

# 2017-2022年中国藜麦产业 转移机会与策略建议分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国藜麦产业转移机会与策略建议分析报告》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/qita/5591657VCW.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

藜（读音lǐ）麦（学名：Chenopodium quinoa willd）原产于南美洲安第斯山区，是印加土著居民的主要传统食物，有5000-7000多年的食用和种植历史，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白、黑、红等几种颜色系，营养成分相差不大，其中白色口感最好，黑、红色口感相对差些，籽粒也较小。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本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。

藜麦植物分类属藜科，双子叶植物。植株呈扫帚状，株高从几十公分到三米不等，根系属浅根系，序状花序，主梢和侧枝都结籽，自花授粉。种子为圆形药片状，直径约1.5-2mm左右，籽粒比小米稍大，容重比比小米略轻，一般千粒重3g-4g，大籽粒的品种达4.5g，表皮有一层水溶性的皂角苷。由于其叶像鸭掌，因此英文名也叫Goose foot。种子颜色主要有白、红、黑三色系，不同品种种子大小和颜色有差异，白色系大多品种为乳白、淡灰、淡黄，深色系品种颜色为黑、红、褐、棕红等。

藜麦在原产地主要分布于南美洲的玻利维亚、厄瓜多尔和秘鲁，具有耐寒、耐旱、耐瘠薄、耐盐碱等特性，是喜冷凉和高海拔的作物。从海平面至4000多米都有分布，食用的品种主要种植在安第斯山海拔3000米以上，降雨量在300毫米的高海拔山区。例如，安第斯山的“的喀喀湖”周边等。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。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国藜麦产业转移机会与策略建议分析报告》共九章。首先介绍了藜麦相关概念及发展环境，接着分析了中国藜麦规模及消费需求，然后对中国藜麦市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国藜麦面临的机遇及发展前景。您若对中国藜麦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 产业发展概况

### 第一章 藜麦行业相关概述 1

#### 第一节 藜麦行业相关概述 1

##### 一、产品概述 1

##### 二、产品性能 1

##### 三、产品用途 11

#### 第二节 藜麦行业经营模式分析 12

##### 一、农产品营销几个特点 12

##### 二、国内外农产品营销方式和现状 13

###### 1、国外农产品营销现状 13

###### 2、我国农产品营销现状 14

##### 三、我国农产品营销中存在的主要问题 14

###### 1、农产品营销基础投入不足 14

###### 2、农产品营销专业人才较少 15

###### 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 15

###### 4、农业信息网络建设薄弱 15

###### 5、农产品龙头加工企业不发达 15

## 第二章 2016年藜麦行业发展环境分析 16

### 第一节 2016年中国经济发展环境分析 16

#### 一、国民经济运行情况GDP 16

#### 二、消费价格指数CPI、PPI 17

#### 三、全国居民收入情况 26

#### 四、工业发展形势 27

#### 五、固定资产投资情况 34

#### 六、社会消费品零售总额 37

#### 七、对外贸易&进出口 37

### 第二节 中国藜麦行业政策环境分析 43

#### 一、2016年国内宏观政策分析 43

- 二、行业监管管理体制 51
- 三、行业相关政策分析 52
- 四、进出口政策影响分析 58
  - 1、农产品进出口现状 58
  - 2、农产品进出口制约因素分析 63
  - 3、我国农产品进出口最新政策解读 63
- 第三节 中国藜麦行业技术环境分析 66
  - 一、行业技术发展概况 66
  - 二、行业技术发展现状 66
    - 1、种植基本条件 66
    - 2、播前准备 67
    - 3、播种机械 67
    - 4、播种 67
    - 5、田间管理 68
    - 6、收割 69

## 第二部分 产业深度分析

### 第三章 2014-2016年中国藜麦市场供需分析 71

#### 第一节 中国藜麦市场供给状况 71

- 一、2014-2016年中国藜麦产量分析 71
- 二、2017-2022年中国藜麦产量预测 72

#### 第二节 中国藜麦市场需求状况 73

- 一、2014-2016年中国藜麦需求分析 73
- 二、2017-2022年中国藜麦需求预测 74

#### 第三节 2014-2016年中国藜麦市场价格分析 74

### 第四章 中国藜麦行业产业链分析 76

#### 第一节 藜麦行业产业链概述 76

- 一、产业链模型介绍 76
- 二、藜麦行业产业链概述 79

#### 第二节 藜麦上游产业发展状况分析 79

- 一、上游原料市场发展现状 79

二、上游原料生产情况分析	80
三、上游原料价格走势分析	80
第三节 藜麦下游应用需求市场分析	81
一、行业发展现状分析	81
二、行业生产情况分析	81
三、行业消费状况分析	82
四、行业消费前景分析	82
第五章 2014-2016年藜麦进出口数据分析	83
第一节 2014-2016年藜麦进口情况分析	83
一、进口数量情况分析	83
二、进口金额变化分析	84
三、进口价格变动分析	84
第二节 2014-2016年藜麦出口情况分析	85
一、出口数量情况	85
二、出口金额变化分析	86
三、出口价格变动分析	87
第三部分 竞争格局分析	
第六章 国内藜麦生产厂商竞争力分析	88
第一节 山西稼祺农业科技有限公司	88
一、企业发展基本情况	88
二、企业经营状况分析	88
三、企业竞争优势分析	89
1、技术优势	89
2、地理优势	89
第二节 青岛宏业天成农业科技有限公司	90
一、企业发展基本情况	90
二、企业主要产品分析	90
1、白藜	90
2、黑藜	90
3、红藜	91

### 三、企业销售网络布局 92

#### 1、企业销售网络布局 92

#### 2、品牌加盟政策 92

### 第三节 山西华青藜麦产品开发有限公司 93

#### 一、企业发展基本情况 93

#### 二、企业主要产品分析 93

#### 三、企业经营状况分析 94

#### 四、企业发展战略分析 95

### 第四节 山西汇天华公司 95

#### 一、企业发展基本情况 95

#### 二、企业主要产品分析 96

#### 三、企业经营状况分析 96

## 第四部分 产业发展前景

### 第七章 2017-2022年中国藜麦行业发展趋势与前景分析 98

#### 第一节 2017-2022年中国藜麦行业投资前景分析 98

##### 一、藜麦行业发展前景 98

##### 1、产地优势 98

##### 2、品种优势 98

##### 二、藜麦发展趋势分析 99

##### 三、藜麦市场前景分析 100

#### 第二节 2017-2022年中国藜麦行业投资风险分析 101

##### 一、产业政策分析 101

##### 二、市场竞争风险 102

##### 三、技术风险分析 102

##### 四、资金短缺风险 103

##### 五、经营风险分析 105

##### 六、管理风险分析 107

## 第五部分 发展战略研究

### 第八章 藜麦企业投资战略与客户策略分析 112

#### 第一节 行业发展战略研究 112

- 一、战略综合规划 112
- 二、技术开发战略 113
- 三、业务组合战略 115
- 四、区域战略规划 117
- 五、产业战略规划 117
- 六、营销品牌战略 118
- 七、竞争战略规划 119
- 第二节 品牌战略 120
  - 一、品牌的重要性 120
  - 二、实施品牌战略的意义 122
  - 三、企业品牌的现状分析 122
  - 四、企业的品牌战略 124
  - 五、品牌战略管理的策略 125
- 第三节 重点客户战略 129
  - 一、实施重点客户战略的必要性 129
  - 二、合理确立重点客户 130
  - 三、实施重点客户战略要重点解决的问题 131
  - 四、重点客户管理功能 132
- 第四节 行业发展的建议对策 134
  - 一、把握国家投资的契机 134
  - 二、竞争性战略联盟的实施 135

## 第九章 藜麦行业发展策略建议 137 (ZY ZM)

- 第一节 藜麦企业竞争策略分析 137
  - 一、提高藜麦企业核心竞争力的对策 137
  - 二、影响藜麦企业核心竞争力的因素及提升途径 143
    - 1、影响藜麦企业核心竞争力的因素 143
    - 2、提升企业核心竞争力的有效途径 145
  - 三、提高藜麦企业竞争力的策略 147
- 第二节 行业发展策略 150
  - 一、坚持产品创新的领先战略 150
  - 二、坚持品牌建设的引导战略 150



- 三、坚持工艺技术创新的支持战略 150
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略 150
- 五、坚持企业管理创新的保证战略 151

图表目录：

- 图表：2014-2016年我国藜麦行业产量情况 71
- 图表：2017-2022年我国藜麦行业产量预测 72
- 图表：2014-2016年我国藜麦行业需求量情况 73
- 图表：2017-2022年我国藜麦行业需求量预测 74
- 图表：2014-2016年我国藜麦行业价格走势情况 75
- 图表：2014-2016年我国藜麦种植面积情况 80
- 图表：2014-2016年我国藜麦行业上游原料价格走势 80
- 图表：2014-2016年我国藜麦加工行业产品产量 81
- 图表：2014-2016年我国藜麦加工行业产品消费量 82
- 图表：2017-2022年我国藜麦加工行业产品消费量预测 82
- 图表：2014-2016年我国藜麦进口总量情况 83
- 图表：2014-2016年我国藜麦进口金额情况 84
- 图表：2014-2016年我国藜麦行业进口价格走势情况 84
- 图表：2014-2016年我国藜麦出口总量情况 85
- 图表：2014-2016年我国藜麦出口金额情况 86
- 图表：2014-2016年我国藜麦行业出口价格走势情况 87
- 图表：2014-2016年山西稼祺藜麦农业科技有限公司藜麦产量 88
- 图表：2014-2016年山西稼祺藜麦农业科技有限公司营业收入 89
- 图表：2016年青岛宏业天成农业科技有限公司品牌销售布局 92
- 图表：2014-2016年山西华青藜麦产品开发有限公司产量 94
- 图表：2014-2016年山西华青藜麦产品开发有限公司营业收入 95
- 图表：2012-2016年山西汇天华公司产量 96
- 图表：2012-2016年山西汇天华公司营业收入 97

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/5591657VCW.html>