

中国泡菜市场供需深度调查与十三五行业投资定位预测报告

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《中国泡菜市场供需深度调查与十三五行业投资定位预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/234688234688.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

泡菜是华夏祖先给我们留下的非常宝贵的财富，在中华民族的饮食文化，也有着非常悠久的历史。虽然近几年泡菜产业发展速度很快，但也逐渐步入发展瓶颈状。要解决其发展中面临的诸如营养、质量、安全性等问题，究其根本还是要做好泡菜的基础研究，如发酵菌种的开发及功效研究、发酵过程中微生物的控制及利用、产品功能性、营养性及风味研究等。

我国泡菜产业虽然近三年以年均20%—30%的增长速度及150亿元的年产值实现了快速发展，但如何让这一产业实现健康可持续的发展和壮大，首要的是要确保这一传统食品工业化的创新产品具有健康与安全的发展基础。”中国食品科学技术学会理事长孟素荷在不久前召开的中国泡菜产业创新及安全研讨会上表示。

我国泡菜行业在生产中，还存在着许多不足，如：大多数生产企业规模小且零星、分散；生产粗放，手工操作较多，机械化自动化程度不高，生产效率低；产品同质化现象严重，质量不稳定，新产品开发不足；泡菜原料质量得不到保障等。这些是制约我国泡菜产业发展的关键因素之一，也是导致食品安全问题的主要原因。

中国报告网发布的《中国泡菜市场供需深度调查与十三五行业投资定位预测报告》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。

报告大纲：

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

第一节产品/行业特征

一、产品/行业定义

二、产品/行业消费特征

第二节泡菜行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

第二章国内泡菜行业品牌产品市场规模分析

第一节2013-2015年泡菜市场规模分析

第二节2013-2015年我国泡菜区域结构分析

第三节泡菜区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西北地区市场规模分析

七、西南地区市场规模分析

第四节2016-2020年泡菜市场规模预测

第三章国内泡菜行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节2013-2015年泡菜产销量、价格分析

第二节泡菜产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节泡菜产品的品牌市场调查

一、消费者对泡菜品牌认知度宏观调查

二、消费者对泡菜产品的品牌偏好调查

三、消费者对泡菜品牌的首要认知渠道

四、泡菜品牌忠诚度调查

五、泡菜品牌市场占有率调查

六、消费者的消费理念调研

第四节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章国内泡菜行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对泡菜行业品牌发展的重要性

第三节泡菜行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商(无店铺零售、店铺零售)

三、代理商

第四节2013-2015年中国泡菜行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节2013-2015年国内泡菜行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第五章国内泡菜行业进出口市场情况分析

第一节2013-2015年国内泡菜行业进出口量分析

一、2013-2015年国内泡菜行业进口分析

二、2013-2015年国内泡菜行业出口分析

第二节2016-2020年国内泡菜行业进出口市场预测分析

一、2016-2020年国内泡菜行业进口预测

二、2016-2020年国内泡菜行业出口预测

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

第一节2013-2015年蔬菜行业发展现状

一、中国蔬菜产业发展概述

二、蔬菜产业发展中的主要矛盾

三、中国蔬菜行业流通体制分析

四、中国蔬菜生产的竞争机制

五、中国生鲜蔬菜供应链分析

第二节蔬菜产业结构分析

一、中国蔬菜产业组织结构分析

二、蔬菜产业结构调整必要性

三、中国蔬菜产业结构调整策略

第三节蔬菜产业技术发展现状分析

一、中国蔬菜育种科技发展现状

二、中国蔬菜集约化育苗技术分析

三、中国蔬菜新品种推广策略分析

第四节气候变化对蔬菜产业发展的影响分析

一、气候变化对蔬菜产量和品质的影响

二、暖冬对蔬菜生产的利与弊分析

三、气候变化对蔬菜种类和地理分布的影响

四、气候变化导致农业气象灾害的不确定性

五、减弱气候变化对蔬菜行业影响的措施

第五节生鲜蔬菜供应链优化策略

一、有效的整合生产组织成员

二、全程冷藏运输各节点无缝衔接

三、构建生鲜蔬菜物流信息平台

四、建立健全蔬菜质量监督管理系统

第六节蔬菜农药残留问题与对策分析

一、中国蔬菜农药残留现状分析

二、中国蔬菜农药残留超标原因分析

三、中国蔬菜农药残留常规去除方法

四、中国蔬菜农药残留问题解决途径

第七节提高蔬菜国际竞争力策略

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

第七章中国蔬菜市场整体研究

第一节2013-2015年蔬菜市场运行分析

- 一、2015年蔬菜市场运行回顾
- 二、2015年蔬菜市场运行现状

第二节2013-2015年蔬菜市场分析

- 一、蔬菜市场特点分析
- 二、蔬菜市场发展思考

第三节2015年蔬菜市场发展形势分析

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

第三节蔬菜价格变动原因分析

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

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

第一节四川省吉香居食品有限公司

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

第二节四川省李记酱菜调味品有限公司

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

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第三节四川省惠通食业有限责任公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第四节四川省味聚特食品有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第五节四川省川南酿造有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第九章国内泡菜行业品牌竞争格局分析

第一节泡菜行业历史竞争格局概况

一、泡菜行业集中度分析

二、泡菜行业竞争程度分析

第二节泡菜行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节2016-2020年国内泡菜行业品牌竞争格局展望

第四部分泡菜行业投资战略研究

第十章2016-2020年国内泡菜行业品牌发展预测

第一节2016-2020年泡菜行业品牌市场财务数据预测

- 一、2016-2020年泡菜行业品牌市场规模预测
- 二、2016-2020年泡菜行业总产值预测
- 三、2016-2020年泡菜行业利润总额预测
- 四、2016-2020年泡菜行业总资产预测

第二节2016-2020年泡菜行业供需预测

- 一、2016-2020年泡菜产量预测
- 二、2016-2020年泡菜需求预测
- 三、2016-2020年泡菜供需平衡预测

第三节2016-2020年泡菜行业投.资机会

- 一、2016-2020年泡菜行业主要领域投.资机会
- 二、2016-2020年泡菜行业出口市场投.资机会
- 三、2016-2020年泡菜行业企业的多元化投.资机会

第四节泡菜行业投.资风险及控制策略分析

- 一、2016-2020年泡菜行业市场风险及控制策略
 - 二、2016-2020年泡菜行业政策风险及控制策略
 - 三、2016-2020年泡菜行业经营风险及控制策略
 - 四、2016-2020年泡菜行业技术风险及控制策略
 - 五、2016-2020年泡菜行业同业竞争风险及控制策略
 - 六、2016-2020年泡菜行业其他风险及控制策略
- 1、汇率变动风险
 - 2、利率调整风险
 - 3、财务风险
 - 4、管理风险

第十一章2016-2020年国内泡菜行业品牌投.资价值与投.资策略分析

第一节行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节泡菜行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 1、总体政策环境
 - 2、<食品安全法>

3、四川泡菜产业发展规划

二、经济发展环境分析

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

7、财政收支状况

8、中国汇率调整

9、存贷款基准利率调整情况

10、存款准备金率调整情况

11、社会消费品零售总额

12、对外贸易&进出口

三、社会、文化与自然环境分析

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

四、技术发展环境分析

第三节泡菜行业投资价值分析

一、2016-2020年泡菜市场趋势总结

二、2016-2020年泡菜发展趋势分析

三、2016-2020年泡菜市场发展空间

四、2016-2020年泡菜产业政策趋向

五、2016-2020年泡菜技术革新趋势

六、2016-2020年泡菜价格走势分析

第四节泡菜行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、经营管理风险

五、其他风险

第五节泡菜行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

1、投资额度建议

2、技术性风险建议

3、项目可行性分析

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

第一节泡菜行业问题总结

第二节2016-2020年泡菜行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2016-2020年泡菜行业企业的资本运作模式

一、泡菜行业企业国内资本市场的运作建议

1、泡菜行业企业的兼并及收购建议

2、泡菜行业企业的融资方式选择建议

二、泡菜行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2016-2020年泡菜行业企业营销模式建议

一、泡菜行业企业的国内营销模式建议

1、泡菜行业企业的渠道建设

2、泡菜行业企业的品牌建设

二、泡菜行业企业海外营销模式建议

1、泡菜行业企业的海外细分市场选择

2、泡菜行业企业的海外经销商选择

第五节泡菜市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第十三章对泡菜行业投资战略研究

第一节泡菜行业发展战略研究

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

第二节对我国泡菜品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、泡菜实施品牌战略的意义
- 三、泡菜企业品牌的现状分析
- 四、我国泡菜企业的品牌战略
- 五、泡菜品牌战略管理的策略

第三节市场策略分析

- 一、泡菜价格策略分析
- 二、泡菜渠道策略分析

第四节销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第五节泡菜经营策略分析

- 一、泡菜市场细分策略
- 二、泡菜市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、泡菜新产品差异化战略

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/234688234688.html>