环境分析1

第一节 产品/行业特征1

一、橄榄油定义1

二、橄榄油分类2

三、橄榄油消费特征7

第二节 2014年中国宏观经济发展环境分析13

一、2014年中国GDP增长情况分析13

二、2014年工业经济发展形势分析14

三、2014年全社会固定资产投资分析16

四、2014年社会消费品零售总额分析18

五、2014年城乡居民收入与消费分析19

六、2014年对外贸易的发展形势分析21

七、2013宏观经济发展形势27

第三节 橄榄油政策环境特征33

一、橄榄油行业相关政策分析33

二、食用植物油行业相关法规35

三、食用植物油行业相关政策42

第二章 全球橄榄油市场及主要品牌分析45

第一节 全球橄榄油市场分析45

一、世界橄榄油的主要生产地区45

二、全球橄榄油生产情况分析45

三、全球橄榄油需求状况分析46

第二节 国外主要橄榄油品牌市场分析46

一、百谷纳特级初榨橄榄油46

二、伯爵牌橄榄油系列47

三、奥利佛特级初榨橄榄油48

四、SUMICH特级初榨橄榄油50

五、欧丽薇兰特级初榨橄榄油52

六、阿格利司53

七、贝蒂斯56

八、欧蕾59

九、亿芭利-品利62

十、克里特大地64

第三章 2009-2014年3季度中国食用橄榄油市场规模分析69

第一节 中国食用橄榄油市场规模分析69

第二节 我国食用橄榄油区域结构分析69

第三节 中国食用橄榄油区域市场规模分析70

一、东北地区市场规模分析70

二、华北地区市场规模分析71

三、华东地区市场规模分析72

四、华中地区市场规模分析73

五、华南地区市场规模分析74

六、西北地区市场规模分析75

七、西南地区市场规模分析76

第四节 中国食用橄榄油市场规模预测77

第四章 2009-2014年3季度中国食用橄榄油需求与消费状况分析78

第一节 中国食用橄榄油产量分析78

第二节 中国食用橄榄油历年消费量分析79

第三节 食用橄榄油产品目标客户群体调查79

一、不同收入水平消费者偏好调查79

二、不同年龄的消费者偏好调查80

三、不同地区的消费者偏好调查81

第四节 食用橄榄油产品的品牌市场调查82

一、消费者对食用橄榄油品牌认知度宏观调查82

二、消费者对食用橄榄油产品的品牌偏好调查83

三、消费者对食用橄榄油品牌的首要认知渠道84

四、消费者经常购买的品牌调查85

五、食用橄榄油品牌忠诚度调查87

六、食用橄榄油市场状况88

七、产品状况89

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析90

一、价格敏感程度90

二、品牌的影响	91
三、购买方便的影响	91
四、广告的影响程度	92
五、包装的影响程度	92
第五章 2009-2014年3季度中国食用橄榄油行业市场价格分析	93
第一节 价格形成机制分析	93
第二节 中国食用橄榄油行业平均价格趋向势分析	93
第三节 中国食用橄榄油行业价格趋向预测分析	94
第六章 中国橄榄油行业进出口市场情况分析	96
第一节 中国初榨油橄榄油进出口分析	96
一、初榨油橄榄油进口分析	96
二、初榨油橄榄油出口分析	98
第二节 中国精制油橄榄油进出口分析	99
一、精制油橄榄油进口分析	99
二、精制油橄榄油出口分析	101
第七章 中国主要橄榄油企业竞争力分析	103
第一节 上海嘉里食品工业有限公司	103
一、企业发展基本情况	103
二、企业主要经济指标	104
三、企业偿债能力分析	104
四、企业盈利能力分析	105
五、企业运营能力分析	105
六、企业成长能力分析	106
第二节 上海佳格食品有限公司	106
一、企业发展基本情况	106
二、企业主要经济指标	107
三、企业偿债能力分析	107
四、企业盈利能力分析	108
五、企业运营能力分析	109
六、企业成长能力分析	110
第三节 中粮艾地盟粮油工业(菏泽)有限公司	110
一、企业发展基本情况	110

二、企业主要经济指标111

三、企业偿债能力分析112

四、企业盈利能力分析112

五、企业运营能力分析113

六、企业成长能力分析114

第四节 山东鲁花集团有限公司114

一、企业发展基本情况114

二、企业主要经济指标118

三、企业偿债能力分析118

四、企业盈利能力分析119

五、企业运营能力分析120

六、企业成长能力分析121

第五节 陇南市田园油橄榄科技开发有限公司121

一、企业发展基本情况121

二、企业主要经济指标125

三、企业偿债能力分析125

四、企业盈利能力分析126

五、企业运营能力分析127

六、企业成长能力分析128

第六节 陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司128

一、企业发展基本情况128

二、企业主要经济指标129

三、企业偿债能力分析130

四、企业盈利能力分析130

五、企业运营能力分析131

六、企业成长能力分析132

第七节 福州田园乐橄榄油贸易有限公司132

一、企业发展基本情况132

二、企业主要经济指标133

三、企业偿债能力分析134

四、企业盈利能力分析134

五、企业运营能力分析135

六、企业成长能力分析	136
第八节 美格尔橄榄油业（苏州）有限公司	136
一、企业发展基本情况	136
二、企业主要经济指标	137
三、企业偿债能力分析	137
四、企业盈利能力分析	138
五、企业运营能力分析	139
六、企业成长能力分析	140
第九节 深圳市巨万阳光食品股份有限公司	140
一、企业发展基本情况	140
二、企业主要经济指标	141
三、企业偿债能力分析	142
四、企业盈利能力分析	142
五、企业运营能力分析	143
六、企业成长能力分析	144
第十节 益海嘉里粮油深圳有限公司	144
一、企业发展基本情况	144
二、企业主要经济指标	146
三、企业偿债能力分析	146
四、企业盈利能力分析	147
五、企业运营能力分析	147
六、企业成长能力分析	148
第八章 中国食用橄榄油行业竞争格局分析	149
第一节 食用橄榄油行业历史竞争格局概况	149
一、食用橄榄油行业集中度分析	149
二、食用橄榄油行业竞争程度分析	149
第二节 食用橄榄油行业企业竞争状况分析	151
一、领导企业的市场力量	151
二、其他企业的竞争力	152
第三节 中国食用橄榄油行业竞争格局展望	153
第九章 2015-2020年中国食用橄榄油行业发展预测	155
第一节 食用橄榄油行业工业总产值预测	155

第二节 食用橄榄油行业销售收入预测	155
第三节 食用橄榄油行业总资产预测	156
第十章 2015-2020年我国食用橄榄油行业投资价值与投资策略分析	157
第一节 食用橄榄油行业投资价值分析	157
第二节 中国食用橄榄油行业投资风险预警	159
一、宏观调控风险预警	159
二、行业竞争风险预警	172
三、供需波动风险预警	172
四、技术风险预警	173
五、经营管理风险预警	173
六、其他风险	174
第三节 食用橄榄油行业投资策略分析	175
一、重点投资品种分析	175
二、重点投资地区分析	180
第十一章 食用橄榄油行业SWOT分析	182
第一节 当前食用橄榄油企业发展的优劣势分析	182
第二节 我国食用橄榄油企业的机会与威胁分析	183
一、企业发展的市场机会分析	183
二、企业发展面临威胁分析	183
图表目录：	
图表1：欧盟执行的橄榄油分类标准 EEC 2568/91及EC 1989/20034	
图表2：2008-2014年我国国内生产总值情况 单位：万亿元14	
图表3：固定资产投资（不含农户）同比增速16	
图表4：分地区投资相邻两月累计同比增速17	
图表5：2007-2014年社会消费品零售总额19	
图表6：2008-2014年1季度中国进出口贸易情况21	
图表7：2014年货物进出口总额及其增长速度21	
图表8：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度22	
图表9：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度22	
图表10：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度23	
图表11：2014年非金融领域外商直接投资及其增长速度23	
图表12：2009-2014年Q3全球橄榄油生产情况分析45	

图表 13 : 2009-2014年Q3全球橄榄油需求状况分析46

图表 14 : 2009-2014年三季度中国橄榄油市场规模69

图表 15 : 2009-2014年三季度中国橄榄油市场规模及增长情况69

图表 16 : 2009-2014年三季度中国橄榄油市场规模结构69

图表 17 : 2014年中国橄榄油市场规模结构70

图表 18 : 2009-2014年三季度东北地区橄榄油市场规模70

图表 19 : 2009-2014年三季度东北地区橄榄油市场规模及增长情况71

图表 20 : 2009-2014年三季度华北地区橄榄油市场规模71

图表 21 : 2009-2014年三季度华北地区橄榄油市场规模及增长情况72

图表 22 : 2009-2014年三季度华东地区橄榄油市场规模72

图表 23 : 2009-2014年三季度华东地区橄榄油市场规模及增长情况73

图表 24 : 2009-2014年三季度华中地区橄榄油市场规模73

图表 25 : 2009-2014年三季度华中地区橄榄油市场规模及增长情况74

图表 26 : 2009-2014年三季度华南地区橄榄油市场规模74

图表 27 : 2009-2014年三季度华南地区橄榄油市场规模及增长情况75

图表 28 : 2009-2014年三季度西北地区橄榄油市场规模75

图表 29 : 2009-2014年三季度西北地区橄榄油市场规模及增长情况76

图表 30 : 2009-2014年三季度西南地区橄榄油市场规模76

图表 31 : 2009-2014年三季度西南地区橄榄油市场规模及增长情况77

图表 32 : 2015-2020年中国橄榄油市场规模预测77

图表 33 : 2009-2014年Q3中国食用橄榄油产量分析78

图表 34 : 2009-2014年Q3中国食用橄榄油历年消费量分析79

图表 35 : 不同收入水平消费者对食用橄榄油产品偏好调查80

图表 36 : 不同地区消费者对食用橄榄油产品偏好调查81

图表 37 : 不同地区消费者对食用橄榄油产品偏好调查82

图表 38 : 消费者对橄榄油保健功能的认知情况83

图表 39 : 2014年客户对食用橄榄油产品的品牌偏好调查84

图表 40 : 客户对食用橄榄油品牌的首要认知渠道分析85

图表 41 : 消费者经常购买的品牌调查86

图表 42 : 2014年食用橄榄油品牌忠诚度调查分析88

图表 43 : 消费者获取信息的途径比例89

图表 44 : 居民常购买橄榄油等级分布情况89

图表 45：不同地区价格敏感程度90

图表 46：不同地区品牌的影响91

图表 47：不同地区购买方便的影响91

图表 48：不同地区广告的影响程度92

图表 49：不同地区包装的影响程度92

图表 50：2009-2014年Q3中国食用橄榄油行业均价走势分析94

图表 51：2009-2014年Q3初榨油橄榄油进口数量情况 单位：千克96

图表 52：2009-2014年Q3初榨油橄榄油进口金额情况 单位：美元96

图表 53：2009-2014年Q3初榨油橄榄油进口来源分析96

图表 54：2009-2014年Q3初榨油橄榄油进口价格分析 单位：美元/千克97

图表 55：2009-2014年Q3初榨油橄榄油出口数量情况 单位：千克98

图表 56：2009-2014年Q3初榨油橄榄油出口金额情况 单位：美元98

图表 57：2014年Q3初榨油橄榄油出口流向分析98

图表 58：2009-2014年Q3初榨油橄榄油出口价格分析 单位：美元/千克99

图表 59：2009-2014年Q3精制油橄榄油进口数量情况 单位：千克99

图表 60：2009-2014年Q3精制油橄榄油进口金额情况 单位：美元100

图表 61：2014年Q3精制油橄榄油进口来源分析100

图表 62：2009-2014年Q精制油橄榄油进口价格分析 单位：美元/千克101

图表 63：2009-2014年Q精制油橄榄油出口数量情况 单位：千克101

图表 64：2009-2014年Q3精制油橄榄油出口金额情况 单位：美元101

图表 65：2014年Q3精制油橄榄油出口流向分析102

图表 66：2009-2014年Q3精制油橄榄油出口价格分析 单位：美元/千克102

图表 67：上海嘉里食品工业有限公司简介103

图表 68：2008-2014年上海嘉里食品工业有限公司经济指标 单位：千元104

图表 69：2008-2014年上海嘉里食品工业有限公司偿债能力104

图表 70：上海嘉里食品工业有限公司偿债能力变化情况104

图表 71：2008-2014年上海嘉里食品工业有限公司盈利能力105

图表 72：上海嘉里食品工业有限公司盈利能力变化情况105

图表 73：2008-2014年上海嘉里食品工业有限公司运营能力105

图表 74：上海嘉里食品工业有限公司运营能力变化情况106

图表 75：2008-2014年上海嘉里食品工业有限公司成长能力106

图表 76：2008-2014年上海佳格食品有限公司经济指标 单位：千元107

图表 77：2008-2014年上海佳格食品有限公司偿债能力107

图表 78：上海佳格食品有限公司偿债能力变化情况108

图表 79：2008-2014年上海佳格食品有限公司盈利能力108

图表 80：上海佳格食品有限公司盈利能力变化情况109

图表 81：2008-2014年上海佳格食品有限公司运营能力109

图表 82：上海佳格食品有限公司运营能力变化情况110

图表 83：2008-2014年上海佳格食品有限公司成长能力110

图表 84：2008-2014年中粮艾地盟粮油经济指标 单位：千元111

图表 85：2008-2014年中粮艾地盟粮油工业（菏泽）有限公司偿债能力112

图表 86：中粮艾地盟粮油工业（菏泽）有限公司偿债能力变化情况112

图表 87：2008-2014年中粮艾地盟粮油工业（菏泽）有限公司盈利能力112

图表 88：中粮艾地盟粮油工业（菏泽）有限公司盈利能力变化情况113

图表 89：2008-2014年中粮艾地盟粮油工业（菏泽）有限公司运营能力113

图表 90：中粮艾地盟粮油工业（菏泽）有限公司运营能力变化情况114

图表 91：2008-2014年中粮艾地盟粮油工业（菏泽）有限公司成长能力114

图表 92：2008-2014年山东鲁花集团有限公司经济指标 单位：千元118

图表 93：2008-2014年山东鲁花集团有限公司偿债能力118

图表 94：山东鲁花集团有限公司偿债能力变化情况119

图表 95：2008-2014年山东鲁花集团有限公司盈利能力119

图表 96：山东鲁花集团有限公司盈利能力变化情况120

图表 97：2008-2014年山东鲁花集团有限公司运营能力120

图表 98：山东鲁花集团有限公司运营能力变化情况121

图表 99：2008-2014年山东鲁花集团有限公司成长能力121

图表 100：2008-2014年陇南田园油橄榄经济指标 单位：千元125

图表 101：2008-2014年陇南田园油橄榄科技开发有限公司偿债能力125

图表 102：南田园油橄榄科技开发有限公司偿债能力变化情况126

图表 103：2008-2014年陇南田园油橄榄科技开发有限公司盈利能力126

图表 104：陇南田园油橄榄科技开发有限公司盈利能力变化情况127

图表 105：2008-2014年陇南田园油橄榄科技开发有限公司运营能力127

图表 106：南田园油橄榄科技开发有限公司运营能力变化情况128

图表 107：2008-2014年陇南田园油橄榄科技开发有限公司成长能力128

图表 108：2008-2014年陇南市祥宇油橄榄经济指标 单位：千元129

图表 109 : 2008-2014年陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司偿债能力130

图表 110 : 陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司偿债能力变化情况130

图表 111 : 2008-2014年陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司盈利能力130

图表 112 : 陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司盈利能力变化情况131

图表 113 : 2008-2014年陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司运营能力131

图表 114 : 市祥宇油橄榄开发有限责任公司运营能力变化情况132

图表 115 : 2008-2014年陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司成长能力132

图表 116 : 公司业务分部133

图表 117 : 2008-2014年福州田园乐橄榄油经济指标 单位 : 千元133

图表 118 : 2008-2014年福州田园乐橄榄油贸易有限公司偿债能力134

图表 119 : 福州田园乐橄榄油贸易有限公司偿债能力变化情况134

图表 120 : 2008-2014年福州田园乐橄榄油贸易有限公司盈利能力134

图表 121 : 福州田园乐橄榄油贸易有限公司盈利能力变化情况135

图表 122 : 2008-2014年福州田园乐橄榄油贸易有限公司运营能力135

图表 123 : 福州田园乐橄榄油贸易有限公司运营能力变化情况136

图表 124 : 2008-2014年福州田园乐橄榄油贸易有限公司成长能力136

图表 125 : 2008-2014年美格尔橄榄油业经济指标 单位 : 千元137

图表 126 : 2008-2014年美格尔橄榄油业(苏州)有限公司偿债能力137

图表 127 : 格尔橄榄油业(苏州)有限公司偿债能力变化情况138

图表 128 : 2008-2014年美格尔橄榄油业(苏州)有限公司盈利能力138

图表 129 : 格尔橄榄油业(苏州)有限公司盈利能力变化情况139

图表 130 : 2008-2014年美格尔橄榄油业(苏州)有限公司运营能力139

图表 131 : 美格尔橄榄油业(苏州)有限公司运营能力变化情况140

图表 132 : 2008-2014年美格尔橄榄油业(苏州)有限公司成长能力140

图表 133 : 2008-2014年巨万阳光经济指标 单位 : 千元141

图表 134 : 2008-2014年深圳市巨万阳光股份有限公司偿债能力142

图表 135 : 深圳市巨万阳光股份有限公司偿债能力变化情况142

图表 136 : 2008-2014年深圳市巨万阳光股份有限公司盈利能力142

图表 137 : 深圳市巨万阳光股份有限公司盈利能力变化情况143

图表 138 : 2008-2014年深圳市巨万阳光股份有限公司运营能力143

图表 139 : 深圳市巨万阳光股份有限公司运营能力变化情况144

图表 140 : 2008-2014年深圳市巨万阳光股份有限公司成长能力144

- 图表 141：益海嘉里粮油（深圳）有限公司简介145
- 图表 142：2008-2014年益海嘉里粮油经济指标 单位：千元146
- 图表 143：2008-2014年益海嘉里粮油深圳有限公司偿债能力146
- 图表 144：益海嘉里粮油（深圳）有限公司偿债能力变化情况146
- 图表 145：2008-2014年益海嘉里粮油深圳有限公司盈利能力147
- 图表 146：益海嘉里粮油（深圳）有限公司盈利能力变化情况147
- 图表 147：2008-2014年益海嘉里粮油深圳有限公司运营能力147
- 图表 148：益海嘉里粮油（深圳）有限公司运营能力变化情况148
- 图表 149：2008-2014年益海嘉里粮油深圳有限公司成长能力148

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253274.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提供投资咨询报告、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。