

2016-2022年中国蔬菜行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国蔬菜行业市场运行态势及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/281302.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

蔬菜，是指可以做菜、烹饪成为食品的一类植物或菌类，蔬菜是人们日常饮食中必不可少食物之一，是一种绿色食品。蔬菜可提供人体所必需的多种维生素和矿物质等营养物质。据国际物质粮农组织1990年统计，人体必需的VC的90%、VA的60%来自蔬菜。

我国蔬菜产业数量上总体表现出供需平衡的趋势，但质量亟待进一步提高，且蔬菜供给出现区域性、结构性短缺的风险依然很大。此外，未来一个时期，蔬菜产业发展的不稳定因素增多，土地资源约束、科技进步及其推广深度、生产收益性水平、蔬菜产业流通体系等均影响到蔬菜产业的供需均衡。

2013年我国蔬菜消费市场规模达到28346亿元，2014年国内市场规模为29506亿元，较上年同期增长4.1%。 2009-2014年中国蔬菜市场规模走势图

2010年我国有机蔬菜产量为22.5万吨，2014年产量达到35.8万吨。
2010-2014年我国有机蔬菜行业产量（万吨）

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：

第一章 中国蔬菜行业品牌发展环境分析 9

第一节 蔬菜产品/行业特征 9

一、有机食品行业定义 9

二、蔬菜和其他蔬菜区别 9

三、蔬菜行业消费特征 11

第二节 2015年中国宏观经济发展环境分析 12

一、2015年中国GDP增长情况分析 12

二、2015年工业经济发展形势分析 13

三、2015年全社会固定资产投资分析 14

四、2015年社会消费品零售总额分析 15

五、2015年城乡居民收入与消费分析 16

六、2015年对外贸易的发展形势分析 17

第三节 蔬菜政策环境特征 18

- 一、有机产品认证管理办法 18
- 二、<有机产品>国家标准 19
- 三、蔬菜认证目录 19
- 四、有机产品认证实施规则 20
- 五、蔬菜流通环节免征增值税 22
- 六、全国蔬菜产业发展规划 23
- 七、有机农业示范基地创建与管理办法 26
- 八、有机产品认证标志及有机码管理政策 29
- 第四节 蔬菜行业竞争特征 30
 - 一、行业进入壁垒分析 30
 - 二、可替代品威胁分析 30
 - 三、贴牌加工产品市场威胁分析 30
- 第五节 蔬菜行业技术环境特征 31
 - 一、蔬菜的生产条件 31
 - 二、蔬菜栽培技术措施 31
 - 三、关于蔬菜认证机构 35

第二章 中国蔬菜行业品牌产品市场分析 37

- 第一节 蔬菜市场供给分析 37
- 第二节 蔬菜区域结构分析 37
- 第三节 蔬菜区域市场分析 38
 - 一、东北地区市场供给分析 38
 - 二、华北地区市场供给分析 38
 - 三、华东地区市场供给分析 39
 - 四、华中地区市场供给分析 39
 - 五、华南地区市场供给分析 39
 - 六、西部地区市场供给分析 40

第三章 国内蔬菜行业品牌需求与消费者偏好调查 41

- 第一节 蔬菜市场规模统计分析 41
- 第二节 蔬菜历年消费量统计分析 41
- 第三节 蔬菜行业品牌产品价格走势分析 42
- 第四节 蔬菜产品目标客户群体调查 42
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查 42
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查 43

三、不同地区的消费者偏好调查 43

第五节 蔬菜产品的品牌市场调查 44

一、消费者对蔬菜品牌认知度宏观调查 44

二、消费者对蔬菜产品的品牌偏好调查 44

三、消费者对蔬菜品牌的首要认知渠道 45

四、消费者经常购买的品牌调查 45

五、影响蔬菜购买决策因素 46

六、消费者的消费理念调研 47

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析 48

一、价格敏感程度 48

二、品牌的影响 48

三、购买方便的影响 49

四、广告的影响程度 49

五、包装的影响程度 50

第四章 中国蔬菜行业品牌产品市场供需渠道分析 51

第一节 销售渠道特征分析 51

一、供需渠道定义 51

二、供需渠道格局 51

三、供需渠道形式 51

四、供需渠道要素对比 52

第二节 销售渠道对蔬菜行业品牌发展的重要性 54

第三节 蔬菜行业销售渠道的重要环节分析 55

一、批发商 55

二、零售商（无店铺零售、店铺零售） 56

三、代理商 56

第四节 中国蔬菜行业品牌产品市场渠道情况分析 58

一、KA卖场 58

二、网上销售 59

三、餐饮服务 59

四、礼品团购市场 60

五、有机零售专卖店 61

六、传统高档食品超市 62

七、农场直营和生态旅游市场 62

第五节 销售渠道发展趋势分析 63

一、渠道运作趋势发展 63

二、渠道支持趋势发展 63

三、渠道格局趋势发展 64

四、渠道结构扁平化趋势发展 65

第六节 销售渠道策略分析 67

一、直接渠道或间接渠道的营销策略 67

二、长渠道或短渠道的营销策略 67

三、宽渠道或窄渠道的营销策略 67

四、单一销售渠道和多销售渠道策略 68

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 68

第七节 销售渠道决策的评估方法 69

一、销售渠道评估数学模型介绍 69

二、财务评估法介绍 72

三、交易成本评估法介绍 72

四、经验评估法介绍 72

第八节 中国蔬菜行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析 73

一、国内生产企业投资运作模式 73

二、国内营销企业投资运作模式 73

三、外销与内销优势分析 76

第五章 中国蔬菜行业进出口市场情况分析 77

第一节 2013-2015年中国蔬菜行业进出口量分析 77

一、中国蔬菜行业进口分析 77 2009-2014年我国鲜或冷藏豆类蔬菜进口统计 数量：千克
金额：千美元 2009年 100 0 2010年 0 0 2011年 174 0 2012年 220340 98 2013年 2 0
2014年 31 0

二、中国蔬菜行业出口分析 79 2009-2014年我国豆类蔬菜出口统计 数量：千克
金额：千美元 2009年 76829133 41,426 2010年 26814360 45,691 2011年 26661293
55,341 2012年 26127063 33,430 2013年 21820448 36,812 2014年 17724238 31,458

第二节 2016-2022年中国蔬菜行业进出口市场预测分析 81

一、中国蔬菜行业进口预测 81

二、中国蔬菜行业出口预测 81

第六章 中国蔬菜行业优势品牌企业分析 84

第一节 福建省闽中有机食品有限公司 84

一、公司基本情况分析 84

二、企业发展历程分析 85

三、企业经营情况分析 85

四、企业主要经济指标 85

五、企业发展战略分析 86

第二节 长沙天野有机农业发展有限公司 86

一、公司基本情况分析 86

二、企业主要经济指标 86

三、企业偿债能力分析 87

四、企业盈利能力分析 87

五、企业运营能力分析 88

第三节 肥城市绿源果蔬有限公司 88

一、公司基本情况分析 88

二、企业主要经济指标 89

三、企业偿债能力分析 89

四、企业盈利能力分析 90

五、企业运营能力分析 90

第四节 山东万德大地有机食品有限公司 91

一、公司基本情况分析 91

二、企业主要经济指标 91

三、企业偿债能力分析 92

四、企业盈利能力分析 93

五、企业运营能力分析 93

第五节 泰安泰山亚细亚食品有限公司 93

一、公司基本情况分析 93

二、企业主要经济指标 94

三、企业偿债能力分析 95

四、企业盈利能力分析 95

五、企业运营能力分析 96

第七章 中国蔬菜行业品牌竞争格局分析 97

第一节 蔬菜行业历史竞争格局概况 97

一、蔬菜行业集中度分析 97

二、蔬菜行业竞争程度分析 98

第二节 蔬菜行业企业竞争状况分析 98

一、领导地区的市场力量 98

二、其他地区的竞争力 99

第三节 2016-2022年中国蔬菜行业竞争格局展望 101

第八章 2016-2022年国内蔬菜行业品牌发展预测 102

第一节 2016-2022年蔬菜行业品牌市场财务数据预测 102

一、蔬菜行业总产值预测 102

二、蔬菜行业利润总额预测 102

三、蔬菜行业总资产预测 103

第二节 2016-2022年蔬菜行业供需预测 103

一、蔬菜产量预测 103

二、蔬菜需求预测 104

三、蔬菜供需平衡预测 104

第三节 2016-2022年蔬菜行业投资机会 104

一、蔬菜行业主要领域投资机会 104

二、蔬菜行业出口市场投资机会 104

三、蔬菜行业企业的多元化投资机会 105

第四节 2016-2022年影响蔬菜行业发展的主要因素 105

一、影响蔬菜行业运行的有利因素分析 105

二、影响蔬菜行业运行的稳定因素分析 105

三、影响蔬菜行业运行的不利因素分析 106

四、我国蔬菜行业发展面临的挑战分析 106

五、我国蔬菜行业发展面临的机遇分析 107

第五节 2016-2022年蔬菜行业投资风险及控制策略分析 107

一、蔬菜行业政策风险及控制策略 107

二、蔬菜行业经营风险及控制策略 108

三、蔬菜行业价格风险及控制策略 108

四、蔬菜行业食品安全风险及控制策略 108

五、蔬菜行业自然灾害风险及控制策略 109

第九章 2016-2022年国内蔬菜行业品牌投资价值与投资策略分析 110

第一节 行业SWOT模型分析 110

一、优势分析 110

二、劣势分析 111

三、机会分析 111

四、风险分析 112

第二节 蔬菜行业发展的PEST分析 113

- 一、政策和法律环境分析 113
- 二、经济发展环境分析 114
- 三、社会、文化与自然环境分析 116
- 四、技术发展环境分析 117

第三节 蔬菜行业投资价值分析 117

- 一、2016-2022年蔬菜产业发展趋势分析 117
- 二、2016-2022年蔬菜市场趋势总结 118
- 三、2016-2022年蔬菜市场发展空间 118
- 四、2016-2022年蔬菜技术革新趋势 119
- 五、2016-2022年蔬菜价格走势分析 120

第四节 蔬菜行业投资风险分析 121

- 一、宏观调控风险 121
- 二、产业政策风险 121
- 三、行业竞争风险 122
- 四、供需波动风险 123
- 五、技术创新风险 123
- 六、经营管理风险 123
- 七、其他风险 124

第五节 蔬菜行业投资策略分析 124

- 一、重点投资品种分析 124
- 二、重点投资地区分析 127
- 三、项目投资建议 127

第十章 中国蔬菜行业总结及企业经营战略建议 130

第一节 蔬菜行业问题总结 130

- 一、蔬菜生产存在问题 130
- 二、蔬菜市场存在问题 132
- 三、发展蔬菜主要对策 133
- 四、蔬菜产业发展建议 134

第二节 2016-2022年蔬菜行业企业的标杆管理 135

- 一、国内企业的经验借鉴 135
- 二、国外企业的经验借鉴 137

第三节 2016-2022年蔬菜行业企业的资本运作模式 138

- 一、蔬菜行业企业国内资本市场的运作建议 138

- (一) 蔬菜行业企业的兼并及收购建议 138
- (二) 蔬菜行业企业的融资方式选择建议 141
- 二、蔬菜行业企业海外资本市场的运作建议 142
- 第四节 2016-2022年蔬菜行业企业营销模式建议 143
- 一、蔬菜行业企业的国内营销模式建议 143
- (一) 蔬菜行业企业的渠道建设 143
- (二) 蔬菜行业企业的品牌建设 144
- 二、蔬菜行业企业海外营销模式建议 146
- (一) 蔬菜行业企业的海外细分市场选择 146
- (二) 蔬菜行业企业的海外经销商选择 146
- 第五节 蔬菜市场的重点客户战略实施 146
- 一、实施重点客户战略的必要性 146
- 二、企业重点客户的鉴别与确定 149
- 三、企业重点客户的开发与培育 150
- 四、实施重点客户战略要需解决的问题 154
- 五、企业重点客户的市场营销策略分析 160

图表目录：

- 图表 1 蔬菜、绿色蔬菜、无公害农产品主要异同点比较 10
- 图表 2 蔬菜等级金字塔 11
- 图表 3 2009-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 12
- 图表 4 2013-2015年中国人均国内生产总值变化趋势图 13
- 图表 5 2015年规模以上工业增加值月度同比增长速度 14
- 图表 6 2009-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 15
- 图表 7 2009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 16
- 图表 8 2009-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 17
- 图表 9 2009-2015年农村居民纯收入及增长趋势图 17
- 图表 10 2009-2015年中国进出口总额增长趋势图 18
- 图表 11 2015年蔬菜认证目录 20
- 图表 12 2009-2015年中国蔬菜产量变化趋势图 37
- 图表 13 中国蔬菜区域结构 37
- 图表 14 2009-2015年东北地区蔬菜产量变化趋势图 38
- 图表 15 2009-2015年华北地区蔬菜产量变化趋势图 38
- 图表 16 2009-2015年华东地区蔬菜产量变化趋势图 39
- 图表 17 2009-2015年华中地区蔬菜产量变化趋势图 39

图表 18	2009-2015年华南地区蔬菜产量变化趋势图	40
图表 19	2009-2015年西部地区蔬菜产量变化趋势图	40
图表 20	2009-2015年中国蔬菜市场规模变化趋势图	41
图表 21	2009-2015年中国蔬菜消费量变化趋势图	41
图表 22	2015年某超市部分蔬菜价格统计	42
图表 23	收入对购买使用蔬菜的影响	43
图表 24	不同年龄消费者对蔬菜关注度调查	43
图表 25	地区对购买使用蔬菜的影响	44
图表 26	消费者购买蔬菜时对品牌的关注度调查	45
图表 27	蔬菜消费者认知渠道调查	45
图表 28	消费者经常购买蔬菜品牌调查	46
图表 29	消费者购买蔬菜的影响因素	46
图表 30	消费者不购买蔬菜的影响因素	47
图表 31	蔬菜行业消费者层级消费关注点统计	48
图表 32	蔬菜购买渠道的选择	49
图表 33	各种营销渠道渠道的成本分析	70
图表 34	各种营销渠道渠道的毛利分析	71
图表 35	2013-2015年食用蔬菜、根及块茎进口数量统计	77
图表 36	2013-2015年食用蔬菜、根及块茎进口数量趋势图	77
图表 37	2013-2015年食用蔬菜、根及块茎进口金额统计	78
图表 38	2013-2015年食用蔬菜、根及块茎进口金额趋势图	78
图表 39	2015年中国食用蔬菜、根及块茎进口来源地情况	78
图表 40	2015年中国食用蔬菜、根及块茎进口来源情况	79
图表 41	2013-2015年食用蔬菜、根及块茎出口数量统计	79
图表 42	2013-2015年食用蔬菜、根及块茎出口数量趋势图	80
图表 43	2013-2015年食用蔬菜、根及块茎出口金额统计	80
图表 44	2013-2015年食用蔬菜、根及块茎出口金额趋势图	81
图表 45	福建省闽中有机食品有限公司分产品情况表	85
图表 46	福建省闽中有机食品有限公司主要经济指标统计	85
图表 47	长沙天野有机农业发展有限公司资产及负债统计	87
图表 48	长沙天野有机农业发展有限公司收入及利润统计	87
图表 49	长沙天野有机农业发展有限公司偿债能力统计	87
图表 50	长沙天野有机农业发展有限公司盈利能力统计	88
图表 51	长沙天野有机农业发展有限公司运营能力统计	88
图表 52	肥城市绿源果蔬有限公司资产及负债统计	89

图表 53 肥城市绿源果蔬有限公司收入及利润统计	89
图表 54 肥城市绿源果蔬有限公司偿债能力统计	90
图表 55 肥城市绿源果蔬有限公司盈利能力统计	90
图表 56 肥城市绿源果蔬有限公司运营能力统计	91
图表 57 山东万德大地有机食品有限公资产及负债统计	92
图表 58 山东万德大地有机食品有限公收入及利润统计	92
图表 59 山东万德大地有机食品有限公偿债能力统计	92
图表 60 山东万德大地有机食品有限公盈利能力统计	93
图表 61 山东万德大地有机食品有限公运营能力统计	93
图表 62 泰安泰山亚细亚食品有限公司资产及负债统计	94
图表 63 泰安泰山亚细亚食品有限公司收入及利润统计	94
图表 64 泰安泰山亚细亚食品有限公司偿债能力统计	95
图表 65 泰安绿龙有机食品有限公司盈利能力统计	95
图表 66 泰安绿龙有机食品有限公司运营能力统计	96
图表 67 蔬菜生产优势区域	97
图表 68 年中国蔬菜总产值预测趋势图	102
图表 69 2016-2022年中国蔬菜利润总额预测趋势图	102
图表 70 2016-2022年中国蔬菜行业资产总额预测趋势图	103
图表 71 2016-2022年中国蔬菜产量预测趋势图	103
图表 72 2016-2022年中国蔬菜消费量预测趋势图	104
图表 73 “十三五”时期中国经济社会发展主要指标	115
图表 74 重点客户管理与企业战略规划	147

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/281302.html>