



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国泡菜产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国泡菜产业发展现状及市场监测报告》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/284547.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

尽管我国地域宽广、民族较多，人们的饮食习惯存在着一定的差异，产品品种及产品风味需求也存在着一定差异，但泡菜作为佐菜主要子品类在每个家庭的餐桌上属于常见食品，由于其品类、口味众多，满足了各地不同口味的需求，长期以来深受各地消费者的喜爱。泡菜加工行业的下游主要是终端消费者，包括广大的城乡居民、饭店、宾馆等。消费者的分散使泡菜加工行业在销售上呈现较强的发散性。 2015年我国泡菜消费区域结构

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：

第一部分 泡菜产业环境分析

第一章 国内泡菜行业品牌发展环境分析 1

第一节 产品/行业特征 1

一、产品/行业定义 1

二、产品/行业消费特征 1

第二节 泡菜行业竞争特征 1

一、国内外品牌竞争格局 1

二、行业进入壁垒分析 2

三、可替代品威胁分析 2

第二章 国内泡菜行业品牌产品市场规模分析 3

第一节 2011-2016年泡菜市场规模分析 3

第二节 2011-2016年我国泡菜区域结构分析 3

第三节 泡菜区域市场规模分析 4

一、东北地区市场规模分析 4

二、华北地区市场规模分析 5

三、华东地区市场规模分析 5

四、华中地区市场规模分析 6

五、华南地区市场规模分析 6

六、西北地区市场规模分析 7

七、西南地区市场规模分析 7

第四节 2017-2022年泡菜市场规模预测 8

第三章 国内泡菜行业品牌需求与消费者偏好调查 9

第一节 2011-2016年泡菜产销量、价格分析 9

第二节 泡菜产品目标客户群体调查 11

一、不同收入水平消费者偏好调查 11

二、不同年龄的消费者偏好调查 14

三、不同地区的消费者偏好调查 16

第三节 泡菜产品的品牌市场调查 20

一、消费者对泡菜品牌认知度宏观调查 20

二、消费者对泡菜产品的品牌偏好调查 20

三、消费者对泡菜品牌的首要认知渠道 20

四、泡菜品牌忠诚度调查 21

五、泡菜品牌市场占有率调查 21

六、消费者的消费理念调研 21

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析 22

一、价格敏感程度 22

二、品牌的影响 22

三、购买方便的影响 22

四、广告的影响程度 22

五、包装的影响程度 22

第四章 国内泡菜行业品牌产品市场供需渠道分析 23

第一节 销售渠道特征分析 23

一、供需渠道定义 23

二、供需渠道格局 23

三、供需渠道形式 25

四、供需渠道要素对比 26

第二节 销售渠道对泡菜行业品牌发展的重要性 26

第三节 泡菜行业销售渠道的重要环节分析 27

一、批发商 27

二、零售商（无店铺零售、店铺零售） 27

三、代理商 28

第四节 2011-2016年中国泡菜行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析 29

一、华东 29

二、中南 29

三、华北 30

四、西部 30

第五节 销售渠道发展趋势分析 31

一、渠道运作趋势发展 31

二、渠道支持趋势发展 31

三、渠道格局趋势发展 32

四、渠道结构扁平化趋势发展 32

第六节 销售渠道策略分析 33

一、直接渠道或间接渠道的营销策略 33

二、长渠道或短渠道的营销策略 34

三、宽渠道或窄渠道的营销策略 34

四、单一销售渠道和多销售渠道策略 35

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 35

第七节 销售渠道决策的评估方法 36

一、销售渠道评估数学模型介绍 36

二、财务评估法介绍 36

三、交易成本评估法介绍 37

四、经验评估法介绍 37

第八节 2012-2016年国内泡菜行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析 38

一、国内生产企业投资运作模式 38

二、国内营销企业投资运作模式 38

三、外销与内销优势分析 39

第五章 国内泡菜行业进出口市场情况分析 41

第一节 2011-2016年国内泡菜行业进出口量分析 41

一、2011-2016年国内泡菜行业进口分析 41

2014年，我国泡菜行业进口数量为5563544千克，进口金额为9804千美元，2015年，我国我国泡菜行业进口数量为7531733千克，进口金额为12721千美元。 2010-2015年国内泡菜行业进口情况

年份	数量：千克	金额：千美元
2010	7160561	10433
2011	6840360	9242
2012	7588473	9968
2013	5429669	8388
2014	5563544	9804
2015	7531733	12721

二、2011-2016年国内泡菜行业出口分析 41

第二节 2017-2022年国内泡菜行业进出口市场预测分析 42

一、2017-2022年国内泡菜行业进口预测 42

二、2017-2022年国内泡菜行业出口预测 42

第二部分 泡菜关联产业分析

第六章 中国蔬菜行业整体研究 43

第一节 2012-2016年蔬菜行业发展现状 43

一、中国蔬菜产业发展概述 43

二、蔬菜产业发展中的主要矛盾 45

三、中国蔬菜行业流通体制分析 46

四、中国蔬菜生产的竞争机制 49

五、中国生鲜蔬菜供应链分析 49

第二节 蔬菜产业结构分析 52

一、中国蔬菜产业组织结构分析 52

二、蔬菜产业结构调整必要性 53

三、中国蔬菜产业结构调整策略 54

第三节 蔬菜产业技术发展现状分析 56

一、中国蔬菜育种科技发展现状 56

二、中国蔬菜集约化育苗技术分析 58

三、中国蔬菜新品种推广策略分析 61

第四节 气候变化对蔬菜产业发展的影响分析 65

一、气候变化对蔬菜产量和品质的影响 65

二、暖冬对蔬菜生产的利与弊分析 65

三、气候变化对蔬菜种类和地理分布的影响 66

四、气候变化导致农业气象灾害的不确定性 67

五、减弱气候变化对蔬菜行业影响的措施 67

第五节 生鲜蔬菜供应链优化策略 69

- 一、有效的整合生产组织成员 69
- 二、全程冷藏运输各节点无缝衔接 69
- 三、构建生鲜蔬菜物流信息平台 69
- 四、建立健全蔬菜质量监督管理系统 70

第六节 蔬菜农药残留问题与对策分析 70

- 一、中国蔬菜农药残留现状分析 70
- 二、中国蔬菜农药残留超标原因分析 73
- 三、中国蔬菜农药残留常规去除方法 74
- 四、中国蔬菜农药残留问题解决途径 76

第七节 提高蔬菜国际竞争力策略 77

- 一、改善产业生态环境并增强基础设施建设 77
- 二、建立由政府或者民间组织的全国蔬菜产业协调机构 77
- 三、积极推进蔬菜产业化经营体系 77
- 四、重视产销信息和市场开拓 78

第七章 中国蔬菜市场整体研究 79

第一节 2012-2016年蔬菜市场运行分析 79

- 一、2014年蔬菜市场运行回顾 79
- 二、2016年蔬菜市场运行现状 81

第二节 2012-2016年蔬菜市场分析 83

- 一、蔬菜市场特点分析 83
- 二、蔬菜市场发展思考 84

第三节 2016年蔬菜市场发展形势分析 84

- 一、6个黄瓜新品种通过鉴定 84
- 二、蔬菜用上克隆技术 84
- 三、蔬菜网络直销分析 85

第三节 蔬菜价格变动原因分析 85

- 一、流通成本高 85
- 二、产销信息体系不完善 85
- 三、生产、流通环节处理问题 86

第三部分 泡菜行业竞争格局分析

第八章 国内泡菜行业优势品牌企业分析 87

第一节 四川省吉香居食品有限公司 87

- 一、公司及产品概况 87
- 二、品牌发展历程 87
- 三、近三年企业销售收入分析 88
- 四、近三年企业盈利能力分析 88
- 五、近三年公司产品变化 89
- 六、近三年品牌市场份额变化 89
- 七、公司品牌竞争策略 89

第二节 四川省李记酱菜调味品有限公司 90

- 一、公司及产品概况 90
- 二、品牌发展历程 90
- 三、近三年企业销售收入分析 91
- 四、近三年企业盈利能力分析 91
- 五、近三年公司产品变化 92
- 六、近三年品牌市场份额变化 92
- 七、公司品牌竞争策略 92

第三节 四川省惠通食业有限责任公司 93

- 一、公司及产品概况 93
- 二、品牌发展历程 93
- 三、近三年企业销售收入分析 94
- 四、近三年企业盈利能力分析 94
- 五、近三年公司产品变化 95
- 六、近三年品牌市场份额变化 95
- 七、公司品牌竞争策略 95

第四节 四川省味聚特食品有限公司 96

- 一、公司及产品概况 96
- 二、品牌发展历程 96
- 三、近三年企业销售收入分析 100
- 四、近三年企业盈利能力分析 100
- 五、近三年公司产品变化 101

六、近三年品牌市场份额变化 101

七、公司品牌竞争策略 101

第五节 四川省川南酿造有限公司 103

一、公司及产品概况 103

二、品牌发展历程 103

三、近三年企业销售收入分析 104

四、近三年企业盈利能力分析 104

五、近三年公司产品变化 105

六、近三年品牌市场份额变化 105

七、公司品牌竞争策略 105

第九章 国内泡菜行业品牌竞争格局分析 106

第一节 泡菜行业历史竞争格局概况 106

一、泡菜行业集中度分析 106

二、泡菜行业竞争程度分析 106

第二节 泡菜行业企业竞争状况分析 107

一、领导企业的市场力量 107

二、其他企业的竞争力 108

第三节 2017-2022年国内泡菜行业品牌竞争格局展望 108

第四部分 泡菜行业投资战略研究

第十章 2017-2022年国内泡菜行业品牌发展预测 110

第一节 2017-2022年泡菜行业品牌市场财务数据预测 110

一、2017-2022年泡菜行业品牌市场规模预测 110

二、2017-2022年泡菜行业总产值预测 111

三、2017-2022年泡菜行业利润总额预测 111

四、2017-2022年泡菜行业总资产预测 112

第二节 2017-2022年泡菜行业供需预测 113

一、2017-2022年泡菜产量预测 113

二、2017-2022年泡菜需求预测 113

三、2017-2022年泡菜供需平衡预测 113

第三节 2017-2022年泡菜行业投资机会 114

- 一、2017-2022年泡菜行业主要领域投资机会 114
- 二、2017-2022年泡菜行业出口市场投资机会 114
- 三、2017-2022年泡菜行业企业的多元化投资机会 114

第四节 泡菜行业投资风险及控制策略分析 114

- 一、2017-2022年泡菜行业市场风险及控制策略 114
- 二、2017-2022年泡菜行业政策风险及控制策略 115
- 三、2017-2022年泡菜行业经营风险及控制策略 116
- 四、2017-2022年泡菜行业技术风险及控制策略 116
- 五、2017-2022年泡菜行业同业竞争风险及控制策略 117
- 六、2017-2022年泡菜行业其他风险及控制策略 118
 - 1、汇率变动风险 118
 - 2、利率调整风险 118
 - 3、财务风险 118
 - 4、管理风险 119

第十一章 2017-2022年国内泡菜行业品牌投资价值与投资策略分析 124

第一节 行业swot模型分析 124

- 一、优势分析 124
- 二、劣势分析 124
- 三、机会分析 125
- 四、风险分析 125

第二节 泡菜行业发展的pest分析 126

- 一、政治和法律环境分析 126
 - 1、总体政策环境 126
 - 2、<食品安全法> 126
 - 3、四川泡菜产业发展规划 152
- 二、经济发展环境分析 161
 - 1、国民经济运行情况gdp 161
 - 2、消费价格指数cpi、ppi 164
 - 3、全国居民收入情况 166
 - 4、恩格尔系数 168
 - 5、工业发展形势 168

6、固定资产投资情况	169
7、财政收支状况	175
8、中国汇率调整	181
9、存贷款基准利率调整情况	183
10、存款准备金率调整情况	184
11、社会消费品零售总额	184
12、对外贸易&进出口	187
三、社会、文化与自然环境分析	193
1、人口环境分析	193
2、教育环境分析	201
3、文化环境分析	210
4、中国城镇化率	212
四、技术发展环境分析	214
第三节 泡菜行业投资价值分析	214
一、2017-2022年泡菜市场趋势总结	214
二、2017-2022年泡菜发展趋势分析	214
三、2017-2022年泡菜市场发展空间	215
四、2017-2022年泡菜产业政策趋向	215
五、2017-2022年泡菜技术革新趋势	216
六、2017-2022年泡菜价格走势分析	216
第四节 泡菜行业投资风险分析	216
一、宏观调控风险	216
二、行业竞争风险	217
三、供需波动风险	218
四、经营管理风险	218
五、其他风险	218
第五节 泡菜行业投资策略分析	219
一、重点投资品种分析	219
二、重点投资地区分析	219
三、项目投资建议	220
1、投资额度建议	220
2、技术性风险建议	220

3、项目可行性分析 220

第十二章 业内专家对国内泡菜行业总结及企业经营战略建议 221

第一节 泡菜行业问题总结 221

第二节 2017-2022年泡菜行业企业的标杆管理 221

一、国内企业的经验借鉴 221

二、国外企业的经验借鉴 222

第三节 2017-2022年泡菜行业企业的资本运作模式 222

一、泡菜行业企业国内资本市场的运作建议 222

1、泡菜行业企业的兼并及收购建议 222

2、泡菜行业企业的融资方式选择建议 222

二、泡菜行业企业海外资本市场的运作建议 223

第四节 2017-2022年泡菜行业企业营销模式建议 223

一、泡菜行业企业的国内营销模式建议 223

1、泡菜行业企业的渠道建设 223

2、泡菜行业企业的品牌建设 224

二、泡菜行业企业海外营销模式建议 224

1、泡菜行业企业的海外细分市场选择 224

2、泡菜行业企业的海外经销商选择 225

第五节 泡菜市场的重点客户战略实施 225

一、实施重点客户战略的必要性 225

二、合理确立重点客户 226

三、重点客户战略管理 227

四、重点客户管理功能 228

第十三章 对泡菜行业投资战略研究 231(AK WZY)

第一节 泡菜行业发展战略研究 231

一、战略综合规划 231

二、技术开发战略 239

三、业务组合战略 245

四、区域战略规划 248

五、产业战略规划 258

六、营销品牌战略	260
七、竞争战略规划	261
第二节 对我国泡菜品牌的战略思考	269
一、企业品牌的重要性	269
二、泡菜实施品牌战略的意义	271
三、泡菜企业品牌的现状分析	273
四、我国泡菜企业的品牌战略	275
五、泡菜品牌战略管理的策略	278
第三节 市场策略分析	280
一、泡菜价格策略分析	280
二、泡菜渠道策略分析	284
第四节 销售策略分析	286
一、媒介选择策略分析	286
二、产品定位策略分析	290
三、企业宣传策略分析	291
第五节 泡菜经营策略分析	295
一、泡菜市场细分策略	295
二、泡菜市场创新策略	295
三、品牌定位与品类规划	296
四、泡菜新产品差异化战略	296

部分图表目录：

图表：2008-2016年1-9月中国泡菜行业市场规模	3
图表：2008-2016年1-9月东北地区泡菜行业市场规模	4
图表：2008-2016年1-9月华北地区泡菜行业市场规模	5
图表：2008-2016年1-9月华东地区泡菜行业市场规模	5
图表：2008-2016年1-9月华中地区泡菜行业市场规模	6
图表：2008-2016年1-9月华南地区泡菜行业市场规模	6
图表：2008-2016年1-9月西北地区泡菜行业市场规模	7
图表：2008-2016年1-9月西南地区泡菜行业市场规模	7
图表：2017-2022年中国泡菜行业市场规模预测	8
图表：2010-2016年1-9月中国泡菜行业国内产量	9

图表：2010-2016年1-9月中国泡菜行业销量 10

图表：2010-2016年1-9月中国泡菜行业产品每吨均价 10

图表：中国月收入1000元以下消费者泡菜选择偏好 11

图表：中国月收入1001-2500元消费者泡菜选择偏好 11

图表：中国月收入2501-4000元消费者泡菜选择偏好 12

图表：中国月收入4001-7000元消费者泡菜选择偏好 12

图表：中国月收入7001-15000元消费者泡菜选择偏好 13

图表：中国月收入15001元以上消费者泡菜选择偏好 13

图表：中国20岁以下消费者泡菜选择偏好 14

图表：中国21-30岁消费者泡菜选择偏好 14

图表：中国31-40岁消费者泡菜选择偏好 15

图表：中国41-60岁消费者泡菜选择偏好 15

图表：中国61岁以上消费者泡菜选择偏好 16

图表：中国华北地区消费者泡菜购买偏好 16

图表：中国华南地区消费者泡菜购买偏好 17

图表：中国华东地区消费者泡菜购买偏好 17

图表：中国华中地区消费者泡菜购买偏好 18

图表：中国西南地区消费者泡菜购买偏好 18

图表：中国西北地区消费者泡菜购买偏好 19

图表：中国东北地区消费者泡菜购买偏好 19

图表：中国泡菜品牌消费者认知渠道 20

图表：国内外泡菜品牌中国市场占有率 21

图表：2011-2016年中国泡菜行业品牌产品华东市场渠道情况分析 29

图表：2011-2016年中国泡菜行业品牌产品中南市场渠道情况分析 29

图表：2011-2016年中国泡菜行业品牌产品华北市场渠道情况分析 30

图表：2011-2016年中国泡菜行业品牌产品西部市场渠道情况分析 30

图表：2010-2016年1-9月中国国内泡菜行业进口量 41

图表：2010-2016年1-9月中国国内泡菜行业出口量 41

图表：2017-2022年中国国内泡菜行业进口量预测 42

图表：2017-2022年中国国内泡菜行业出口量预测 42

图表：生鲜蔬菜供应链 50

图表：生鲜蔬菜供应链优化模式 50

图表：2016年28种蔬菜平均批发价格 79

图表：2011-2016年28种蔬菜平均批发价格 80

图表：2016年果类菜和茎类菜平均批发价格 81

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284547.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。