

中国石榴加工产业分析与投资规划研究报告（2015-2020）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国石榴加工产业分析与投资规划研究报告（2015-2020）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/201516201516.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

我国石榴产业优劣势情况：

一、优势分析

1、品种优良、品质上乘国内主栽的“青皮软籽石榴”是国内最优良的石榴品种资源。几次会议中，全国8大石榴产区的市、县均向大会提交了参评样果，专家们对参评品种实行定量和定性结合打分评定，通过中国石榴产区科技协作会专家鉴评，国内青皮软籽石榴被评为优质果，并授予证书。同时，从专家组的定性定量总分值看，国内青皮软籽石榴的得分多次位居第1位，并远远高于其他石榴品种的得分。一般单果重400—500g，特大果重1250g，果形呈亚(近)球形，果径一般为9.7—11.75厘米，果皮厚度0.3—0.4cm；色鲜，果皮绿黄色，阳面淡红色，有红色彩霞；风味浓郁，籽粒马齿状，水红色，粒内有白色放射状宝石花纹(俗称松针)，晶莹剔透；每粒平均在0.55g，汁多，籽软，种子极小且软，人可吃下胃里；营养价值高，其味香甜如蜜。据西南农业大学化验分析：可食部份比例高达55.7%，可溶性固形物含量高于15—17%，总糖量14.49g/100ml果汁，Vc约5.97mg/100ml果汁，含游离氨基酸11种，水解氨基酸17种。

2、屡获金奖和“绿色食品”标志通过近几年的努力，四川被农业部认定为第二批南亚热作名优基地，被四川省认定为“四川省第1批优质石榴基地”和“四川省石榴特产之乡”；在历届全国性的农业博览会上多次获得金奖、名牌产品证书和连续多年被授予“绿色食品”标志等多项殊荣，国家工商总局注册了“国内石榴”商标，并被命名为“中国石榴之乡”，石榴知名度已比较高。国内其他产区的石榴果品一般获省级金奖、省级名牌产品的较多，获全国性金奖的极为少见。

3、种植规模大，产量高截止目前，国内石榴种植面积50万多公顷，产量85万多吨。

4、种植技术和推广位居全国前列国内石榴的开发种植和生产技术水平处于全国其它产区的前列，近年来主要研究推广的新技术及成果，如：通过科研已经制定了无公害生产规程，无公害技术推广实施已达8万亩；病虫害防治实施了统防统治和生物防治，面积达8万亩；石榴实施套袋面积达4万多亩；石榴虫害方面使用频振杀虫灯等物理防治技术，全县已经安装350盏，覆盖面积达1.8万多亩；采用软管浇灌、喷灌、滴灌等节水栽培技术，面积达到2万多亩；配方施肥技术应用面积达8万余亩；果园地面铺反光膜等。其他许多产区的种植开发水平和配套设施建设相对滞后，石榴的整形修剪、配方施肥、石榴套袋、地面覆反光膜等新技术的推广应用相对比较薄弱。

5、果品外销范围广国内石榴果品外销范围较其它产区广，优质石榴果品已远销北京、哈尔滨、广州、深圳、杭州、南京、上海、重庆、成都等地，已基本已遍布全国各大中城市，深受广大消费者的喜爱。除新疆产区利用其边贸向周边国家销售外，而国内其他产区的石榴果品仅在本省及周边地区销售。

二、劣势分析

1、石榴品牌方面，在2002年注册了“会理石榴”证明商标，获得“绿色食品”标志，品牌注册上走在了全国前列，但在品牌的使用上较为滞后，没有最大限度地市场营销中充分体现和有效利用，应用现状不容乐观。品牌的保护也不力，由于缺乏有效的措施，以次充好，鱼目混珠现象屡见不鲜，还使假冒伪劣有机可乘，损害了会理石榴的品牌形象。

2、石榴成熟采收方面，石榴在成熟采收上与国内其它产区都存在差距。正常年份石榴成熟采收时间在8月10日以后，也就是石榴果品达到8-9成熟时，石榴果品的色泽、风味等优良品质才能充分体现出来，而部分果农为了眼前利益或担心卖不出去，7月初采收，过早地就采收了，此时的石榴果品仅达到5、6成熟，“生果价钱好，熟果价钱跌”的怪现象日趋严重，果农的商品意识和名牌产品意识极为淡薄，这必将会导致会理石榴最终失去市场，产业发展步入困境。。

3、石榴深加工、包装方面会理县的石榴深加工有头无续，走走停停，始终没有突破性进展，将影响到产业的增值，对做强做大产业带来障碍。包装开发研究差，包装开发为经销商自发性的，随意性大、质量差，同时包装设计极为杂乱，未能有效地适应市场。产品包装等后续商品化处理发展滞后，导致石榴成为了“一级产品，二流包装，三级商品”，产业效益没得到有效开发。新疆和田地区皮山县石榴酒业有限责任公司在石榴酒生产上大做文章，其生产的各类档次石榴酒极为畅销，并使生产用的石榴原料价格得到迅速提高，比会理的商品果均价都高。云南省蒙自县纸箱设计极为讲究、美观。

三、机会分析

近几年国内针对石榴产业实施品牌战略，构建创新石榴标识、包装管理机制，使用好、管理好商标、“绿色食品”标志和“石榴之乡”标识，使用美观、精致、质优的果品包装物。并且根据市场需求的特点，按照“谁受益、谁出资”的原则，一是实施包装经营的市场准入，确定了相应数量的专业石榴果品包装经销商，积极由经销商出资开展包装研究设计、生产和经销，规范石榴果品包装经营市场，而且根据市场需求特点，设计石榴外销包装箱，使石榴产区的外包装尽可能的统一，从而提高了包装的整体形象。二是构建创新石榴各类标识注册者、石榴生产者、石榴经营者之间的新型利益体，运用市场机制，强化石榴商标、标识的使用和管理，将品牌创立、宣传、应用有机融合，打造出了石榴品牌，以品牌促进产业增值。

随着石榴产业的发展各级政府制定产业优惠政策，推进产业纵深发展。根据国家有关产业政策，各级要认真研究招商引项目、引资金的措施方案，进一步完善和执行各种优惠政策，加大招商引资力度，积极保护石榴生产者、加工投资者、果品经营者的合法权益，创造良好宽松的生产发展和投资经营环境。鼓励多渠道、多形式投资开发，鼓励和扶持社会各界发展以石榴果品为原料，开发石榴贮藏保鲜、保健果酒系列、石榴果汁饮料系列、石榴保健叶茶系列等的深加工，推动与石榴相关的复合肥生产、包装业、运输业、餐饮业、毛竹种植业等产业的发展，提高石榴产业的附加值。

四、风险分析

1、国内其他产区在石榴销售上，一般是以乡、村或石榴大户牵头组成销售公司统一外

销，外地客商到产地采购时，其市场配套服务也比较完善，手续比较简单。石榴果品销售体系建设和市场配套服务比较滞后,主要是外地客商采购、石榴专业协会、石榴营销公司和营销经纪人等组织外销，各自为阵，自成一体，致使销售体系的组织化程度低。产区农户市场意识淡薄，坐等市场，待价惜售，农村产业化合作组织建设滞后，无法把千家万户的果农联合起来去应对千变万化的大市场。

2、石榴科研缺乏经费及人员，科研工作与陕西、山东、安徽等产区相比显得比较滞后，特别是新品种培育领域仍处于空白。国内其他石榴产区在新品种开发上都抓得比较紧，特别是石榴软籽化程度上都进展迅速，已遥遥领先。安徽省淮北市已应用了全光照喷雾技术和组织培养技术。

中国报告网发布的《中国石榴加工产业分析与投资规划研究报告（2015-2020）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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1章 中国石榴加工行业发展概述

1.1 石榴加工行业发展情况概述

1.1.1石榴加工的基本情况介绍

1.1.2石榴加工的发展特点分析

1.2行业上下游产业链分析

1.2.1产业链模型原理介绍

1.1.2行业产业链分析

1.3 行业生命周期分析

1.3.1行业生命周期理论概述

1.3.2行业所属的生命周期分析

1.4 行业经济指标分析

1.4.1行业的赢利性分析

1.4.2行业附加值的提升空间分析

1.4.3行业进入壁垒与退出机制分析

第2章 世界石榴加工行业市场发展现状分析

2.1 全球石榴加工行业发展历程回顾

2.2 全球石榴加工行业市场规模分析

2.3 全球石榴加工行业市场区域分布情况

2.4 亚洲地区市场分析

2.5 欧盟主要国家市场分析

2.6 北美地区主要国家市场分析

2.7 2015-2020年世界石榴加工发展走势预测

2.8 2015-2020年全球市场规模预测

第3章 中国石榴加工产业发展环境分析

3.1 我国宏观经济环境分析

3.3 中国石榴加工行业政策环境分析

3.4 中国石榴加工产业社会环境发展分析

3.4.1 人口环境分析

3.4.2 教育环境分析

3.4.3 文化环境分析

3.4.4 生态环境分析

3.4.5 消费观念分析

第4章 中国石榴加工产业运行情况

4.1 中国发展状况情况介绍

4.1.1 中国发展历程回顾

4.1.2 中国技术现状分析

4.1.3 中国发展特点分析

4.2 中国市场规模分析

4.3 中国市场供需情况分析

4.3.1 中国产能情况分析

4.3.2 中国产值分析

4.3.3 中国产量统计与分析

4.3.4 中国需求量分析

4.4 中国发展趋势分析

第5章 中国石榴加工市场格局分析

5.1 中国石榴加工行业竞争现状分析

5.2 中国集中度分析

5.2.1 中国市场集中度分析

5.2.2 中国企业集中度分析

5.2.3中国区域集中度分析

5.3 发展中存在的问题

第6章 中国石榴加工行业竞争情况

6.1 中国石榴加工行业竞争结构分析

6.1.1现有企业间竞争

6.1.2潜在进入者分析

6.1.3替代品威胁分析

6.1.4供应商议价能力

6.1.5客户议价能力

6.2 中国石榴加工行业SWOT分析

6.2.1中国石榴加工行业优势分析

6.2.2中国石榴加工行业劣势分析

6.2.3中国石榴加工行业机会分析

6.2.4中国石榴加工行业威胁分析

6.3中国石榴加工行业竞争力优势分析

第7章 中国石榴加工行业重点生产企业分析

7.1西安交大博通资讯股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

7.2四川禾嘉股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

7.3国投中鲁果汁股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

7.4 农夫山泉股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

7.5 北京汇源食品饮料食品集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

7.6 新疆伊力特实业股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

7.7 可口可乐公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

7.8 百事可乐

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

第8章2015-2020年中国石榴加工行业发展前景分析与预测

8.12015-2020年中国石榴加工行业未来发展前景分析

8.1.1国内投资环境分析

8.1.2市场机会分析

8.1.3投资增速预测

8.2 2015-2020年中国石榴加工行业未来发展趋势预测

8.3 2015-2020年中国石榴加工行业市场发展预测

8.3.1行业市场规模预测

8.3.2行业市场规模增速预测

8.3.3行业产值规模预测

8.3.4行业产值增速预测

8.4 2015-2020年中国石榴加工行业盈利走势预测

8.4.1行业毛利润同比增速预测

8.4.2行业利润总额同比增速预测

第9章 2015-2020年中国石榴加工行业投资风险与营销分析

9.1行业进入壁垒分析

9.1.1行业技术壁垒分析

9.1.2行业规模壁垒分析

9.1.3行业品牌壁垒分析

9.2 2015-2020年中国石榴加工行业投资风险分析

9.2.1行业政策风险分析

9.2.2行业技术风险分析

9.2.3行业竞争风险

9.2.4 行业其他风险分析

第10章 2015-2020年中国石榴加工行业发展策略及投资建议

10.1 2015-2020年中国石榴加工行业市场重点客户战略实施

10.1.1 实施重点客户战略的必要性

10.1.2 合理确立重点客户

10.1.3 对重点客户的营销策略

10.1.4强化重点客户的管理

10.1.5 实施重点客户战略要重点解决的问题

10.2 2015-2020年中国石榴加工行业发展策略分析

10.3 中国报告网行业分析师投资建议

10.3.1 2015-2020年中国石榴加工行业投资区域分析

10.3 .2 2015-2020年中国石榴加工行业投资产品分析

图表详见正文 • • • • •

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/201516201516.html>