

中国绿豆行业盈利态势深度调查及企业投资策略 研究报告

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《中国绿豆行业盈利态势深度调查及企业投资策略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/liangshi/227543227543.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

绿豆（*Vigna radiata* (Linn.) Wilczek.），属于豆科。别名青小豆（因其颜色青绿而得名）、菹豆、植豆等，在中国已有两千余年的栽培史。

绿豆清热之功在皮，解毒之功在肉。绿豆汤是家庭常备夏季消暑饮料，消暑开胃，老少皆宜。传统绿豆制品有绿豆糕、绿豆酒、绿豆饼、绿豆沙、绿豆粉皮等。其实绿豆还有一种的颜色，黄色的，这种品质很稀少，目前只在江西鄱阳看到，外表黄色，豆皮比绿色更薄，营养更佳！

中国报告网发布的《中国绿豆行业盈利态势深度调查及企业投资策略研究报告》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：

第一章中国绿豆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2014-2015年中国宏观经济发展环境分析

一、2014-2015年中国GDP增长情况分析

二、2014-2015年工业经济发展形势分析

三、2014-2015年全社会固定资产投资分析

四、2014-2015年社会消费品零售总额分析

五、2014-2015年城乡居民收入与消费分析

六、2014-2015年对外贸易的发展形势分析

第三节政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、绿豆行业相关政策分析

第四节绿豆行业竞争特征

一、国内外品牌竞争

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节绿豆行业ji/shu环境特征

第二章中国绿豆行业市场供给分析调研

第一节2014-2015年绿豆产量分析

第二节2014-2015年中国绿豆区域结构分析

第三节绿豆区域市场供给分析调研

一、东北地区市场供给分析调研

二、华北地区市场供给分析调研

三、华东地区市场供给分析调研

四、华中地区市场供给分析调研

五、华南地区市场供给分析调研

六、西部地区市场供给分析调研

第三章中国绿豆行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节2014-2015年中国绿豆消费量分析

第二节2014-2015年中国绿豆市场规模分析调研

第三节2014-2015年中国绿豆平均价格走势分析

第四节绿豆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

第四章中国绿豆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

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对绿豆行业品牌发展的重要性

第三节绿豆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2014-2015年中国绿豆行业市场需求分析

一、东北地区

二、华北地区

三、华东地区

四、华中地区

五、华南地区

六、西部地区

第五章中国绿豆行业进出口市场情况分析

第一节2014-2015年中国绿豆行业进出口量分析

一、2014-2015年中国绿豆行业进口分析

二、2014-2015年中国绿豆行业出口分析

第二节2015-2020年中国绿豆行业进出口市场预测分析

一、2015-2020年中国绿豆行业进口预测

二、2015-2020年中国绿豆行业出口预测

第六章中国绿豆行业优势品牌企业分析

第一节洮南来宝丰业农产品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二节广州国联食品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节昌图县双林粮油贸易有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节通榆县中兴粮油贸易有限责任公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节锦州天福绿豆米厂

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第六节厦门嘉祺生物食品有限公司

一、公司基本情况

二、企业生产经营情况

三、公司绿豆经营情况

四、企业销售情况分析

第七章中国绿豆行业竞争分析

第一节绿豆行业竞争概况

一、绿豆行业集中度分析

二、绿豆行业竞争程度分析

第二节绿豆行业地区竞争状况分析调研

一、领导地区的市场力量

二、其他地区的竞争力

第三节2015-2020年中国绿豆行业竞争展望

第八章2015-2020年国内绿豆行业发展预测

第一节2015-2020年绿豆行业市场预测

一、2015-2020年绿豆行业市场规模预测

二、2015-2020年绿豆行业总产值预测

三、2015-2020年绿豆行业净利润预测

第二节2015-2020年绿豆行业供需预测

一、2015-2020年绿豆供给预测

二、2015-2020年绿豆需求预测

三、2015-2020年绿豆供需平衡预测

第三节2015-2020年绿豆行业投资机会

一、2015-2020年绿豆行业主要领域投资机会

二、2015-2020年绿豆行业出口市场投资机会

三、2015-2020年绿豆行业企业的多元化投资机会

第四节影响绿豆行业发展的主要因素

一、2015-2020年影响绿豆行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响绿豆行业运行的稳定因素分析

三、2015-2020年影响绿豆行业运行的不利因素分析

四、2015-2020年我国绿豆行业发展面临的挑战分析

五、2015-2020年我国绿豆行业发展面临的机遇分析

第五节绿豆行业投资.风险及控制策略分析

一、2015-2020年绿豆行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年绿豆行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年绿豆行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年绿豆行业ji/shu风险及控制策略

五、2015-2020年绿豆行业同业竞争风险及控制策略

第九章2015-2020年中国绿豆行业品牌投.资价值与投.资策略分析

第一节绿豆行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第二节绿豆行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会文化与自然环境分析

四、ji/shu发展环境分析

第三节绿豆行业投.资价值分析

一、2015-2020年绿豆发展趋势分析

二、2015-2020年绿豆市场发展空间

三、2015-2020年绿豆产业政策趋向

四、2015-2020年绿豆ji/shu革新趋势

五、2015-2020年绿豆价格走势分析

第四节绿豆行业投.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、ji/shu创新风险

五、经营管理风险

第五节绿豆行业投.资策略分析

一、重点投.资品种分析

二、重点投.资地区分析

三、重点项目投.资策略

第十章中国绿豆行业总结及企业经营战略建议

第一节绿豆行业问题总结

第二节2015-2020年绿豆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2015-2020年绿豆行业企业的资本运作模式

一、绿豆行业企业国内资本市场的运作建议

（一）绿豆行业企业的兼并及收购建议

（二）绿豆行业企业的融资方式选择建议

二、绿豆行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2015-2020年绿豆行业企业营销模式建议

一、绿豆行业企业的国内营销模式建议

（一）绿豆行业企业的渠道建设

（二）绿豆行业企业的品牌建设

二、绿豆行业企业海外营销模式建议

（一）绿豆行业企业的海外细分市场选择

（二）绿豆行业企业的海外经销商选择

第五节绿豆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、企业重点客户的鉴别与确定

三、企业重点客户的开发与培育

四、实施重点客户战略要需解决的问题

五、企业重点客户的市场营销策略分析

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liangshi/227543227543.html>