

# 2015-2020年中国藜麦市场分析及战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国藜麦市场分析及战略咨询报告》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/175520.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

藜麦（学名：Chenopodium quinoa willd）原产于南美洲安第斯山区，是印加土著居民的主要传统食物，有5000-7000多年的种植历史，由于其具有独特的丰富、全面的营养价值，养育了印加民族，古代印加人称之为“粮食之母”。藜麦种子颜色主要有白、黑、红几种颜色，营养成分相差不大，其中白色口感最好，黑、红色口感相对差些籽粒也较小。藜麦在1980年代被美国宇航局用于宇航员的太空食品。联合国粮农组织认为藜麦是唯一一种单体植物即可基本满足人体基本营养需求的食物，正式推荐藜麦为最适宜人类的完美的全营养食品。联合国将2013年宣布为国际藜麦年，以促进人类营养健康和食品安全，实现千年发展目标。

藜麦植物分类属藜科，双子叶植物。植株呈扫帚状，株高从几十公分到三米不等，根系属浅根系，序状花序，主梢和侧枝都结籽，自花授粉。种子为圆形药片状，直径约1.5-2mm左右，大小与小米差不多，比小米轻，千粒重1.4g-3g，表皮有一层水溶性的皂角苷。由于其叶像鸭掌，因此英文名也叫goose foot。不同品种种子大小和颜色有差异，大多为灰白色、乳黄色，也有部分品种的种子颜色为黑色、紫色等深色。

藜麦在原产地主要分布于南美洲的玻利维亚、厄瓜多尔和秘鲁，具有耐寒、耐旱、耐瘠薄、耐盐碱等特性。从海平面至4000多米都有分布，食用的品种主要种植在安第斯山海拔3000米以上，降雨量在300毫米的高海拔山区。例如，安第斯山的“的的喀喀湖”周边等。

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家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 产业发展概况

第一章 藜麦行业相关概述 1

第一节 藜麦行业相关概述 1

一、产品概述 1

二、产品性能 1

三、产品用途 11

第二节 藜麦行业经营模式分析 12

一、农产品营销几个特点 12

二、国内外农产品营销方式和现状 13

1、国外农产品营销现状 13

2、我国农产品营销现状 14

三、我国农产品营销中存在的主要问题 14

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 1、农产品营销基础投入不足                 | 14 |
| 2、农产品营销专业人才较少                 | 15 |
| 3、产品标准化、品牌化成本偏高，农产品市场营销规则有待规范 | 15 |
| 4、农业信息网络建设薄弱                  | 15 |
| 5、农产品龙头加工企业不发达                | 15 |
| 第二章 2014年藜麦行业发展环境分析           | 16 |
| 第一节 2014年中国经济发展环境分析           | 16 |
| 一、国民经济运行情况GDP                 | 16 |
| 二、消费价格指数CPI、PPI               | 16 |
| 三、全国居民收入情况                    | 21 |
| 四、工业发展形势                      | 23 |
| 五、固定资产投资情况                    | 26 |
| 六、社会消费品零售总额                   | 28 |
| 七、对外贸易&进出口                    | 31 |
| 第二节 中国藜麦行业政策环境分析              | 34 |
| 一、2014年国内宏观政策分析               | 34 |
| 二、行业监管管理体制                    | 41 |
| 三、行业相关政策分析                    | 42 |
| 三、进出口政策影响分析                   | 46 |
| 1、农产品进出口现状                    | 46 |
| 2、农产品进出口制约因素分析                | 47 |
| 3、我国农产品进出口最新政策解读              | 48 |
| 第三节 中国藜麦行业技术环境分析              | 48 |
| 一、行业技术发展概况                    | 48 |
| 二、行业技术发展现状                    | 49 |
| 1、种植基本条件                      | 49 |
| 2、播前准备                        | 49 |
| 3、播种机械                        | 49 |
| 4、播种                          | 50 |
| 5、田间管理                        | 50 |
| 6、收割                          | 52 |
| 第二部分 产业深度分析                   |    |
| 第三章 2011-2014年中国藜麦市场供需分析      | 53 |
| 第一节 中国藜麦市场供给状况                | 53 |
| 一、2011-2014年中国藜麦产量分析          | 53 |

## 二、2011-2014年中国藜麦产量预测 54

### 第二节 中国藜麦市场需求状况 55

#### 一、2011-2014年中国藜麦需求分析 55

#### 二、2015-2020年中国藜麦需求预测 56

### 第三节2011-2014年中国藜麦市场价格分析 57

## 第四章 中国藜麦行业产业链分析 58

### 第一节 藜麦行业产业链概述 58

#### 一、产业链模型介绍 58

#### 二、藜麦行业产业链概述 61

### 第二节 藜麦上游产业发展状况分析 61

#### 一、上游原料市场发展现状 61

#### 二、上游原料生产情况分析 62

#### 三、上游原料价格走势分析 63

### 第三节 藜麦下游应用需求市场分析 63

#### 一、行业发展现状分析 63

#### 二、行业生产情况分析 64

#### 三、行业消费状况分析 65

#### 四、行业消费前景分析 66

## 第五章2011-2014年藜麦进出口数据分析 67

### 第一节2011-2014年藜麦进口情况分析 67

#### 一、进口数量情况分析 67

#### 二、进口金额变化分析 68

#### 三、进口价格变动分析 69

### 第二节 2011-2014年藜麦出口情况分析 70

#### 一、出口数量情况情况 70

#### 二、出口金额变化分析 71

#### 三、出口价格变动分析 72

## 第三部分 竞争格局分析

## 第六章 国内藜麦生产厂商竞争力分析 73

### 第一节 山西稼祺农业科技有限公司 73

#### 一、企业发展基本情况 73

#### 二、企业经营状况分析 74

#### 三、企业竞争优势分析 75

##### 1、技术优势 75

##### 2、地理优势： 75

## 第二节 青岛宏业天成农业科技有限公司 76

### 一、企业发展基本情况 76

### 二、企业主要产品分析 76

#### 1、白藜 76

#### 2、黑藜 76

#### 3、红藜 77

### 三、企业销售网络布局 78

#### 1、企业销售网络布局 78

#### 2、品牌加盟政策 78

## 第三节 山西华青藜麦产品开发有限公司 79

### 一、企业发展基本情况 79

### 二、企业主要产品分析 79

### 三、企业经营状况分析 80

### 四、企业发展战略分析 80

## 第四节 山西汇天华公司 80

### 一、企业发展基本情况 80

### 二、企业主要产品分析 81

### 三、企业经营状况分析 81

## 第四部分 产业发展前景

## 第七章 2015-2020年中国藜麦行业发展趋势与前景分析 83

### 第一节 2015-2020年中国藜麦行业投资前景分析 83

#### 一、藜麦行业发展前景 83

##### 1、产地优势 83

##### 2、品种优势 83

#### 二、藜麦发展趋势分析 84

#### 三、藜麦市场前景分析 85

### 第二节 2015-2020年中国藜麦行业投资风险分析 86

#### 一、产业政策分析 86

#### 二、市场竞争风险 87

#### 三、技术风险分析 87

#### 四、资金短缺风险 88

#### 五、经营风险分析 90

#### 六、管理风险分析 92

## 第五部分 发展战略研究

## 第八章 藜麦企业投资战略与客户策略分析 97

## 第一节 行业发展战略研究 97

- 一、战略综合规划 97
- 二、技术开发战略 98
- 三、业务组合战略 100
- 四、区域战略规划 102
- 五、产业战略规划 102
- 六、营销品牌战略 103
- 七、竞争战略规划 104

## 第二节 品牌战略 105

- 一、品牌的重要性 105
- 二、实施品牌战略的意义 107
- 三、企业品牌的现状分析 107
- 四、企业的品牌战略 109
- 五、品牌战略管理的策略 111

## 第三节 重点客户战略 114

- 一、实施重点客户战略的必要性 114
- 二、合理确立重点客户 116
- 三、实施重点客户战略要重点解决的问题 116
- 四、重点客户管理功能 117

## 第四节 行业发展的建议对策 119

- 一、把握国家投资的契机 119
- 二、竞争性战略联盟的实施 122

## 第九章 藜麦行业发展策略建议 124

### 第一节 藜麦企业竞争策略分析 124

- 一、提高藜麦企业核心竞争力的对策 124
- 二、影响藜麦企业核心竞争力的因素及提升途径 130
  - 1、影响藜麦企业核心竞争力的因素 130
  - 2、提升企业核心竞争力的有效途径 132
- 三、提高藜麦企业竞争力的策略 134

### 第二节 行业发展策略 136

- 一、坚持产品创新的领先战略 136
- 二、坚持品牌建设的引导战略 137
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略 137
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略 137
- 五、坚持企业管理创新的保证战略 138

图表目录：

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 图表：2009—2013年国内生产总值和增长速度       | 16 |
| 图表：2013年居民消费价格指数月度增长幅度         | 17 |
| 图表：2013年局面消费价格指数较上一年涨跌幅度       | 17 |
| 图表：2013年工业生产者出厂价格涨跌幅情况         | 18 |
| 图表：2013—2014年工业生产者购进价格涨跌幅情况    | 19 |
| 图表：2013—2014年生产资料出厂价格涨跌幅情况     | 20 |
| 图表：2013—2014年生活资料出厂价格涨跌幅情况     | 20 |
| 图表：2009—2013年农村人均纯收入           | 22 |
| 图表：2009—2013年城镇人均可支配收入         | 22 |
| 图表：2013年规模以上工业增加值增速            | 23 |
| 图表：2009—2013年建筑业增加值            | 24 |
| 图表：2013年主要工业产品产量及其增长速度         | 25 |
| 图表：2013年固定资产累计投资增速             | 26 |
| 图表：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度  | 27 |
| 图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力         | 27 |
| 图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 | 28 |
| 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）           | 29 |
| 图表：2013年社会消费品零售总额环比增速          | 29 |
| 图表：2013年全年社会消费品零售总额主要数据        | 30 |
| 图表：2009—2013年货物进出口总额           | 31 |
| 图表：2013年货物进出口总额及其增长速度          | 32 |
| 图表：2013年主要商品出口数量、金额及其增长速度      | 32 |
| 图表：2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度      | 33 |
| 图表：2013年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度   | 33 |
| 图表：2013年非金融领域外商直接投资及其增长速度      | 34 |
| 图表：2009-2013年我国藜麦产量情况          | 53 |
| 图表：2015-2020年中国藜麦产量预测          | 54 |
| 图表：2009-2013年中国藜麦消费量           | 55 |
| 图表：2015-2020年中国藜麦消费量预测         | 56 |
| 图表：2009-2013年中国藜麦市场价格走势        | 57 |
| 图表：2009-2013年我国藜麦种植面积情况        | 62 |
| 图表：2009-2013年藜麦上游原料价格走势        | 63 |
| 图表：2009-2013年藜麦加工行业产成品数量       | 64 |
| 图表：2009-2013年藜麦加工行业产成品消费量      | 65 |



- 图表：2015-2020年藜麦加工行业产成品消费量预测 66
- 图表：2009-2013年藜麦进口数量情况 67
- 图表：2009-2013年藜麦进口金额情况 68
- 图表：2009-2013年藜麦进口价格变动 69
- 图表：2009-2013年藜麦出口数量情况 70
- 图表：2009-2013年藜麦出口金额情况 71
- 图表：2009-2013年藜麦出口价格变动情况 72
- 图表：2009-2013年稼祺公司藜麦及其产品销量情况 74
- 图表：2009-2013年稼祺公司藜麦及其产品销售额情况 74
- 图表：2013年青岛宏业天成农业科技有限公司品牌销售布局 78
- 图表：2009-2013年汇天华公司藜麦及其产品销量情况 81
- 图表：2009-2013年汇天华公司藜麦及其产品销售额情况 82
- 图表：四种基本的品牌战略 114

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/175520.html>