

2017-2022年中国绿豆市场 研究与投资方向研究报告

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年中国绿豆市场研究与投资方向研究报告》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/X05043KJ05.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

绿豆作为我国产量和出口量世界第一的主要食用豆类作物，在全国都有广泛种植。绿豆具有生育期短、播种适期长、适应性广、抗逆性强、且固氮能力极好等特点，是禾谷类、棉花、薯类等作物间作套种的适宜作物和好前茬，也是良好的救荒和休闲食品。从营养价值的角度来讲，绿豆中的蛋白质含量高、脂肪含量低，淀粉含量适中，是人们理想的营养保健食品，具有很高的经济效益。近几年，随着农业科技的不断进步，人们健康饮食观念的发展，绿豆的市场需求量逐年增大，形成了巨大的价值空间，已成为当前农业种植结构调整和经济欠发达地区农民脱贫致富的首选作物。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国绿豆市场研究与投资方向研究报告》共十章。首先介绍了绿豆行业市场发展环境、绿豆整体运行态势等，接着分析了绿豆行业市场运行的现状，然后介绍了绿豆市场竞争格局。随后，报告对绿豆做了重点企业经营状况分析，最后分析了绿豆行业发展趋势与投资预测。您若想对绿豆产业有个系统的了解或者想投资绿豆行业，本报告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：

第一章中国绿豆行业品牌发展环境分析8

第一节产品/行业特征8

一、产品/行业定义8

二、产品/行业消费特征9

第二节2014-2016年中国宏观经济发展环境分析10

一、2014-2016年中国GDP增长情况分析10

二、2014-2016年工业经济发展形势分析11

三、2014-2016年全社会固定资产投资分析13

四、2014-2016年社会消费品零售总额分析15

五、2014-2016年城乡居民收入与消费分析16

六、2014-2016年对外贸易的发展形势分析18

第三节政策环境特征21

一、国家宏观调控政策分析21

二、绿豆行业相关政策分析25

第四节绿豆行业竞争特征26

一、国内外品牌竞争26

二、行业进入壁垒分析26

三、可替代品威胁分析26

四、贴牌加工产品市场威胁分析27

第五节绿豆行业技术环境特征27

第二章中国绿豆行业市场供给分析调研29

第一节2014-2016年绿豆产量分析29

第二节2014-2016年中国绿豆区域结构分析29

第三节绿豆区域市场供给分析调研30

一、东北地区市场供给分析调研30

二、华北地区市场供给分析调研30

三、华东地区市场供给分析调研31

四、华中地区市场供给分析调研31

五、华南地区市场供给分析调研32

六、西部地区市场供给分析调研32

第三章中国绿豆行业品牌需求与消费者偏好调查34

第一节2014-2016年中国绿豆消费量分析34

第二节2014-2016年中国绿豆市场规模分析调研34

第三节2014-2016年中国绿豆平均价格走势分析35

第四节绿豆产品目标客户群体调查36

一、不同收入水平消费者偏好调查36

二、不同年龄的消费者偏好调查36

三、不同地区的消费者偏好调查37

第五节绿豆产品的品牌市场运营状况分析37

一、消费者对绿豆品牌认知度宏观调查37

二、消费者对绿豆产品的品牌偏好调查37

三、消费者对绿豆品牌的首要认知渠道38

四、绿豆品牌市场占有率调查38

五、消费者的消费理念调研39

第六节不同客户购买相关的态度及影响分析39

一、价格敏感程度39

二、品牌的影响39

三、购买方便的影响39

四、包装的影响程度40

第四章中国绿豆行业品牌产品市场供需渠道分析41

第一节销售渠道特征分析41

一、供需渠道定义41

二、供需渠道41

三、供需渠道形式41

四、供需渠道要素对比42

第二节销售渠道对绿豆行业品牌发展的重要性44

第三节绿豆行业销售渠道的重要环节分析45

一、批发商45

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）46

三、代理商46

第四节2014-2016年中国绿豆行业市场需求分析48

一、东北地区48

二、华北地区48

三、华东地区48

四、华中地区49

五、华南地区49

六、西部地区50

第五节销售渠道发展趋势分析50

一、渠道运作趋势发展50

二、渠道支持趋势发展51

三、渠道趋势发展51

四、渠道结构扁平化趋势发展52

第六节销售渠道策略分析54

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略54
- 二、长渠道或短渠道的营销策略55
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略55
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略55
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略56
- 第七节销售渠道决策的评估方法57
 - 一、销售渠道评估数学模型介绍57
 - 二、财务评估法介绍59
 - 三、交易成本评估法介绍59
 - 四、经验评估法介绍59
- 第八节中国绿豆行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析60
 - 一、国内生产企业投资运作模式60
 - 二、国内营销企业投资运作模式61
 - 三、外销与内销优势分析62

- 第五章中国绿豆行业进出口市场情况分析63
 - 第一节2014-2016年中国绿豆行业进出口量分析63
 - 一、2014-2016年中国绿豆行业进口分析63
 - 二、2014-2016年中国绿豆行业出口分析64
 - 第二节2017-2022年中国绿豆行业进出口市场预测分析64
 - 一、2017-2022年中国绿豆行业进口预测64
 - 二、2017-2022年中国绿豆行业出口预测65

- 第六章中国绿豆行业优势品牌企业分析66
 - 第一节洮南来宝丰业农产品有限公司66
 - 一、企业发展简况分析66
 - 二、企业经营情况分析66
 - 三、企业经营优劣势分析67
 - 第二节广州国联食品有限公司68
 - 一、企业发展简况分析68
 - 二、企业经营情况分析68
 - 三、企业经营优劣势分析69

第三节昌图县双林粮油贸易有限公司71

一、企业发展简况分析71

二、企业经营情况分析71

三、企业经营优劣势分析71

第四节通榆县中兴粮油贸易有限责任公司73

一、企业发展简况分析73

二、企业经营情况分析73

三、企业经营优劣势分析73

第五节锦州天福绿豆米厂75

一、企业发展简况分析75

二、企业经营情况分析75

三、企业经营优劣势分析76

第六节厦门嘉祺生物食品有限公司78

一、企业发展简况分析78

二、企业生产经营情况78

三、公司绿豆经营情况78

第七章中国绿豆行业竞争分析79

第一节绿豆行业竞争概况79

一、绿豆行业集中度分析79

二、绿豆行业竞争程度分析79

第二节绿豆行业地区竞争状况分析调研80

一、领导地区的市场力量80

二、其他地区的竞争力82

第三节2017-2022年中国绿豆行业竞争展望82

第八章2017-2022年国内绿豆行业发展预测84

第一节2017-2022年绿豆行业市场预测84

一、2017-2022年绿豆行业市场规模预测84

二、2017-2022年绿豆行业总产值预测84

三、2017-2022年绿豆行业净利润预测85

第二节2017-2022年绿豆行业供需预测85

一、2017-2022年绿豆供给预测	85
二、2017-2022年绿豆需求预测	86
三、2017-2022年绿豆供需平衡预测	86
第三节2017-2022年绿豆行业投资机会	86
一、2017-2022年绿豆行业主要领域投资机会	86
二、2017-2022年绿豆行业出口市场投资机会	87
三、2017-2022年绿豆行业企业的多元化投资机会	88
第四节影响绿豆行业发展的主要因素	88
一、2017-2022年影响绿豆行业运行的有利因素分析	88
二、2017-2022年影响绿豆行业运行的稳定因素分析	89
三、2017-2022年影响绿豆行业运行的不利因素分析	89
四、2017-2022年我国绿豆行业发展面临的挑战分析	89
五、2017-2022年我国绿豆行业发展面临的机遇分析	90
第五节绿豆行业投资前景及控制策略分析	90
一、2017-2022年绿豆行业市场风险及控制策略	90
二、2017-2022年绿豆行业政策风险及控制策略	91
三、2017-2022年绿豆行业经营风险及控制策略	91
四、2017-2022年绿豆行业技术风险及控制策略	92
五、2017-2022年绿豆行业同业竞争风险及控制策略	92
第九章2017-2022年中国绿豆行业品牌投资价值与投资前景研究分析	94
第一节绿豆行业SWOT模型分析	94
一、优势分析	94
二、劣势分析	95
三、机会分析	95
四、威胁分析	95
第二节绿豆行业发展的PEST分析	96
一、政治和法律环境分析	96
二、经济发展环境分析	97
三、社会文化与自然环境分析	100
四、技术发展环境分析	100
第三节绿豆行业投资价值分析	100

- 一、2017-2022年绿豆发展趋势分析100
- 二、2017-2022年绿豆市场发展空间101
- 三、2017-2022年绿豆产业政策趋向102
- 四、2017-2022年绿豆技术革新趋势103
- 五、2017-2022年绿豆价格走势分析104

第四节绿豆行业投资前景分析104

- 一、宏观调控风险104
- 二、行业竞争风险104
- 三、供需波动风险105
- 四、技术创新风险105
- 五、经营管理风险105

第五节绿豆行业投资前景研究分析106

- 一、重点投资品种分析106
- 二、重点投资地区分析107
- 三、重点项目投资前景研究108

第十章中国绿豆行业总结及企业经营战略建议110 (ZY GXH)

第一节绿豆行业问题总结110

第二节2017-2022年绿豆行业企业的标杆管理110

- 一、国内企业的经验借鉴110
- 二、国外企业的经验借鉴111

第三节2017-2022年绿豆行业企业的资本运作模式114

- 一、绿豆行业企业国内资本市场的运作建议114
 - (一) 绿豆行业企业的兼并及收购建议114
 - (二) 绿豆行业企业的融资方式选择建议116

- 二、绿豆行业企业海外资本市场的运作建议117

第四节2017-2022年绿豆行业企业营销模式建议118

- 一、绿豆行业企业的国内营销模式建议118
 - (一) 绿豆行业企业的渠道建设118
 - (二) 绿豆行业企业的品牌建设120
- 二、绿豆行业企业海外营销模式建议122
 - (一) 绿豆行业企业的海外细分市场选择122

- (二) 绿豆行业企业的海外经销商选择122
- 第五节 绿豆市场的重点客户战略实施123
 - 一、实施重点客户战略的必要性123
 - 二、企业重点客户的鉴别与确定125
 - 三、企业重点客户的开发与培育126
 - 四、实施重点客户战略要需解决的问题130
 - 五、企业重点客户的市场营销策略分析136 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表1 中国绿豆种植区域分布8
- 图表2 2014-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势11
- 图表3 2014-2016年中国人均国内生产总值变化趋势11
- 图表4 2014-2016年中国全部工业增加值及增长速度趋势12
- 图表5 2014-2016年规模以上工业企业实现利润及其增长速度12
- 图表6 2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势15
- 图表7 2014-2016年中国社会消费品零售总额同比增长趋势16
- 图表8 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势16
- 图表9 2014-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势17
- 图表10 2014-2016年农村居民纯收入及增长情况统计18
- 图表11 2014-2016年中国货物进出口总额及其增长速度18
- 图表12 2014-2016年中国进出口总额增长趋势21
- 图表13 2014-2016年中国绿豆播种面积变化趋势29
- 图表14 2014-2016年中国绿豆产量变化趋势29
- 图表15 2014-2016年中国绿豆区域结构30
- 图表16 2014-2016年东北地区绿豆产量变化趋势30
- 图表17 2014-2016年华北地区绿豆产量变化趋势31
- 图表18 2014-2016年华东地区绿豆产量变化趋势31
- 图表19 2014-2016年华中地区绿豆产量变化趋势32
- 图表20 2014-2016年华南地区绿豆产量变化趋势32
- 图表21 2014-2016年西部地区绿豆产量变化趋势33
- 图表22 2014-2016年中国绿豆消费量变化趋势34
- 图表23 2014-2016年中国绿豆市场规模变化趋势35

图表24 2014-2016年中国绿豆平均售价走势36

图表25 消费者对绿豆品牌的偏好统计38

图表26 消费者对绿豆品牌的首要认知渠道统计38

图表27 消费者可接受绿豆价格统计39

图表28 消费者购买绿豆渠道统计40

图表29 2014-2016年东北地区绿豆销量变化趋势48

图表30 2014-2016年华北地区绿豆销量变化趋势48

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/X05043KJ05.html>