

2017-2022年中国泡菜市场 研究与未来前景预测报告

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

《2017-2022年中国泡菜市场研究与未来前景预测报告》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/114382CGBM.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

泡菜古称菹，是指为了利于长时间存放而经过发酵的蔬菜。一般来说，只要是纤维丰富的蔬菜或水果，都可以被制成泡菜；像是卷心菜、大白菜、红萝卜、白萝卜、大蒜、青葱、小黄瓜、洋葱、高丽菜等。蔬菜在经过腌渍及调味之后，有种特殊的风味，很多人会当作是一种常见的配菜食用。所以现代人在食材取得无虞的生活环境中，还是会制做泡菜。

世界各地都有泡菜的影子，风味也因各地做法不同而有异，其中涪陵榨菜、法国酸黄瓜、德国甜酸甘蓝，并称为世界三大泡菜。已制妥的泡菜有丰富的乳酸菌，可帮助消化。但是制作泡菜有一定的规则，像是不能碰到生水或是油，否则容易腐败等等。若是误食遭到污染的泡菜，容易拉肚子或是食物中毒。

泡菜主要是靠乳酸菌的发酵生成大量乳酸而不是靠盐的渗透压来抑制腐败微生物的。泡菜使用低浓度的盐水，或用少量食盐来腌渍各种鲜嫩的蔬菜，再经乳酸菌发酵，制成一种带酸味的腌制品，只要乳酸含量达到一定的浓度，并使产品隔绝空气，就可以达到久贮的目的。泡菜中的食盐含量为2%到4%，是一种低盐食品。

主要分类 中国泡菜 韩国泡菜 各种应季的蔬菜，如白菜、甘蓝（卷心菜）、胡萝卜、辣椒、芹菜、黄瓜、菜豆、莴笋等质地坚硬的根、茎、叶、果均可做为制作中国泡菜的原料，中国泡菜一般都是泡在罐装的花椒盐水里，不掺和过多调味品，完全是单纯澄明的口味，当然也可根据个人喜好，添加其他佐料，这是中国泡菜比韩国泡菜更有伸缩余地和想象空间的地方，制作工序也比韩国泡菜简单便捷许多。通常夏季三天，冬季一周，即可取出食用。中国泡菜不仅保持新鲜蔬菜原有的色泽，在口感上比新鲜蔬菜更爽脆，还可根据个人喜好，调节辣的程度。且经过乳酸菌发酵后的生菜，微酸，既好吃，又助消化。韩国泡菜是一种以蔬菜为主要原料，各种水果、海鲜及肉料为配料的发酵食品。主要成分为乳酸菌，还含有丰富的维生素、钙、磷等无机物和矿物质以及人体所需的十余种氨基酸。韩国泡菜食后五味俱全，可佐饭，可佐酒，易消化，爽胃口，既能提供充足的营养，又能预防动脉硬化，降低胆固醇，消除多余脂肪等多种疾病，泡菜代表着韩国烹调文化，制作泡菜已有3000多年的历史，韩国泡菜源于中国。由于韩国所处地理位置冬季寒冷、漫长，不长果蔬，所以韩国人用盐来腌制蔬菜以备过冬。到了16世纪，传进辣椒被广泛用于腌制泡菜。韩式泡菜有200多种，各种蔬菜均可腌制泡菜，甚至连水果、鱼、肉等均可腌渍制作成各种款式的泡菜，可谓林林总总，蔚为大观，风味独特，别具一格，引起人们的喜爱。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国泡菜市场研究与未来前景预测报告》共十三章。首先介绍了泡菜相关概念及发展环境，接着分析了中国泡菜规模及消费需求，然后对中国

泡菜市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国泡菜面临的机遇及发展前景。您若想对中国泡菜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1

第一节 产品/行业特征1

一、产品/行业定义1

二、产品/行业消费特征1

第二节 泡菜行业竞争特征1

一、国内外品牌竞争格局1

二、行业进入壁垒分析2

三、可替代品威胁分析2

第二章 国内泡菜行业品牌产品市场规模分析3

第一节 2014-2016年泡菜市场规模分析3

随着国民经济的发展、城市化进程的提高，收入水平较高的城市居民对特色、绿色农产品加工产品喜爱程度与日俱增。城市居民在食用肉类产品及大米、面食等主食产品的同时，对含有人体所需的微量元素、维生素及氨基酸蔬菜产品也更加重视，泡菜作为含有人体所需的微量元素、维生素和多种氨基酸的佐餐开胃食品，受到越来越多的城市居民消费者的喜爱，到2015年，泡菜市场规模达到466.36亿元，泡菜行业未来市场发展空间更大。

2009-2015年泡菜市场规模

第二节 2014-2016年我国泡菜区域结构分析3

第三节 泡菜区域市场规模分析4

一、东北地区市场规模分析4

二、华北地区市场规模分析5

三、华东地区市场规模分析5

四、华中地区市场规模分析6

五、华南地区市场规模分析6

六、西北地区市场规模分析7

七、西南地区市场规模分析7

第四节 2017-2022年泡菜市场规模预测8

第三章 国内泡菜行业品牌需求与消费者偏好调查9

第一节 2014-2016年泡菜产销量、价格分析9

第二节 泡菜产品目标客户群体调查11

一、不同收入水平消费者偏好调查11

二、不同年龄的消费者偏好调查14

三、不同地区的消费者偏好调查16

第三节 泡菜产品的品牌市场调查20

一、消费者对泡菜品牌认知度宏观调查20

二、消费者对泡菜产品的品牌偏好调查20

三、消费者对泡菜品牌的首要认知渠道20

四、泡菜品牌忠诚度调查21

五、泡菜品牌市场占有率调查21

六、消费者的消费理念调研21

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析22

一、价格敏感程度22

二、品牌的影响22

三、购买方便的影响22

四、广告的影响程度22

五、包装的影响程度22

第四章 国内泡菜行业品牌产品市场供需渠道分析23

第一节 销售渠道特征分析23

一、供需渠道定义23

二、供需渠道格局23

三、供需渠道形式25

四、供需渠道要素对比26

第二节 销售渠道对泡菜行业品牌发展的重要性	26
第三节 泡菜行业销售渠道的重要环节 分析	27
一、批发商	27
二、零售商（无店铺零售、店铺零售）	27
三、代理商	28
第四节 2014-2016年中国泡菜行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析	29
一、华东	29
二、中南	29
三、华北	30
四、西部	30
第五节 销售渠道发展趋势分析	31
一、渠道运作趋势发展	31
二、渠道支持趋势发展	31
三、渠道格局趋势发展	32
四、渠道结构扁平化趋势发展	32
第六节 销售渠道策略分析	33
一、直接渠道或间接渠道的营销策略	33
二、长渠道或短渠道的营销策略	34
三、宽渠道或窄渠道的营销策略	34
四、单一销售渠道和多销售渠道策略	35
五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略	35
第七节 销售渠道决策的评估方法	36
一、销售渠道评估数学模型介绍	36
二、财务评估法介绍	36
三、交易成本评估法介绍	37
四、经验评估法介绍	37
第八节 2014-2016年国内泡菜行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析	38
一、国内生产企业投资运作模式	38
二、国内营销企业投资运作模式	38
三、外销与内销优势分析	39
第五章 国内泡菜行业进出口市场情况分析	41

第一节 2014-2016年国内泡菜行业进出口量分析41

一、2014-2016年国内泡菜行业进口分析41

二、2014-2016年国内泡菜行业出口分析41

第二节 2017-2022年国内泡菜行业进出口市场预测分析42

一、2017-2022年国内泡菜行业进口预测42

二、2017-2022年国内泡菜行业出口预测42

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43

第一节 2014-2016年蔬菜行业发展现状43

一、中国蔬菜产业发展概述43

二、蔬菜产业发展中的主要矛盾45

三、中国蔬菜行业流通体制分析46

四、中国蔬菜生产的竞争机制49

五、中国生鲜蔬菜供应链分析49

第二节 蔬菜产业结构分析52

一、中国蔬菜产业组织结构分析52

二、蔬菜产业结构调整必要性53

三、中国蔬菜产业结构调整策略54

第三节 蔬菜产业技术发展现状分析56

一、中国蔬菜育种科技发展现状56

二、中国蔬菜集约化育苗技术分析58

三、中国蔬菜新品种推广策略分析61

第四节 气候变化对蔬菜产业发展的影响分析65

一、气候变化对蔬菜产量和品质的影响65

二、暖冬对蔬菜生产的利与弊分析65

三、气候变化对蔬菜种类和地理分布的影响66

四、气候变化导致农业气象灾害的不确定性67

五、减弱气候变化对蔬菜行业影响的措施67

第五节 生鲜蔬菜供应链优化策略69

一、有效的整合生产组织成员69

二、全程冷藏运输各节点无缝衔接69

- 三、构建生鲜蔬菜物流信息平台69
- 四、建立健全蔬菜质量监督管理系统70
- 第六节 蔬菜农药残留问题与对策分析70
 - 一、中国蔬菜农药残留现状分析70
 - 二、中国蔬菜农药残留超标原因分析73
 - 三、中国蔬菜农药残留常规去除方法74
 - 四、中国蔬菜农药残留问题解决途径76
- 第七节 提高蔬菜国际竞争力策略77
 - 一、改善产业生态环境并增强基础设施建设77
 - 二、建立由政府或者民间组织的全国蔬菜产业协调机构77
 - 三、积极推进蔬菜产业化经营体系77
 - 四、重视产销信息和市场开拓78

第七章 中国蔬菜市场整体研究79

第一节 2014-2016年蔬菜市场运行分析79

- 一、2016年蔬菜市场运行回顾79
- 二、2016年蔬菜市场运行现状81

第二节 2014-2016年蔬菜市场分析83

- 一、蔬菜市场特点分析83
- 二、蔬菜市场发展思考84

第三节 2016年蔬菜市场发展形势分析84

- 一、6个黄瓜新品种通过鉴定84
- 二、蔬菜用上克隆技术84
- 三、蔬菜网络直销分析85

第三节 蔬菜价格变动原因分析85

- 一、流通成本高85
- 二、产销信息体系不完善85
- 三、生产、流通环节处理问题86

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87

第一节 四川省吉香居食品有限公司87

- 一、企业发展简况分析87
- 二、企业经营情况分析87
- 三、企业经营优劣势分析88
- 四、近三年企业盈利能力分析88
- 五、近三年公司产品变化89
- 六、近三年品牌市场份额变化89
- 七、公司品牌竞争策略89
- 第二节 四川省李记酱菜调味品有限公司90
 - 一、企业发展简况分析90
 - 二、企业经营情况分析90
 - 三、企业经营优劣势分析91
 - 四、近三年企业盈利能力分析91
 - 五、近三年公司产品变化92
 - 六、近三年品牌市场份额变化92
 - 七、公司品牌竞争策略92
- 第三节 四川省惠通食业有限责任公司93
 - 一、企业发展简况分析93
 - 二、企业经营情况分析93
 - 三、企业经营优劣势分析94
 - 四、近三年企业盈利能力分析94
 - 五、近三年公司产品变化95
 - 六、近三年品牌市场份额变化95
 - 七、公司品牌竞争策略95
- 第四节 四川省味聚特食品有限公司96
 - 一、企业发展简况分析96
 - 二、企业经营情况分析96
 - 三、企业经营优劣势分析100
 - 四、近三年企业盈利能力分析100
 - 五、近三年公司产品变化101
 - 六、近三年品牌市场份额变化101
 - 七、公司品牌竞争策略101
- 第五节 四川省川南酿造有限公司103

- 一、企业发展简况分析103
- 二、企业经营情况分析103
- 三、企业经营优劣势分析104
- 四、近三年企业盈利能力分析104
- 五、近三年公司产品变化105
- 六、近三年品牌市场份额变化105
- 七、公司品牌竞争策略105

第九章 国内泡菜行业品牌竞争格局分析106

第一节 泡菜行业历史竞争格局概况106

- 一、泡菜行业集中度分析106
- 二、泡菜行业竞争程度分析106

第二节 泡菜行业企业竞争状况分析107

- 一、领导企业的市场力量107
- 二、其他企业的竞争力108

第三节 2017-2022年国内泡菜行业品牌竞争格局展望108

第四部分 泡菜行业投资战略研究

第十章 2017-2022年国内泡菜行业品牌发展预测110

第一节 2017-2022年泡菜行业品牌市场财务数据预测110

- 一、2017-2022年泡菜行业品牌市场规模预测110
- 二、2017-2022年泡菜行业总产值预测111
- 三、2017-2022年泡菜行业利润总额预测111
- 四、2017-2022年泡菜行业总资产预测112

第二节 2017-2022年泡菜行业供需预测113

- 一、2017-2022年泡菜产量预测113
- 二、2017-2022年泡菜需求预测113
- 三、2017-2022年泡菜供需平衡预测113

第三节 2017-2022年泡菜行业投资机会114

- 一、2017-2022年泡菜行业主要领域投资机会114
- 二、2017-2022年泡菜行业出口市场投资机会114
- 三、2017-2022年泡菜行业企业的多元化投资机会114

第四节 泡菜行业投资风险及控制策略分析114

- 一、2017-2022年泡菜行业市场风险及控制策略114
- 二、2017-2022年泡菜行业政策风险及控制策略115
- 三、2017-2022年泡菜行业经营风险及控制策略116
- 四、2017-2022年泡菜行业技术风险及控制策略116
- 五、2017-2022年泡菜行业同业竞争风险及控制策略117
- 六、2017-2022年泡菜行业其他风险及控制策略118
 - 1、汇率变动风险118
 - 2、利率调整风险118
 - 3、财务风险118
 - 4、管理风险119

第十一章 2017-2022年国内泡菜行业品牌投资价值与投资策略分析124

第一节 行业swot模型分析124

- 一、优势分析124
- 二、劣势分析124
- 三、机会分析125
- 四、风险分析125

第二节 泡菜行业发展的pest分析126

- 一、政治和法律环境分析126
 - 1、总体政策环境126
 - 2、<食品安全法>126
 - 3、四川泡菜产业发展规划152
- 二、经济发展环境分析161
 - 1、国民经济运行情况gdp161
 - 2、消费价格指数cpi、ppi164
 - 3、全国居民收入情况166
 - 4、恩格尔系数168
 - 5、工业发展形势168
 - 6、固定资产投资情况169
 - 7、财政收支状况175
 - 8、中国汇率调整181

9、存贷款基准利率调整情况	183
10、存款准备金率调整情况	184
11、社会消费品零售总额	184
12、对外贸易&进出口	187
三、社会、文化与自然环境分析	193
1、人口环境分析	193
2、教育环境分析	201
3、文化环境分析	210
4、中国城镇化率	212
四、技术发展环境分析	214
第三节 泡菜行业投资价值分析	214
一、2017-2022年泡菜市场趋势总结	214
二、2017-2022年泡菜发展趋势分析	214
三、2017-2022年泡菜市场发展空间	215
四、2017-2022年泡菜产业政策趋向	215
五、2017-2022年泡菜技术革新趋势	216
六、2017-2022年泡菜价格走势分析	216
第四节 泡菜行业投资风险分析	216
一、宏观调控风险	216
二、行业竞争风险	217
三、供需波动风险	218
四、经营管理风险	218
五、其他风险	218
第五节 泡菜行业投资策略分析	219
一、重点投资品种分析	219
二、重点投资地区分析	219
三、项目投资建议	220
1、投资额度建议	220
2、技术性风险建议	220
3、项目可行性分析	220
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	221

第一节 泡菜行业问题总结	221
第二节 2017-2022年泡菜行业企业的标杆管理	221
一、国内企业的经验借鉴	221
二、国外企业的经验借鉴	222
第三节 2017-2022年泡菜行业企业的资本运作模式	222
一、泡菜行业企业国内资本市场的运作建议	222
1、泡菜行业企业的兼并及收购建议	222
2、泡菜行业企业的融资方式选择建议	222
二、泡菜行业企业海外资本市场的运作建议	223
第四节 2017-2022年泡菜行业企业营销模式建议	223
一、泡菜行业企业的国内营销模式建议	223
1、泡菜行业企业的渠道建设	223
2、泡菜行业企业的品牌建设	224
二、泡菜行业企业海外营销模式建议	224
1、泡菜行业企业的海外细分市场选择	224
2、泡菜行业企业的海外经销商选择	225
第五节 泡菜市场的重点客户战略实施	225
一、实施重点客户战略的必要性	225
二、合理确立重点客户	226
三、重点客户战略管理	227
四、重点客户管理功能	228

第十三章 对泡菜行业投资战略研究231 (ZY ZM)

第一节 泡菜行业发展战略研究	231
一、战略综合规划	231
二、技术开发战略	239
三、业务组合战略	245
四、区域战略规划	248
五、产业战略规划	258
六、营销品牌战略	260
七、竞争战略规划	261
第二节 对我国泡菜品牌的战略思考	269

一、企业品牌的重要性	269
二、泡菜实施品牌战略的意义	271
三、泡菜企业品牌的现状分析	273
四、我国泡菜企业的品牌战略	275
五、泡菜品牌战略管理的策略	278
第三节 市场策略分析	280
一、泡菜价格策略分析	280
二、泡菜渠道策略分析	284
第四节 销售策略分析	286
一、媒介选择策略分析	286
二、产品定位策略分析	290
三、企业宣传策略分析	291
第五节 泡菜经营策略分析	295
一、泡菜市场细分策略	295
二、泡菜市场创新策略	295
三、品牌定位与品类规划	296
四、泡菜新产品差异化战略	296

图表目录：

图表：2014-2016年中国泡菜行业市场规模	3
图表：2014-2016年东北地区泡菜行业市场规模	4
图表：2014-2016年华北地区泡菜行业市场规模	5
图表：2014-2016年华东地区泡菜行业市场规模	5
图表：2014-2016年华中地区泡菜行业市场规模	6
图表：2014-2016年华南地区泡菜行业市场规模	6
图表：2014-2016年西北地区泡菜行业市场规模	7
图表：2014-2016年西南地区泡菜行业市场规模	7
图表：2017-2022年中国泡菜行业市场规模预测	8
图表：2014-2016年中国泡菜行业国内产量	9
图表：2014-2016年中国泡菜行业销量	10
图表：2014-2016年中国泡菜行业产品每吨均价	10
图表：中国月收入1000元以下消费者泡菜选择偏好	11

图表：中国月收入1001-2500元消费者泡菜选择偏好11
图表：中国月收入2501-4000元消费者泡菜选择偏好12
图表：中国月收入4001-7000元消费者泡菜选择偏好12
图表：中国月收入7001-15000元消费者泡菜选择偏好13
图表：中国月收入15001元以上消费者泡菜选择偏好13
图表：中国20岁以下消费者泡菜选择偏好14
图表：中国21-30岁消费者泡菜选择偏好14
图表：中国31-40岁消费者泡菜选择偏好15
图表：中国41-60岁消费者泡菜选择偏好15
图表：中国61岁以上消费者泡菜选择偏好16
图表：中国华北地区消费者泡菜购买偏好16
图表：中国华南地区消费者泡菜购买偏好17
图表：中国华东地区消费者泡菜购买偏好17
图表：中国华中地区消费者泡菜购买偏好18
图表：中国西南地区消费者泡菜购买偏好18
图表：中国西北地区消费者泡菜购买偏好19
图表：中国东北地区消费者泡菜购买偏好19
图表：中国泡菜品牌消费者认知渠道20
图表：国内外泡菜品牌中国市场占有率21

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/114382CGBM.html>