

2018-2024年中国大姜行业 市场调研与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国大姜行业市场调研与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/shipin/S57750KZ9I.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

生姜(Zinger Officinale Roscoe)又称生姜，本味辣，属姜科姜属，为多年生草本宿根草本植物，在我国作为一年生经济作物栽培，是我国特产的重要蔬菜品种。生姜原产于印度、马来西亚热带多雨森林地区，在我国栽培历史悠久。晚上不宜吃姜。

生姜一般作为食材多用，是一种经济型农作物。生姜有小种姜、大种姜等品种，药用以小种为好，习惯把小种生姜叫“小黄姜”，小黄姜切面纯黄色，味辛辣浓，肉细嫩，味香，纤维较细。其中北纬27度姜是天然无污染的稀缺性优质姜品种。

大种生姜则切面色灰黄带铁色，纤维较粗，辛辣与香味皆不如小种生姜，药效也差，适用于炒菜的食材。

生姜供食用和药用的部分为其根茎。根茎内含多种营养成分，它除含有碳水化合物、蛋白质、多种维生素及矿物质外，还含有姜辣素、姜油酮、姜烯酚和姜醇等。鲜大姜具有特殊的香辣味，是我国人民普遍采用的香辛调味蔬菜，有“菜中之祖”的称号。烹调蔬菜放些生姜可使菜味清香可口，用生姜烧炖鱼肉能去腥膻，增鲜添香。生姜除直接作调味品外，还可加工制成姜汁、姜片、姜粉、姜酒、姜油等，亦可盐渍、糖渍、酱渍制成多种食品。用醋酸盐水泡制的姜芽，是出口创汇的重要蔬菜产品。此外，也是良好的中药材，可抑制肠内异常发酵，促进气体排泄，增强血液循环，具有温暖、发汗、止嘔、解毒等作用，可作健胃、镇吐、去寒、防暑、发汗剂。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国生姜行业市场调研与发展前景预测报告》共十七章。首先介绍了生姜相关概念及发展环境，接着分析了中国生姜规模及消费需求，然后对中国生姜市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国生姜面临的机遇及发展前景。若您想对中国生姜有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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：

第一章大姜市场宏观环境分析

第一节国内宏观经济环境

一、2012-2016年GDP历史变动轨迹

二、2012-2016年固定资产投资历史变动轨迹

三、2012-2016年进出口贸易历史变动轨迹

四、2018-2024年我国宏观经济发展预测

第二节大姜产业政策

一、大姜产业“十二五”发展规划

二、产业发展鼓励政策

三、相关税收政策

四、相关投资政策

第三节大姜市场发展波特五力模型

一、市场内竞争

二、买方议价能力

三、卖方议价能力

四、进入威胁

五、替代威胁

第四节大姜市场发展影响因素

第五节2018-2024年我国大姜市场发展趋势

第二章全国大姜市场整体运行情况分析

第一节2014-2016年中国大姜市场基本情况

一、2014-2016年中国大姜市场发展现状

二、2014-2016年大姜市场总体运行情况

三、2014-2016年中国大姜市场资产及负债状况

四、2014-2016年中国大姜市场销售及利润状况

五、2014-2016年中国大姜市场成本费用构成情况

第二节2014-2016年中国大姜市场偿债能力分析

第三节2014-2016年中国大姜市场盈利能力分析

第三章中国大姜市场供给分析

第一节2012-2016年大姜市场总产量分析

第二节2012-2016年大姜市场产出结构变动分析

第三节2012-2016年大姜市场产能过剩情况分析

第四节2012-2016年大姜市场产销率与产品库存分析

第五节2012-2016年大姜市场生产成本变动分析

第六节2018-2024年我国大姜市场产量预测

第四章中国大姜市场需求分析

第一节2012-2016年大姜市场总消费量分析

第二节2012-2016年大姜市场消费特点与消费趋势分析

第三节2012-2016年大姜市场供需错位情况分析

第四节2012-2016年大姜市场需求满足率与潜在需求量分析

一、2012-2016年大姜市场满足率分析

二、2012-2016年大姜市场潜在需求量分析

第五节2012-2016年大姜市场市场价格变动分析

第六节2018-2024年我国大姜市场消费量预测

第五章中国大姜市场供需状况分析

第一节2012-2016年大姜市场供需状况

一、2012-2016年大姜供给状况

二、2012-2016年大姜需求状况

三、2012-2016年大姜供需缺口分析

第二节2018-2024年我国大姜供给变化趋势预测

第三节2018-2024年我国大姜需求变化趋势预测

第四节2018-2024年我国大姜供需缺口变化趋势预测

第五节大姜市场供需主要影响因素

第六章中国大姜市场价格行情分析

第一节2012-2016年大姜市场平均价格走势分析

第二节2012-2016年大姜市场价格走势分析

第三节价格形成机制分析

第四节2018-2024年我国大姜市场价格走势预测

第五节2018-2024年我国大姜主要产品价格走势预测

第七章中国大姜市场进出口分析

第一节2012-2016年大姜市场国际贸易市场分析

第二节2012-2016年大姜市场进出口量分析

第三节2012-2016年国内外进出口相关政策分析
第四节2012-2016年大姜市场进出口特点分析
第五节2012-2016年大姜市场进出口结构变动分析
第六节2018-2024年我国大姜市场进出口预测

第八章中国大姜市场区域市场分析

第一节2012-2016年我国不同地区产品生产分析
第二节2012-2016年我国不同地区产品消费分析
第三节2012-2016年我国主要城市产品市场价格分析
第四节2012-2016年我国不同地区产品竞争程度分析
第五节2012-2016年我国不同地区产品供需走势分析
第六节2018-2024年我国不同地区产品发展预测

第九章2014-2016年大姜市场区域市场运行情况分析

第一节2014-2016年华东地区大姜市场运行情况分析

一、市场规模
二、成长性
三、经营能力
四、盈利能力
五、偿债能力

第二节2014-2016年华中地区大姜市场运行情况分析

一、市场规模
二、成长性
三、经营能力
四、盈利能力
五、偿债能力

第三节2014-2016年华北地区大姜市场运行情况分析

一、市场规模
二、成长性
三、经营能力
四、盈利能力
五、偿债能力

第四节2014-2016年东北地区大姜市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第五节2014-2016年西北地区大姜市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第六节2014-2016年西南地区大姜市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第十章中国大姜市场竞争格局分析

第一节2014-2016年国内外主要市场企业分析

第二节大姜市场历史竞争格局综述

一、市场集中度分析

二、市场竞争程度

第三节大姜市场企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第四节市场代表性企业经营发展模式分析

第五节近期企业并购分析

第六节国内外企业发展的SWOT模型分析

第七节2018-2024年大姜市场竞争格局展望

一、市场集中度展望

二、市场竞争格局对产品价格的影响展望

三、产品竞争格局有所改变

第十一章中国生姜市场产品技术发展分析

第一节我国生姜技术发展现状

第二节我国生姜产品技术成熟度分析

第三节中外生姜技术差距及产生差距的主要原因分析

第四节我国生姜技术发展对策及建议

第五节中外主要生姜生产商生产设备配置对比分析

第六节我国生姜产品研发、设计发展趋势分析

第十二章中国生姜市场产品营销分析

第一节生姜市场国内营销模式分析

第二节生姜市场主要销售渠道分析

第三节生姜市场广告与促销方式分析

第四节生姜市场价格竞争方式分析

第五节生姜市场国际化营销模式分析

第十三章中国生姜市场消费者偏好调查

第一节生姜市场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

第二节生姜市场产品的品牌市场调查

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、生姜市场品牌忠诚度调查

六、生姜市场品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三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

第十四章中国大姜市场重点企业分析（选择7-10家）

第一节企业基本情况及经营状况

第二节企业资产负债分析

第三节企业成本费用分析

第四节企业收入及利润分析

第五节企业现金流分析

第六节企业竞争优势分析

第十五章2018-2024年大姜市场发展趋势预测分析

第一节2018-2024年大姜市场发展趋势与预测

一、当前大姜市场的发展趋势

二、大姜的研发趋势

三、2016年针对大姜产品市场预测

第二节2018-2024年大姜市场发展趋势与预测

一、未来大姜市场发展方向预测

二、2018-2024年大姜市场发展预测

三、2018-2024年大姜市场竞争预测

第十六章中国大姜市场投资风险分析

第一节2018-2024年大姜市场投资机会

一、2018-2024年大姜市场主要产品投资机会

二、2018-2024年大姜市场主要出口投资机会

三、2018-2024年大姜企业的多元化投资机会

第二节2018-2024年大姜市场投资风险展望

一、宏观调控风险

二、市场竞争风险

- 三、供需波动风险
- 四、技术风险
- 五、经营管理风险
- 六、其他风险

第十七章ZYZF 中国生姜市场投资建议分析

第一节2018-2024年生姜市场投资分析

- 一、2018-2024年市场热点投资产品分析
- 二、2018-2024年市场热点投资地域分析
- 三、2018-2024年市场热点投资方式分析

第二节2018-2024年生姜经营战略建议

第三节2018-2024年生姜的资本运作模式

第四节专家投资建议

图表目录：

- 图表：2012-2016年生姜市场规模及增速
- 图表：2018-2024年生姜市场规模及增速预测
- 图表：2012-2016年生姜重点企业市场份额
- 图表：2014-2016年生姜区域结构
- 图表：2014-2016年生姜渠道结构
- 图表：2012-2016年生姜需求总量
- 图表：2018-2024年生姜需求总量预测
- 图表：2012-2016年生姜需求集中度
- 图表：2012-2016年生姜需求增长速度
- 图表：2012-2016年生姜市场饱和度
- 图表：2012-2016年生姜供给总量
- 图表：2012-2016年生姜供给增长速度
- 图表：2018-2024年生姜供给量预测
- 图表：2012-2016年生姜供给集中度
- 图表：2012-2016年生姜销售量
- 图表：2012-2016年生姜库存量
- 图表：2014-2016年生姜企业区域分布

图表：2014-2016年大姜销售渠道分布

图表：2014-2016年大姜主要代理商分布

图表：2012-2016年大姜价格走势

图表：2018-2024年大姜价格趋势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/S57750KZ9I.html>