

2016-2022年中国藜麦行业运营分析与发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国藜麦行业运营分析与发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201604/408403.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

藜麦原产于南美洲安第斯山区，藜麦：稼祺1号是印加土著居民的主要传统食物，有5000-7000多年的种植历史，由于其具有独特的丰富、全面的营养价值，养育了印加民族，古代印加人称之为“粮食之母”。藜麦种子颜色主要有黑、红、白几种颜色，其中黑、红色的籽粒较小，白色口感较好。藜麦在1980年代被美国宇航局用于宇航员的太空食品。联合国粮农组织认为藜麦是唯一一种单体植物即可基满足人体基本营养需求的食物，正式推荐藜麦为最适宜人类的完美的全营养食品。联合国将2013年宣布为国际藜麦年，以促进人类营养健康和食品安全，实现千年发展目标。

藜麦是唯一的全谷全营养完全蛋白碱性食物，胚乳占种子的68%，且具有营养活性，蛋白质含量高达16%-22%（牛肉20%），品质与奶粉及肉类相当，富含多种氨基酸，其中有人体必需的全部9种必需氨基酸，比例适当且易于吸收，尤其富含植物中缺乏的赖氨酸，钙、镁、磷、钾、铁、锌、硒、锰、铜等矿物质营养含量高，富含不饱和脂肪酸、类黄酮、B族维生素和维生素E、胆碱、甜菜碱、叶酸、-亚麻酸、-葡聚糖等多种有益化合物，膳食纤维含量高达7.1%，胆固醇为0，不含麸质，低脂，低热量（305kcal/100g），低升糖（GI升糖值35，低升糖标准为55），几乎都是常见食物里最优秀的。

藜麦的神奇之处不仅仅是富含人类需求的各类营养物质，更难得的是，藜麦做为植物却具有肉蛋类才有的接近人体氨基酸组成的优质蛋白质，可以减少养殖业对饲料、圈舍、人力的投入，饲养场地对耕地的占用，动物排泄物对环境的污染，畜禽携带的疾病对人类健康的影响，是解决人类社会高速发展过程中-----粮食供给不足与耕地有限、人类营养需求与环境污染（破坏）、农业可持续发展与节能减排等冲突的金钥匙，对促进食品安全、食品营养、乃至三农问题都有不可替代作用，是最具潜力的农作物之一。

随着社会的不断进步，人类的消费水平日渐提高。目前藜麦的价值已经被国人认同，对于藜麦的需求量也是呈现倍增趋势。据相关数据显示，南美洲藜麦在中国的销售以及进口数量占到总销量的80%。看来大家对于进口藜麦的品质比较认可，相信好品质才能带来更多营养价值！如今市场中藜麦的价格收到多方质疑，藜麦的售价也是从30—100元/斤不等。据相关调查数据显示，南美洲安第斯山区的原产地藜麦售价平均在90-100元/斤，目前仍有飙升趋势。国产藜麦的价格仅为30-60元/斤。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国藜麦行业运营分析与发展前景预测报告》。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。

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一部分 藜麦产业发展概况

第一章 藜麦行业相关概述

第一节 藜麦行业相关概述

一、产品概述

二、产品性能

三、产品用途

第二节 藜麦行业经营模式分析

一、农产品营销几个特点

二、国内外农产品营销方式和现状

1、国外农产品营销现状

2、我国农产品营销现状

三、我国农产品营销中存在的主要问题

1、农产品营销基础投入不足

2、农产品营销专业人才较少

3、产品标准化、品牌化成本偏高，农产品市场营销规则有待规范

4、农业信息网络建设薄弱

5、农产品龙头加工企业不发达

第二章 2015年藜麦行业发展环境分析

第一节 2015年中国经济发展环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、工业发展形势

五、固定资产投资情况

六、社会消费品零售总额

七、对外贸易&进出口

第二节 中国藜麦行业政策环境分析

一、2015年国内宏观政策分析

二、行业监管管理体制

三、行业相关政策分析

四、进出口政策影响分析

- 1、农产品进出口现状
- 2、农产品进出口制约因素分析
- 3、我国农产品进出口最新政策解读
- 第三节 中国藜麦行业技术环境分析
 - 一、行业技术发展概况
 - 二、行业技术发展现状
 - 1、种植基本条件
 - 2、播前准备
 - 3、播种机械
 - 4、播种
 - 5、田间管理
 - 6、收割
- 第二部分 藜麦产业深度分析
- 第三章 2015-年中国藜麦市场供需分析
 - 第一节 中国藜麦市场供给状况
 - 一、2010-2015年中国藜麦产量分析
 - 二、2016-2022年中国藜麦产量预测
 - 第二节 中国藜麦市场需求状况
 - 一、2010-2015年中国藜麦需求分析
 - 二、2016-2022年中国藜麦需求预测
 - 第三节 2015年中国藜麦市场价格分析
- 第四章 中国藜麦行业产业链分析
 - 第一节 藜麦行业产业链概述
 - 一、产业链模型介绍
 - 二、藜麦行业产业链概述
 - 第二节 藜麦上游产业发展状况分析
 - 一、上游原料市场发展现状
 - 二、上游原料生产情况分析
 - 三、上游原料价格走势分析
 - 第三节 藜麦下游应用需求市场分析
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、行业生产情况分析
 - 三、行业消费状况分析
 - 四、行业消费前景分析
- 第五章 2010-2015年藜麦进出口数据分析

第一节 2010-2015年藜麦进口情况分析

一、进口数量情况分析

二、进口金额变化分析

三、进口价格变动分析

第二节 2010-2015年藜麦出口情况分析

一、出口数量情况

二、出口金额变化分析

三、出口价格变动分析

第三部分 藜麦行业竞争格局分析

第六章 国内藜麦生产厂商竞争力分析

第一节 山西稼祺农业科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

1、技术优势

2、地理优势：

第二节 青岛宏业天成农业科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

1、白藜

2、黑藜

3、红藜

三、企业销售网络布局

1、企业销售网络布局

2、品牌加盟政策

第三节 山西华青藜麦产品开发有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展战略分析

第四节 山西汇天华公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

第四部分 藜麦产业发展前景

第七章 2016-2022年中国藜麦行业发展趋势与前景分析

第一节 2016-2022年中国藜麦行业投资前景分析

一、藜麦行业发展前景

1、产地优势

2、品种优势

二、藜麦发展趋势分析

三、藜麦市场前景分析

第二节 2016-2022年中国藜麦行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、市场竞争风险

三、技术风险分析

四、资金短缺风险

五、经营风险分析

六、管理风险分析

第五部分 藜麦行业发展战略研究

第八章 藜麦企业投资战略与客户策略分析

第一节 行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 品牌战略

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

第四节 行业发展的建议对策

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施

第九章 藜麦行业发展策略建议

第一节 藜麦企业竞争策略分析

- 一、提高藜麦企业核心竞争力的对策
- 二、影响藜麦企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 1、影响藜麦企业核心竞争力的因素
 - 2、提升企业核心竞争力的有效途径
- 三、提高藜麦企业竞争力的策略

第二节 行业发展策略

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

图表目录：

图表：2010-2015年我国国民经济GDP运行情况

图表：2014-2015年我国居民消费价格（CPI）涨跌幅

图表：2014-2015年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况（2014年12月价格=100）

图表：2014-2015年我国鲜菜、鲜果价格变动情况（2014年12月价格=100）

图表：2015年我国居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2015年我国居民消费者价格分类表环比涨跌幅

图表：2015年我国居民消费价格主要数据

图表：2014-2015年我国工业生产者出产价格涨跌幅

图表：2014-2015年我国工业生产者购进价格涨跌幅

图表：2014-2015年我国生产资料出厂价格涨跌幅

图表：2014-2015年我国生活资料出厂价格涨跌幅

图表：2015年我国工业生产者价格主要数据

图表：2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2015年我国规模以上工业生产主要数据

图表：2014-2015年钢材日均产量及同比增速

图表：2014-2015年我国水泥日均产量及同比增速

图表：2014-2015年我国十种有色金属日均产量及同比增速

- 图表：2014-2015年我国乙烯日均产量及同比增速
- 图表：2014-2015年我国汽车日均产量及同比增速
- 图表：2014-2015年我国轿车日均产量及同比增速
- 图表：2014-2015年我国发电量日均产量及同比增速
- 图表：2014-2015年我国原油加工日均产量及同比增速
- 图表：2015年我国民间固定资产投资和全国固定资产投资增速
- 图表：2015年民间固定资产投资主要数据
- 图表：2014-2015年我国社会消费品零售总额分月同比增长速度
- 图表：2005-2015年我国进出口增速及贸易顺差走势
- 图表：2014-2015年我国出口金额涨跌幅情况
- 图表：2012-2015年我国对主要国家和地区的出口增速情况
- 图表：2012-2015年我国主要进口大宗商品价格情况
- 图表：2012-2015年我国大宗商品进口数量增长情况
- 图表：2010-2015年我国进出口额及同比增长率情况
- 图表：2010-2015年我国藜麦行业产量情况
- 图表：2016-2022年我国藜麦行业产量预测
- 图表：2010-2015年我国藜麦行业需求量情况
- 图表：2016-2022年我国藜麦行业需求量预测
- 图表：2010-2015年我国藜麦行业价格走势情况
- 图表：2010-2015年我国藜麦种植面积情况
- 图表：2010-2015年我国藜麦行业上游原料价格走势
- 图表：2010-2015年我国藜麦加工行业产品产量
- 图表：2010-2015年我国藜麦加工行业产品消费量
- 图表：2016-2022年我国藜麦加工行业产品消费量预测
- 图表：2010-2015年我国藜麦进口总量情况
- 图表：2010-2015年我国藜麦进口金额情况
- 图表：2010-2015年我国藜麦行业进口价格走势情况
- 图表：2010-2015年我国藜麦出口总量情况
- 图表：2010-2015年我国藜麦出口金额情况
- 图表：2010-2015年我国藜麦行业出口价格走势情况
- 图表：2010-2015年山西稼祺藜麦农业科技有限公司藜麦产量
- 图表：2010-2015年山西稼祺藜麦农业科技有限公司营业收入
- 图表：2015年青岛宏业天成农业科技有限公司品牌销售布局
- 图表：2010-2015年山西华青藜麦产品开发有限公司产量
- 图表：2010-2015年山西华青藜麦产品开发有限公司营业收入

图表：2012-2015年山西汇天华公司产量

图表：2012-2015年山西汇天华公司营业收入

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201604/408403.html>