



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国国产蔬菜市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国国产蔬菜市场分析及投资策略研究报告》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/267287.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

报告目录：

第一章国产品牌蔬菜发展环境分析-15-

第一节经济环境分析-15-

一、经济发展状况-15-

二、收入增长情况-21-

三、固定资产投资-22-

四、存贷款利率变化-29-

五、人民币汇率变化-32-

六、金融危机对蔬菜行业影响分析-34-

第二节政策环境分析-36-

第三节社会环境分析-40-

一、人口规模分析-40-

二、年龄结构分析-42-

三、学历结构分析-43-

第四节技术环境分析-45-

一、技术发展现状-45-

二、新技术的发展-48-

三、技术发展趋势-48-

第二章中国蔬菜市场规模分析-49-

第一节2007-2015年中国蔬菜市场规模分析-49-

第二节2007-2015年我国蔬菜区域结构分析-50-

第三节中国蔬菜区域市场规模分析-51-

一、东北地区市场规模分析-51-

二、华北地区市场规模分析-52-

三、华东地区市场规模分析-54-

四、华中地区市场规模分析-55-

五、华南地区市场规模分析-56-

六、西部地区市场规模分析-58-

第四节2015-2020年中国蔬菜市场规模预测-59-

第三章中国蔬菜需求与消费者偏好调查-61-

第一节2007-2015年中国蔬菜产量统计分析-61-
第二节2007-2015年中国蔬菜历年消费量统计分析-62-
第三节蔬菜产品目标客户群体调查-63-
二、不同年龄的消费者偏好调查-64-
三、不同地区的消费者偏好调查-65-
第四节蔬菜产品的品牌市场调查-65-
一、消费者对蔬菜品牌认知度宏观调查-65-
二、消费者对蔬菜产品的品牌偏好调查-66-
三、消费者对蔬菜品牌的首要认知渠道-66-
四、消费者经常购买的品牌调查-67-
五、蔬菜品牌忠诚度调查-68-
六、蔬菜品牌市场占有率调查-69-
七、消费者的消费理念调研-69-
第五节不同客户购买相关的态度及影响分析-70-
一、价格敏感程度-70-
二、品牌的影响-71-
三、购买方便的影响-72-
四、广告的影响程度-72-
五、包装的影响程度-73-
第四章国产品牌蔬菜市场价格分析-74-
第一节价格形成机制分析-74-
第二节2007-2015年国产品牌蔬菜平均价格趋向势分析-74-
第三节2015-2020年国产品牌蔬菜价格趋向预测分析-75-
第五章国产品牌蔬菜进出口市场情况分析-77-
第一节2007-2015年国产品牌蔬菜进出口量分析-77-
一、2007-2015年国产品牌蔬菜进口分析-77-
二、2007-2015年国产品牌蔬菜出口分析-78-
第二节2015-2020年国产品牌蔬菜进出口市场预测分析-79-
一、2015-2020年国产品牌蔬菜进口预测-79-
二、2015-2020年国产品牌蔬菜出口预测-80-
第六章国产蔬菜优势品牌企业分析-82-
第一节五行蔬菜汤（长春麒麟五行食品有限公司）-82-

一、企业概况	-82-
三、品牌市场份额	-83-
四、品牌竞争策略	-83-
第二节寿光蔬菜（山东寿光蔬菜集团）	-84-
一、企业概况	-84-
二、企业经营状况	-85-
三、品牌市场份额	-86-
四、品牌竞争策略	-86-
第三节晨农(昆明晨农集团)	-87-
一、企业概况	-87-
二、企业经营状况	-88-
三、品牌市场份额	-89-
四、品牌竞争策略	-90-
第四节绿富隆（北京绿福隆业股份有限公司）	-90-
一、企业概况	-90-
二、企业经营状况	-90-
三、品牌市场份额	-91-
四、品牌竞争策略	-92-
第五节华农（大连华农集团）	-92-
一、企业概况	-92-
二、企业经营状况	-93-
三、品牌市场份额	-94-
四、品牌竞争策略	-94-
第六节兴大（山东省兴大食品集团）	-95-
一、企业概况	-95-
二、企业经营状况	-95-
三、品牌市场份额	-96-
四、品牌竞争策略	-97-
第七节盈享（山东盈享果蔬集团）	-97-
一、企业概况	-97-
二、企业经营状况	-97-
三、品牌市场份额	-98-

四、品牌竞争策略-99-
第八节皖江（安徽皖江集团）-99-
一、企业概况-99-
二、企业经营状况-100-
三、品牌市场份额-101-
四、品牌竞争策略-102-
第九节山华（黄山山华集团）-102-
一、企业概况-102-
二、企业经营状况-103-
三、品牌市场份额-104-
四、品牌竞争策略-105-
第十节耀华（青岛耀华国际集团有限公司）-105-
一、企业概况-105-
二、企业经营状况-105-
三、品牌市场份额-106-
四、品牌竞争策略-107-
第七章国产品牌蔬菜竞争格局分析-108-
第一节蔬菜行业历史竞争格局概况-108-
一、蔬菜行业集中度分析-108-
二、蔬菜行业竞争程度分析-109-
第二节蔬菜行业企业竞争状况分析-109-
一、领导企业的市场力量-109-
二、其他企业的竞争力-110-
第三节2015-2020年国产品牌蔬菜竞争格局展望-111-
第八章2015-2020年国产品牌蔬菜发展预测-112-
第一节2015-2020年蔬菜行业产量预测-112-
第二节2015-2020年蔬菜行业总资产预测-113-
第三节2015-2020年蔬菜行业工业总产值预测-114-
第四节2015-2020年蔬菜行业销售收入预测-115-
第九章2015-2020年我国蔬菜行业投资价值与投资策略分析-117-
第一节行业SWOT模型分析-117-
第一节行业SWOT模型分析-118-

一、优势分析-118-

二、劣势分析-118-

三、机会分析-118-

四、风险分析-118-

第二节蔬菜行业投资价值分析-119-

一、行业盈利能力-119-

二、行业偿债能力-119-

三、行业发展能力-120-

第三节2015-2020年国产品牌蔬菜投资风险预警-120-

一、金融危机风险预警-120-

二、行业竞争风险预警-121-

三、技术风险预警-121-

四、经营管理风险预警-122-

第四节蔬菜行业投资策略分析-122-

一、重点投资品种分析-122-

二、重点投资地区分析-122-

图表目录:

图表1、历年国内生产总值及其增长速度-15-

图表2、2007-2015年我国规模以上工业增加值月度增速情况-16-

图表3、2009-2014年我国轻重工业增加值情况-16-

图表4、2007-2015年我国工业企业实现利润情况-17-

图表5、2007-2015年我国工业企业亏损情况-17-

图表6、2007-2015年我国工业生产资料价格变化情况-18-

图表7、2007-2014年我国工业品和原燃料价格变化情况-18-

图表8、2007-2015年工业增加值增长速度-19-

图表9、2007-2015年国有企业营业收入、利润增长变化趋势-20-

图表10、2007-2015年居民消费价格分类指数分析-21-

图表11、2007-2015年我国CPI和PPI情况-21-

图表12、2007-2015年分行业城镇固定资产投资及其增长速度-23-

图表13、2007-2015年固定资产投资新增主要生产能力-25-

图表14、2014年城镇固定资产投资情况-25-

图表15、2006-2007-2015年固定资产投资及增速-27-

图表16、2007-2015年分行业外商直接投资及增速-27-

图表17、2014年最新贷款利率表-31-

图表18、2014年最新存款利率表-31-

图表19、2007-2015年中国广义货币供应量增幅加快-32-

图表20、2007-2014年中国人口数及其构成单位：万人-41-

图表21、2014-2015年我国人口数量变化（亿人）-42-

图表22、2007-2015年我国人口年龄结构分析图-42-

图表23、2007-2015年我国蔬菜行业职工学历结构图-43-

图表24、2007-2015年我国蔬菜行业管理人员学历结构图-44-

图表25、2007-2015年中国蔬菜市场规模变化-49-

图表26、2007-2015年中国蔬菜市场规模变化图-49-

图表27、2007-2015年中国蔬菜市场销售收入区域分布图-50-

图表28、2007-2015年东北地区蔬菜市场规模变化-51-

图表29、2007-2015年东北地区蔬菜市场规模变化图-52-

图表30、2007-2015年华北地区蔬菜市场规模变化-52-

图表31、2007-2015年华北地区蔬菜市场规模变化图-53-

图表32、2007-2015年华东地区蔬菜市场规模变化-54-

图表33、2007-2015年华东地区蔬菜市场规模变化图-54-

图表34、2007-2015年华中地区蔬菜市场规模变化-55-

图表35、2007-2015年华中地区蔬菜市场规模变化图-56-

图表36、2007-2015年华南地区蔬菜市场规模变化-56-

图表37、2007-2015年华南地区蔬菜市场规模变化图-57-

图表38、2007-2015年西部地区蔬菜市场规模变化-58-

图表39、2007-2015年西部地区蔬菜市场规模变化图-58-

图表40、2015-2020年中国蔬菜市场规模预测表-59-

图表41、2015-2020年中国蔬菜市场规模预测图-59-

图表42、2007-2015年我国蔬菜产量变化表-61-

图表43、2007-2015年我国蔬菜产量变化图-61-

图表44、2007-2015年我国蔬菜消费量变化表-62-

图表45、2007-2015年我国蔬菜消费量变化图-63-

图表46、不同收入水平消费者偏好调查-63-

图表47、不同年龄的消费者偏好分析-64-

图表48、2007-2015年蔬菜消费区域分布比率图-65-

图表49、消费者对蔬菜的品牌认知度调查-66-

图表50、消费者认知渠道分析-66-

图表51、消费者经常购买的品牌调查-67-

图表52、消费者蔬菜品牌忠诚度分析-68-

图表53、蔬菜品牌市场占有率分析-69-

图表54、2007-2015年蔬菜消费者的消费理念调研-69-

图表55、消费者价格敏感程度分析-70-

图表56、品牌对消费者购买的影响力分析-71-

图表57、消费者最常购买蔬菜的地方-72-

图表58、最吸引消费者的调味品概念-72-

图表59、消费者购买调味品最重视的因素-73-

图表60、2007-2015年蔬菜行业成本结构-74-

图表61、2007-2015年我国蔬菜批发价格分析-74-

图表62、2015-2020年中国蔬菜平均价格预测图-75-

图表63、2007-2015年国产品牌蔬菜进口量变化-77-

图表64、2007-2015年国产品牌蔬菜进口量变化图-77-

图表65、2007-2015年国产品牌蔬菜出口量变化-78-

图表66、2007-2015年国产品牌蔬菜出口量变化图-79-

图表67、2015-2020年国产品牌蔬菜进口量预测表-79-

图表68、2015-2020年国产品牌蔬菜进口量预测图-80-

图表69、2015-2020年国产品牌蔬菜出口量预测表-80-

图表70、2015-2020年国产品牌蔬菜出口量预测图-81-

图表71、2007-2015年长春麒麟五行食品有限公司盈利能力类财务指标分析-82-

图表72、2007-2015年长春麒麟五行食品有限公司偿债能力类财务指标分析-82-

图表73、2015年五行蔬菜品牌市场份额分析-83-

图表74、2007-2015年山东寿光蔬菜集团盈利能力类财务指标分析-85-

图表75、2007-2015年山东寿光蔬菜集团偿债能力类财务指标分析-85-

图表76、2015年寿光蔬菜品牌市场份额分析-86-

图表77、2007-2015年昆明晨农集团盈利能力类财务指标分析-88-

图表78、2007-2015年昆明晨农集团偿债能力类财务指标分析-88-

图表79、2015年晨农蔬菜品牌市场份额分析-89-

图表80、2007-2015年北京绿福隆业股份有限公司盈利能力类财务指标分析-90-

图表81、2007-2015年北京绿福隆业股份有限公司偿债能力类财务指标分析-91-

图表82、2015年绿富隆蔬菜品牌市场份额分析-91-

图表83、2007-2015年大连华农集团盈利能力类财务指标分析-93-

图表84、2007-2015年大连华农集团偿债能力类财务指标分析-93-

图表85、2015年华农蔬菜品牌市场份额分析-94-

图表86、2007-2015年山东省兴大食品集团盈利能力类财务指标分析-95-

图表87、2007-2015年山东省兴大食品集团偿债能力类财务指标分析-96-

图表88、2015年兴大蔬菜品牌市场份额分析-96-

图表89、2007-2015年山东盈享果蔬集团盈利能力类财务指标分析-97-

图表90、2007-2015年山东盈享果蔬集团偿债能力类财务指标分析-98-

图表91、2015年盈享蔬菜品牌市场份额分析-98-

图表92、2007-2015年安徽皖江集团盈利能力类财务指标分析-100-

图表93、2007-2015年安徽皖江集团偿债能力类财务指标分析-101-

图表94、2015年皖江蔬菜品牌市场份额分析-101-

图表95、2007-2015年黄山山华集团盈利能力类财务指标分析-103-

图表96、2007-2015年黄山山华集团偿债能力类财务指标分析-104-

图表97、2015年山华蔬菜品牌市场份额分析-104-

图表98、2007-2015年青岛耀华国际集团有限公司盈利能力类财务指标分析-105-

图表99、2007-2015年青岛耀华国际集团有限公司偿债能力类财务指标分析-106-

图表100、2015年耀华蔬菜品牌市场份额分析-106-

图表101、2007-2015年我国蔬菜市场集中度分析-108-

图表102、2007-2015年蔬菜行业领导企业的市场占有率-110-

图表103、2015-2020年国产品牌蔬菜产量预测表-112-

图表104、2015-2020年国产品牌蔬菜产量预测图-112-

图表105、2015-2020年我国蔬菜总资产预测表-113-

图表106、2015-2020年我国蔬菜总资产预测图-113-

图表107、2015-2020年国产品牌蔬菜总产值预测表-114-

图表108、2015-2020年国产品牌蔬菜总产值预测图-114-

图表109、2015-2020年我国蔬菜销售收入预测表-115-

图表110、2015-2020年我国蔬菜销售收入预测图-115-

图表111、我国蔬菜行业SWOT分析-117-

图表112、2007-2015年我国蔬菜行业盈利能力情况-119-

图表113、2007-2015年我国蔬菜行业偿债能力情况-119-

图表114、2007-2015年我国蔬菜行业发展能力情况-120-

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/267287.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。