

2007—2008年中国核桃深加工行业投资价值决策 咨询及行业竞争力调查研究报告

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《2007—2008年中国核桃深加工行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告》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/xiantiyongpin/2960429604.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 10000

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

【交付时间】 5个工作日【报告格式】 Word格式报告摘要：世界上核桃的栽培面积较大，据联合国粮农组织统计：核桃的栽培面积在170万hm²以上，年产核桃为130-150万吨。栽培面积较大的国家为中国、美国、土耳其等，年产最高的国家有美国20万吨；中国18万吨；土耳其17万吨；意大利、南斯拉夫、罗马尼亚、法国3-4万吨；保加利亚、德国、匈牙利、印度、独联体在2万吨以上。我国的核桃栽培面积较大，约70万hm²以上，结果树为1.2亿株。产量最高的有云南（主要为铁核桃）、陕西、山西、河北、甘肃5省占全国总产的70%以上，是我国生产出口核桃的主要基地。图表

1：2002-2007年5月份国内未去壳核桃进口量及增长率 全国年产核桃18万吨以上，人均占有0.16kg。按总产量市场销售50%份额计算，实际人均消费量为0.08kg。而工业发达的美国人均消费核桃1.5kg，法国1.2kg，德国1.1kg，英国0.7kg，日本1.0kg，香港地区1.2kg。在核桃的消费上我国同发达国家相比差距很大。但是随着我国国力的增强及人民生活水平的提高及膳食结构的转变，人们对具有医疗保健功能的核桃食品的逐步认识，在国内的销量也会逐年增加。国内人均消费量达到0.5kg，国内需要60万吨以上。而今以核桃为原料的加工食品也不断增加，如智强核桃粉、氧元核桃乳、信友核桃乳、健脑益智核桃奶和各种风味的核桃仁、小菜等几十种，每年需要核桃5万吨以上。图表

2：2002-2007年5月份国内未去壳核桃进口金额及增长率 世界上年产核桃最多的国家是美国，年产量为22.6万吨，其中75%在美国国内销售，25%出口，占世界总产量的10%。中国居第二位，年产核桃18万吨左右；土耳其年产量与中国接近，达14-17万吨；法国年产核桃2-2.5万吨，意大利年产核桃6万吨。世界上核桃栽培面积最大的是中国，约为1000万亩，超过世界其它国家栽培面积的总和，居世界之首，其次是美国，栽培面积120万亩；土耳其有核桃树400万株；法国有200万株；匈牙利有600万株；波兰有40万株；西班牙有503万株...

...图表 3：2002-2007年5月份国内未去壳核桃出口量及增长率分析 从区域种植分布来看，我国核桃种植基本上沿长江流域的几个省份：浙江、安徽、湖南、湖北、贵州、广西、云南等，并生长在以石炭岩发育的土壤为主。目前在核桃深加工方面，主要加工产品有核桃油、核桃营养粉、核桃乳饮料、核桃休闲小食品等。其中核桃油被列为近几年国际、国内市场需求量较高的三大植物油之一，营养价值很高。工业上可作为高级润滑油、原料油使用；经精炼、提纯后，是人们日常生活中理想的高级食用烹调油。因此，将核桃仁加工制成核桃油及核桃油系列产品，必将具有广阔的市场前景和可观的经济效益。目前，精制核桃油市场零售价格为20—30元/250mL；目前国内市场上人们对固体饮料的需求量相当大。核桃粉产品具有营养丰富，品种多样，食用、携带方便，物美价廉等特点，其前景将相当可观。目前市场上，核桃营养粉销售价格约10—15元/500克；核桃乳被称为新一代绿色营养型饮料，仍是国内外饮料行业发展的主流之一。目前市场上“核桃乳”饮料销售价格为2.40 - 2.80元 / 瓶或3.00 - 3.60元/罐，在中高档饭店，价格6.00 - 12.00元。核桃以其丰富的营养和独特的风味，

名列四大干果之首，历来受到世界人民的喜爱。核桃仁味道鲜美，易于消化吸收，可直接食用。核桃整果和将核桃仁壳分离出的核桃仁，可作为成品投放市场或出口，具有可观的经济效益。目前，国内市场上核桃干果的售价为8—12元/公斤，核桃仁的零售价为20—30元/公斤。图表 4：2002-2007年5月份国内未去壳核桃出口量及增长率分析 近几年核桃价格连年走升，与几大因素有关：一是国内消费市场需求扩大了。如今生活条件好了，越来越多的消费者认识到核桃的营养和药用价值，消费比例上升；二是核桃加工业兴起。核桃仁可制成食品，加工成油料，广泛的用途使核桃消费量、需求量大增加；三是国际市场需求量增加。由于核桃营养丰富、风味好，在国际市场很受欢迎。我国的核桃主要出口英国、德国、瑞士等国，出口量呈逐年上升之势。图表 5：2007年6月份全国部分批发市场核桃批发价格

我国经济的发展，人民生活水平的提高，食品结构与消费结构将会发生变化，休闲食品将会得到进一步的发展。目前世界水果的年人均消费量为72千克，而干果仅为0.68千克，干果的发展具很大的潜在空间，尤其是特色干果发展的空间将更加广阔。山核桃是干果中的佼佼者，产品供不应求，销售价位一直较高。现山核桃的销售市场基本上仅集中在江浙沪一带，南北市场还没有很好开发，市场容量十分大。

报告目录第一章 研究概述 11第一节 研究背景 12第二节 研究内容 13第三节 研究方法 14第四节 研究团队 15第五节 数据来源 16第二章 核桃产业概述 17第一节 国外核桃产业发展现状 18一、 美国核桃产业现状 19二、 土耳其核桃产业现状 20三、 意大利核桃产业现状 21四、 南斯拉夫核桃产业现状 22五、 罗马尼亚核桃产业现状 23六、 法国核桃产业现状 24第二节 国内核桃产业发展现状 25一、 国内核桃种植产业现状 26二、 国内核桃加工产业现状 27三、 国内核桃消费市场现状 28第三节 国内核桃良种繁育现状 29第四节 国内核桃产业化现状 30第三章 国内核桃种植基地现状分析 31第一节 重庆市核桃种植基地 32一、 种植面积情况 33二、 核桃深加工情况 34三、 核桃产销情况 35四、 育种嫁接繁殖技术现状 36第二节 四川省核桃种植基地 37一、 种植面积情况 38二、 核桃深加工情况 39三、 核桃产销情况 40四、 育种嫁接繁殖技术现状 41第三节 云南省核桃种植基地 42一、 种植面积情况 43二、 核桃深加工情况 44三、 核桃产销情况 45四、 育种嫁接繁殖技术现状 46第四节 山西省核桃种植基地 47一、 种植面积情况 48二、 核桃深加工情况 49三、 核桃产销情况 50四、 育种嫁接繁殖技术现状 51第五节 新疆核桃种植基地 52一、 种植面积情况 53二、 核桃深加工情况 54三、 核桃产销情况 55四、 育种嫁接繁殖技术现状 56第六节 青海省核桃种植基地 57一、 种植面积情况 58二、 核桃深加工情况 59三、 核桃产销情况 60四、 育种嫁接繁殖技术现状 61第七节 陕西省核桃种植基地 62一、 种植面积情况 63二、 核桃深加工情况 64三、 核桃产销情况 65四、 育种嫁接繁殖技术现状 66第八节 河北省核桃种植基地 67一、 种植面积情况 68二、 核桃深加工情况 69三、 核桃产销情况 70四、 育种嫁接繁殖技术现状 71第九节 河南省核桃种植基地 72一、 种植面积情况 73二、 核桃深加工情况 74三、 核桃产销情况 75四、 育种嫁接繁殖技术现状 76第十节 安徽省核桃种植基地 77一、 种植面积情况 78二、 核桃深加工情况 79三、 核桃产销情况

80四、 育种嫁接繁殖技术现状 81第十一节 甘肃省核桃种植基地 82一、 种植面积情况 83二、 核桃深加工情况 84三、 核桃产销情况 85四、 育种嫁接繁殖技术现状 86第四章 国内核桃深加工产品分析 87第一节 核桃仁产品 88一、 国内产量情况分析 89二、 产品销售市场分析 90三、 产品竞争力分析 91四、 产品消费群体分析 92第二节 核桃露产品 93一、 国内产量情况分析 94二、 产品销售市场分析 95三、 产品竞争力分析 96四、 产品消费群体分析 97第三节 核桃油产品 98一、 国内产量情况分析 99二、 产品销售市场分析 100三、 产品竞争力分析 101四、 产品消费群体分析 102第四节 核桃粉产品 103一、 国内产量情况分析 104二、 产品销售市场分析 105三、 产品竞争力分析 106四、 产品消费群体分析 107第五章 国内区域核桃品种优势分析 108第一节 涉县核桃 109一、 自然优势 110二、 发展优势 111三、 科技优势 112四、 市场优势 113第二节 徽州核桃 114一、 自然优势 115二、 发展优势 116三、 科技优势 117四、 市场优势 118第三节 黄龙核桃 119一、 自然优势 120二、 发展优势 121三、 科技优势 122四、 市场优势 123第四节 南华核桃 124一、 自然优势 125二、 发展优势 126三、 科技优势 127四、 市场优势 128第五节 南江核桃 129一、 自然优势 130二、 发展优势 131三、 科技优势 132四、 市场优势 133第六节 灵水核桃 134一、 自然优势 135二、 发展优势 136三、 科技优势 137四、 市场优势 138第七节 岭南核桃 139一、 自然优势 140二、 发展优势 141三、 科技优势 142四、 市场优势 143第八节 城口核桃 144一、 自然优势 145二、 发展优势 146三、 科技优势 147四、 市场优势 148第九节 毕节核桃 149一、 自然优势 150二、 发展优势 151三、 科技优势 152四、 市场优势 153第十节 卢氏核桃 154一、 自然优势 155二、 发展优势 156三、 科技优势 157四、 市场优势 158第十一节 汾阳核桃 159一、 自然优势 160二、 发展优势 161三、 科技优势 162四、 市场优势 163第十二节 商洛核桃 164一、 自然优势 165二、 发展优势 166三、 科技优势 167四、 市场优势 168第六章 核桃深加工企业竞争力分析 169第一节 安徽省宁国市詹氏天然食品有限公司 170一、 企业基本情况 171二、 企业深加工产品 172三、 企业产品产销情况 173四、 企业技术研发情况 174五、 企业经营效益分析 175第二节 云南省昌宁县胜江林产品开发有限责任公司 176一、 企业基本情况 177二、 企业深加工产品 178三、 企业产品产销情况 179四、 企业技术研发情况 180五、 企业经营效益分析 181第三节 四川广元阿明食品公司 182一、 企业基本情况 183二、 企业深加工产品 184三、 企业产品产销情况 185四、 企业技术研发情况 186五、 企业经营效益分析 187第四节 楚雄星盛生态食品有限责任公司 188一、 企业基本情况 189二、 企业深加工产品 190三、 企业产品产销情况 191四、 企业技术研发情况 192五、 企业经营效益分析 193第五节 陕西宜君县棋智核桃饮品有限公司 194一、 企业基本情况 195二、 企业深加工产品 196三、 企业产品产销情况 197四、 企业技术研发情况 198五、 企业经营效益分析 199第六节 云南“大西洋”绿色生物制品有限公司 200一、 企业基本情况 201二、 企业深加工产品 202三、 企业产品产销情况 203四、 企业技术研发情况 204五、

企业经营效益分析	205	第七节 新疆和田墨玉县阿布丹食品厂	206	一、 企业基本情况	
				207	二、 企业深加工产品
				208	三、 企业产品产销情况
				209	四、 企业技术研发情况
				210	五、 企业经营效益分析
	211	第八节 安徽省宁国山里仁食品有限公司	212	一、 企业基本情况	
				213	二、 企业深加工产品
				214	三、 企业产品产销情况
				215	四、 企业技术研发情况
				216	五、 企业经营效益分析
	217	第九节 山西飞鹤三泰生物科技有限公司	218	一、 企业基本情况	
				219	二、 企业深加工产品
				220	三、 企业产品产销情况
				221	四、 企业技术研发情况
				222	五、 企业经营效益分析
	223	第十节 四川锦云深食品有限公司	224	一、 企业基本情况	
				225	二、 企业深加工产品
				226	三、 企业产品产销情况
				227	四、 企业技术研发情况
				228	五、 企业经营效益分析
	229	第十一节 山西威特食品有限公司	230	一、 企业基本情况	
				231	二、 企业深加工产品
				232	三、 企业产品产销情况
				233	四、 企业技术研发情况
				234	五、 企业经营效益分析
	235	第十二节 山西天骄食业有限公司	236	一、 企业基本情况	
				237	二、 企业深加工产品
				238	三、 企业产品产销情况
				239	四、 企业技术研发情况
				240	五、 企业经营效益分析
	241	第十三节 杭州天香斋食品有限公司	242	一、 企业基本情况	
				243	二、 企业深加工产品
				244	三、 企业产品产销情况
				245	四、 企业技术研发情况
				246	五、 企业经营效益分析
	247	第十四节 云南开窍绿色生物有限公司	248	一、 企业基本情况	
				249	二、 企业深加工产品
				250	三、 企业产品产销情况
				251	四、 企业技术研发情况
				252	五、 企业经营效益分析
	253	第十五节 山西汾阳富有核桃加工厂	254	一、 企业基本情况	
				255	二、 企业深加工产品
				256	三、 企业产品产销情况
				257	四、 企业技术研发情况
				258	五、 企业经营效益分析
	259	第七章 核桃进出口贸易分析	260	第一节 未去壳核桃	261
				261	一、 2005-2007年中国未去壳核桃进口情况分析
				262	二、 2005-2007年中国未去壳核桃出口情况分析
				263	三、 2005-2007年中国未去壳核桃进出口国别分析
				264	四、 2005-2007年中国未去壳核桃进出口贸易方式分析
				265	五、 2005-2007年中国未去壳核桃进出口运输方式分析
			266	第二节 核桃仁	267
				267	一、 2005-2007年中国核桃仁进口情况分析
				268	二、 2005-2007年中国核桃仁出口情况分析
				269	三、 2005-2007年中国核桃仁进出口国别分析
				270	四、 2005-2007年中国核桃仁进出口贸易方式分析
				271	五、 2005-2007年中国核桃仁进出口运输方式分析
			272	第三节 核桃仁罐头	273
				273	一、 2005-2007年中国核桃仁罐头进口情况分析
				274	二、 2005-2007年中国核桃仁罐头出口情况分析
				275	三、 2005-2007年中国核桃仁罐头进出口国别分析
				276	四、 2005-2007年中国核桃仁罐头进出口贸易方式分析
				277	五、 2005-2007年中国核桃仁罐头进出口运输方式分析
			278	第八章 核桃产品产业链分析	
	279	第一节 核桃上游产业链分析	280	第二节 核桃下游产业链分析	281
				281	第三节 与产业链及相关的其它产业分析
			282	第九章 核桃产业发展趋势分析	283
				283	第一节

2005-2006年国内核桃产业发展潜力分析	284	第二节	2008-2010年国内核桃发展规模预测					
285	第三节	2008-2010年国内核桃产量预测	286	第四节	2008-2010年国内核桃产业结构预测			
287	第五节	2008-2010年核桃进出口贸易预测			288	第十章		
核桃种植及深加工产业政策及行业技术标准	289	第一节	核桃种植业产业政策	290	第二节	核桃加工业产业政策		
291	第三节	核桃营销产业政策	292	第四节	核桃贸易产业政策	293	第五节	核桃深加工产品行业技术标准
294	第十一章	核桃产品市场价格趋势分析	295	第一节	2005-2006年核桃初级产品价格分析	296	第二节	2005-2006年核桃深加工产品分析
297	第三节	2006年不同品种核桃价格分析	298	第四节	2006年不同区域核桃市场价格分析	299	第五节	2006年不同等级核桃市场价格分析
300	第六节	2007-2010年核桃产品价格趋势分析	301	第十二章	核桃产业竞争格局分析	302	第一节	国内核桃产业总体竞争力分析
303	第二节	国内核桃产业竞争模式分析	304	第三节	国内核桃产品竞争力分析	305	第四节	国内核桃品牌竞争力分析
306	第十三章	核桃产业投资现状及投资价值分析	307	第一节	2005-2006年国内核桃产业总体投资情况分析	308	第二节	2005-2006年国内核桃产业投资效益分析
309	第三节	2007-2010年国内核桃产业投资趋势预测	310	第四节	国内核桃产业投资价值与机会分析	311	第五节	国内核桃产业投资风险及防范措施
312	第十四章	研究报告结论及建议	313	报告图表(165)张图表)略				

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2960429604.html>