

2022-2028年中国藜麦市场 评估与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国藜麦市场评估与市场全景评估报告》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.cction.com/report/202206/298562.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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.）是藜科藜属植物。穗部可呈红、紫、黄，植株形状类似灰灰菜，成熟后穗部类似高粱穗。植株大小受环境及遗传因素影响较大，从0.3-3米不等，茎部质地较硬，可分枝可不分。单叶互生，叶片呈鸭掌状，叶缘分为全缘型与锯齿缘型。藜麦花两性，花絮呈伞状、穗状、圆锥状，藜麦种子较小，呈小圆药片状，直径1.5-2毫米，千粒重1.4-3克。

原产于南美洲安第斯山脉的哥伦比亚、厄瓜多尔、秘鲁等中高海拔山区。具有一定的耐旱、耐寒、耐盐性，生长范围约为海平面到海拔4500米左右的高原上，最适的高度为海拔3000-4000米的高原或山地地区。藜麦富含的维生素、多酚、类黄酮类、皂苷和植物甾醇类物质具有多种健康功效。藜麦具有高蛋白，其所含脂肪中不饱和脂肪酸占83%，还是一种低果糖低葡萄糖的食物能在糖脂代谢过程中发挥有益功效。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国藜麦市场评估与市场全景评估报告》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。您若想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 2020年藜麦行业发展环境分析

第一节 2020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、2020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
- 三、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

第三章 2016-2020年中国藜麦行业市场供需分析

第一节 中国藜麦行业市场供给状况

一、2016-2020年中国藜麦行业产量分析

二、2022-2028年中国藜麦行业产量预测

第二节 中国藜麦市场需求状况

一、2016-2020年中国藜麦需求分析

二、2022-2028年中国藜麦需求预测

第三节 2016-2020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 2016-2020年藜麦所属行业进出口数据分析

第一节 2016-2020年藜麦所属行业进口情况分析

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 2016-2020年藜麦所属行业出口情况分析

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

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、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

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、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

第七章 2022-2028年中国藜麦行业发展趋势与前景分析

第一节 2022-2028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 2022-2028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

部分图表目录：

- 图表 2016-2020年我国藜麦产量情况
 - 图表 2022-2028年中国藜麦产量预测
 - 图表 2016-2020年中国藜麦消费量
 - 图表 2022-2028年中国藜麦消费量预测
 - 图表 2016-2020年中国藜麦市场价格走势
 - 图表 2016-2020年我国藜麦种植面积情况
 - 图表 2016-2020年藜麦上游原料价格走势
 - 图表 2016-2020年藜麦加工行业产成品数量
 - 图表 2016-2020年藜麦加工行业产成品消费量
 - 图表 2022-2028年藜麦加工行业产成品消费量预测
 - 图表 2016-2020年藜麦进口数量情况
 - 图表 2016-2020年藜麦进口金额情况
 - 图表 2016-2020年藜麦进口价格变动
 - 图表 2016-2020年藜麦出口数量情况
 - 图表 2016-2020年藜麦出口金额情况
 - 图表 2016-2020年藜麦出口价格变动情况
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202206/298562.html>