

2018年中国蔬菜行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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《2018年中国蔬菜行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/nongyehongzi/344075344075.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

蔬菜行业与上下游的关系

蔬菜种植行业上游行业主要是种子行业，化肥行业，农药行业，而下游主要是蔬菜加工行业、农产品运输行业，农产品批发零售行业。

(1) 上游行业

从上游行业来看，蔬菜种植每亩物资与服务费用中，农膜费用，化肥费用，农家肥费用，种子费用，农药费这5个费用是蔬菜种植的主要费用。目前农膜费用呈下降趋势，农家肥费用变化增速不大，种子和化肥费用一直呈上升趋势，不过费用变化最大的是化肥费用，由于我国种植业提高产量对化肥的严重依赖，导致化肥需求越来越大，同时化肥施用量越来越大，化肥费用由2004年占全部成本费用的约五分之一上升到了2009年的四分之一左右，化肥费用占据了蔬菜种植行业的比较大的成本。

(2) 下游行业

1) 蔬菜深加工环节

由于一些发达国家蔬菜生产成本加大，不少国家和地区都愿意从我国进口廉价的商品蔬菜。我国蔬菜加工业的加工方向主要为生产脱水蔬菜、速冻蔬菜、罐装蔬菜等。近年来，我国的蔬菜加工产业取得了显著成就，已经具备了一定的技术水平和较大的生产规模，外向型蔬菜加工产业布局已基本形成，蔬菜及其加工制品在我国农产品贸易中开始占据重要地位。我国蔬菜出口最大的市场是亚洲（东亚和东南亚），占出口量和出口额的70%以上，其中日本又是最主要的市场，2005年，我国出口日本蔬菜总量约占蔬菜出口总量的四分之一，对韩国出口占蔬菜总出口量的8.5%，对东盟国家出口的蔬菜总量占我国蔬菜出口总量的19.65%。

目前，我国在蔬菜加工产业领域，已形成了一批具有较强市场竞争能力的产业集团，如山东九发、山东龙大、浙江海通、新疆啤酒花等蔬菜深加工企业，这些龙头企业的快速发展对于带动我国蔬菜加工产业的发展发挥了积极的作用。

参照国际蔬菜加工行业发展路线，我国蔬菜加工业未来发展主要有以下趋势：加工技术、装备高新化，资源利用高效化，加工原料专用化以及质量安全控制标准化等。

2) 流通环节

蔬菜流通主要包括采购、运输、批发与零售等四个环节。批发商从种植者处采购蔬菜，通过物流运输到批发市场，最后是在消费地的二次批发和零售。在这四个环节中，从种植者到批发市场的费用最高，消费地批发零售环节的费用次之，在四个环节的总费用中所占比重最高的几项分别为包装费、燃油费、市场管理费和运费。在我国蔬菜产业链上，利润在各个经济主体之间的分配是不均衡的，与中小种植者相比中间商获取较高的利润，种植者的产业链内议价能力较弱，抗风险能力差。因为我国蔬菜流通的层级还比较多，同时我国蔬菜种植者规模多且较小，中小蔬菜种植者在面对下游批发零售渠道、运输渠道中议价能力较弱，

因此被中间商占有较多利润。

另一方面，中小种植者信息相对封闭，不能对下游市场需求变化信息有及时的了解，导致种植品类选择跟风，不了解其他种植行业和市场需求的时刻变化，容易造成某一种蔬菜产能过剩，从而面临较大经营风险。

在零售环节上，零售价格是影响蔬菜批零价差的主要因素，同时蔬菜市场的零售商对某些产品拥有一定的市场支配力，能够通过一定的途径提高零售价格，扩大价差。

资料来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国蔬菜市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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、市场前景、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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

第一章 2016-2018年中国蔬菜行业发展概述

第一节 蔬菜行业发展情况概述

- 一、蔬菜行业相关定义
- 二、蔬菜行业基本情况介绍
- 三、蔬菜行业发展特点分析

第二节 中国蔬菜行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、蔬菜行业产业链条分析
- 三、中国蔬菜行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国蔬菜行业生命周期分析

一、蔬菜行业生命周期理论概述

二、蔬菜行业所属的生命周期分析

第四节 蔬菜行业经济指标分析

一、蔬菜行业的赢利性分析

二、蔬菜行业的经济周期分析

三、蔬菜行业附加值的提升空间分析

第五节 中国蔬菜行业进入壁垒分析

一、蔬菜行业资金壁垒分析

二、蔬菜行业技术壁垒分析

三、蔬菜行业人才壁垒分析

四、蔬菜行业品牌壁垒分析

五、蔬菜行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球蔬菜行业市场发展现状分析

第一节 全球蔬菜行业发展历程回顾

第二节 全球蔬菜行业市场区域分布情况

第三节 亚洲蔬菜行业地区市场分析

一、亚洲蔬菜行业市场现状分析

二、亚洲蔬菜行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲蔬菜行业市场前景分析

第四节 北美蔬菜行业地区市场分析

一、北美蔬菜行业市场现状分析

二、北美蔬菜行业市场规模与市场需求分析

三、北美蔬菜行业市场前景分析

第五节 欧盟蔬菜行业地区市场分析

一、欧盟蔬菜行业市场现状分析

二、欧盟蔬菜行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟蔬菜行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界蔬菜行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球蔬菜行业市场规模预测

第三章 中国蔬菜产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品蔬菜总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国蔬菜行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国蔬菜产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国蔬菜行业运行情况

第一节 中国蔬菜行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国蔬菜行业市场规模分析

第三节 中国蔬菜行业供应情况分析

第四节 中国蔬菜行业需求情况分析

第五节 中国蔬菜行业供需平衡分析

第六节 中国蔬菜行业发展趋势分析

第五章 中国蔬菜所属行业运行数据监测

第一节 中国蔬菜所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国蔬菜所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国蔬菜所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国蔬菜市场格局分析

第一节 中国蔬菜行业竞争现状分析

一、中国蔬菜行业竞争情况分析

二、中国蔬菜行业主要品牌分析

第二节 中国蔬菜行业集中度分析

一、中国蔬菜行业市场集中度分析

二、中国蔬菜行业企业集中度分析

第三节 中国蔬菜行业存在的问题

第四节 中国蔬菜行业解决问题的策略分析

第五节 中国蔬菜行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国蔬菜行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国蔬菜行业消费特点

第二节 中国蔬菜行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 蔬菜行业成本分析

第四节 蔬菜行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国蔬菜行业价格现状分析

第六节 中国蔬菜行业平均价格走势预测

一、中国蔬菜行业价格影响因素

二、中国蔬菜行业平均价格走势预测

三、中国蔬菜行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国蔬菜行业区域市场现状分析

第一节 中国蔬菜行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区蔬菜市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区蔬菜市场规模分析

四、华东地区蔬菜市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区蔬菜市场规模分析

四、华中地区蔬菜市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区蔬菜市场规模分析

第九章 2016-2018年中国蔬菜行业竞争情况

第一节 中国蔬菜行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国蔬菜行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国蔬菜行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 蔬菜行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国蔬菜行业发展前景分析与预测

第一节 中国蔬菜行业未来发展前景分析

一、蔬菜行业国内投资环境分析

二、中国蔬菜行业市场机会分析

三、中国蔬菜行业投资增速预测

第二节 中国蔬菜行业未来发展趋势预测

第三节 中国蔬菜行业市场发展预测

一、中国蔬菜行业市场规模预测

二、中国蔬菜行业市场规模增速预测

三、中国蔬菜行业产值规模预测

四、中国蔬菜行业产值增速预测

五、中国蔬菜行业供需情况预测

第四节 中国蔬菜行业盈利走势预测

一、中国蔬菜行业毛利润同比增速预测

二、中国蔬菜行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国蔬菜行业投资风险与营销分析

第一节 蔬菜行业投资风险分析

一、蔬菜行业政策风险分析

二、蔬菜行业技术风险分析

三、蔬菜行业竞争风险分析

四、蔬菜行业其他风险分析

第二节 蔬菜行业企业经营发展分析及建议

一、蔬菜行业经营模式

二、蔬菜行业销售模式

三、蔬菜行业创新方向

第三节 蔬菜行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国蔬菜行业发展策略及投资建议

第一节 中国蔬菜行业品牌战略分析

一、蔬菜企业品牌的重要性

二、蔬菜企业实施品牌战略的意义

三、蔬菜企业品牌的现状分析

四、蔬菜企业的品牌战略

五、蔬菜品牌战略管理的策略

第二节 中国蔬菜行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国蔬菜行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国蔬菜行业发展策略及投资建议

第一节 中国蔬菜行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国蔬菜行业定价策略分析

第三节 中国蔬菜行业营销渠道策略

一、蔬菜行业渠道选择策略

二、蔬菜行业营销策略

第四节 中国蔬菜行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国蔬菜行业重点投资区域分析

二、中国蔬菜行业重点投资产品分析（FSW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyehongzi/344075344075.html>