

# 2017-2022年中国大蒜市场 监测及投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2017-2022年中国大蒜市场监测及投资战略研究报告》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.cction.com/report/201709/141688.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

大蒜（Garlic）又叫蒜头、大蒜头、胡蒜、葫、独蒜、独头蒜，是蒜类植物的统称。半年生草本植物，百合科葱属，以鳞茎入药。春、夏采收，扎把，悬挂通风处，阴干备用。农谚说“种蒜不出九（月），出九长独头”，6月叶枯时采挖，除去泥沙，通风晾干或烘烤至外皮干燥。

大蒜呈扁球形或短圆锥形，外面有灰白色或淡棕色膜质鳞皮，剥去鳞叶，内有6~10个蒜瓣，轮生于花茎的周围，茎基部盘状，生有多数须根。每一蒜瓣外包薄膜，剥去薄膜，即见白色、肥厚多汁的鳞片。有浓烈的蒜辣气，味辛辣。有刺激性气味，可食用或供调味，亦可入药。地下鳞茎分瓣，按皮色不同分为紫皮种和白皮种。大蒜是秦汉时从西域传入中国，经人工栽培繁育，具有抗癌功效，深受大众喜食。

报告目录：

### 第一章大蒜相关基础概述1

#### 第一节大蒜的界定及分类1

##### 一、大蒜的界定1

##### 二、大蒜的分类2

##### 三、大蒜的特性3

#### 第二节大蒜产业链分析4

##### 一、市场特点4

##### 二、行业经济特性6

##### 三、产业链结构分析7

#### 第三节大蒜行业发展成熟度分析8

##### 一、行业发展周期分析8

##### 二、行业中外市场成熟度对比9

##### 三、行业及其主要子行业成熟度分析10

### 第二章2014-2015年世界大蒜行业整体运营状况分析11

#### 第一节世界大蒜行业发展环境分析11

#### 第二节世界大蒜行业市场发展格局12

##### 一、全球大蒜需求分析12

##### 二、全球大蒜市场规模14

##### 三、全球大蒜品牌分析15

##### 四、中外大蒜市场对比17

### 第三节世界主要国家大蒜行业市场现状解析18

#### 一、美国大蒜行业市场分析18

#### 二、欧洲大蒜行业市场分析20

#### 三、日本大蒜行业市场分析22

#### 四、韩国大蒜行业市场分析24

#### 五、其他国家大蒜行业市场分析26

### 第四节世界大蒜行业发展趋势分析29

## 第三章2014-2015年中国大蒜行业市场发展环境解析32

### 第一节中国宏观经济环境分析32

#### 一、中国GDP分析32

#### 二、消费价格指数分析34

#### 三、城乡居民收入分析36

#### 四、社会消费品零售总额38

#### 五、全社会固定资产投资分析40

#### 六、进出口总额及增长率分析42

### 第二节中国大蒜市场政策环境分析44

#### 一、产业政策规划44

#### 二、行业标准规范47

#### 三、其他相关法律法规的影响分析48

### 第三节中国大蒜市场社会环境分析50

#### 一、人口环境分析50

#### 二、教育环境分析52

#### 三、文化环境分析54

#### 四、生态环境分析56

## 第四章2014-2015年中国大蒜行业运行态势剖析58

### 第一节中国大蒜行业发展现状58

#### 一、中国大蒜行业发展现状分析58

#### 二、中国大蒜行业发展特点分析60

#### 三、中国大蒜行业生产规模分析62

#### 四、大蒜行业品牌发展现状分析63

### 第二节中国大蒜市场发展现状分析64

#### 一、中国大蒜市场规模现状分析64

二、中国大蒜市场需求现状分析	66
三、大蒜市场价格现状及走势	68
四、中国大蒜市场发展特点分析	70
第三节中国大蒜行业成本分析研究	72
一、原料成本分析	70
二、劳动成本分析	71
三、运输成本分析	72
四、融资成本分析	73
第四节大蒜行业发展中存在的问题及策略	74
第五章2014-2015年中国大蒜行业数据监测分析	77
第一节中国大蒜行业规模分析	77
一、企业数量增长分析	77
二、从业人数增长分析	78
三、资产规模增长分析	79
第二节中国大蒜行业产值分析	79
一、产成品增长分析	80
二、工业销售产值分析	81
第三节中国大蒜行业成本费用分析	82
一、销售成本统计	83
二、费用统计	84
第四节中国大蒜行业盈利能力分析	85
第六章2014-2015年大蒜行业产业链分析研究	86
第一节大蒜产业链基本分析	86
一、行业经济特性	86
二、行业特性分析	87
三、产业链结构分析	88
第二节上下游产业发展对行业的影响分析	89
一、上游产业发展对该行业的影响	89
二、下游产业发展对该行业的影响	92
三、资源约束促进行业整合	95
四、技术进步促进行业升级	96
第七章2014-2015年中国大蒜行业细分市场分析	98

## 第一节细分一行业市场98

### 一、细分行业运行环境分析98

### 二、细分行业运行数据分析100

### 三、产品价格分析111

### 四、区域市场分析112

### 五、该行业发展对大蒜行业发展影响115

## 第二节细分二行业市场116

### 一、细分行业运行环境分析116

### 二、细分行业运行数据分析118

### 三、产品价格分析119

### 四、区域市场分析120

### 五、该行业发展对大蒜行业发展影响123

## 第三节细分三行业市场124

### 一、细分行业运行环境分析124

### 二、细分行业运行数据分析126

### 三、产品价格分析127

### 四、区域市场分析128

### 五、该行业发展对大蒜行业发展影响131

## 第八章2014-2015年中国大蒜区域市场情况分析133

### 第一节华北地区133

#### 一、大蒜行业发展现状分析133

#### 二、大蒜市场规模情况分析136

#### 三、大蒜行业竞争格局分析137

#### 四、大蒜行业发展趋势分析138

### 第二节东北地区139

#### 一、大蒜行业发展现状分析139

#### 二、大蒜市场规模情况分析142

#### 三、大蒜行业竞争格局分析143

#### 四、大蒜行业发展趋势分析144

### 第三节华东地区145

#### 一、大蒜行业发展现状分析145

#### 二、大蒜市场规模情况分析148

三、大蒜行业竞争格局分析149

四、大蒜行业发展趋势分析150

第四节华南地区151

一、大蒜行业发展现状分析151

二、大蒜市场规模情况分析154

三、大蒜行业竞争格局分析155

四、大蒜行业发展趋势分析156

第五节中南地区157

一、大蒜行业发展现状分析157

二、大蒜市场规模情况分析160

三、大蒜行业竞争格局分析161

四、大蒜行业发展趋势分析162

第六节西南地区163

一、大蒜行业发展现状分析163

二、大蒜市场规模情况分析167

三、大蒜行业竞争格局分析168

四、大蒜行业发展趋势分析169

第七节西北地区170

一、大蒜行业发展现状分析171

二、大蒜市场规模情况分析174

三、大蒜行业竞争格局分析175

四、大蒜行业发展趋势分析176

第九章2014-2015年中国大蒜市场竞争结构及格局透析177

第一节大蒜行业竞争结构分析177

一、现有企业间竞争177

二、潜在进入者分析179

三、替代品威胁分析180

四、供应商议价能力181

五、客户议价能力182

第二节中国大蒜市场竞争格局182

一、国内外大蒜竞争分析182

二、中国大蒜市场竞争分析183

三、中国大蒜市场集中度分析	184
四、国内主要大蒜企业动向	185
五、国内大蒜拟在建项目分析	187
第三节中国大蒜行业集中度分析	191
一、市场集中度分析	191
二、生产企业的集中分布	192
第四节大蒜行业国际竞争力分析	193
一、生产要素	193
二、需求条件	194
三、支援与相关产业	195
四、行业结构与竞争状态	196
五、政府的作用	197
第五节大蒜行业竞争中存的问题	198
第六节中国大蒜行业竞争趋势分析	200
第十章大蒜企业竞争策略分析	203
第一节主要企业市场竞争力综合分析	203
一、重点企业资产总计对比分析	203
二、重点企业从业人员对比分析	204
三、重点企业全年营业收入对比	205
四、重点企业全年营业成本对比	206
五、重点企业利润总额对比分析	207
六、重点企业综合竞争力对比分析	208
第二节大蒜市场竞争策略分析	209
一、大蒜市场增长潜力分析	210
二、大蒜主要潜力品种分析	211
三、现有大蒜产品竞争策略分析	212
四、潜力大蒜品种竞争策略选择	213
五、典型企业产品竞争策略分析	214
第三节大蒜企业竞争策略分析	215
一、外部环境对大蒜行业竞争的影响	215
二、中国大蒜行业竞争策略分析	216
三、中国大蒜企业竞争策略分析	218



(一) 原料供应策略218

(二) 产品开发策略219

(三) 价格调整策略220

(四) 绿色营销策略221

(五) 技术进步策略223

(六) 促销策略运用224

(七) 规模经营策略225

## 第十一章大蒜国内重点生产厂家分析226

### 第一节主要竞争企业一

一、企业基本发展概况

二、企业经营与财务状况

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略与规划

### 第二节主要竞争企业二

一、企业基本发展概况

二、企业经营与财务状况

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略与规划

### 第三节主要竞争企业三

一、企业基本发展概况

二、企业经营与财务状况

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略与规划

### 第四节主要竞争企业四

一、企业基本发展概况

二、企业经营与财务状况

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略与规划

### 第五节主要竞争企业五

一、企业基本发展概况

二、企业经营与财务状况

三、企业竞争优势分析

#### 四、企业发展战略与规划

#### 第六节主要竞争企业六

##### 一、企业基本发展概况

##### 二、企业经营与财务状况

##### 三、企业竞争优势分析

##### 四、企业发展战略与规划

&hellip;&hellip;略&hellip;&hellip;

#### 第十二章2017-2022年大蒜行业投资机会与风险分析278

##### 第一节大蒜行业活力系数比较及分析278

##### 一、相关产业景气指数比较278

##### 二、大蒜行业活力系数分析279

##### 第二节大蒜行业投资收益率比较及分析280

##### 一、相关产业投资收益率比较280

##### 二、大蒜行业投资收益率分析281

##### 第三节大蒜行业投资效益分析预测282

##### 一、大蒜行业资产总额分析预测282

##### 三、大蒜行业利润总额分析预测283

#### 第十三章2017-2022年中国大蒜行业发展趋势与盈利预测284

##### 第一节中国大蒜行业发展前景分析284

##### 一、有利因素284

##### 二、不利因素286

##### 三、稳定因素288

##### 四、发展机遇289

##### 五、挑战威胁291

##### 第二节中国大蒜行业发展趋势分析293

##### 一、技术发展趋势分析293

##### 二、产品发展趋势分析294

##### 三、行业竞争格局展望295

##### 四、市场发展趋势分析296

##### 第三节中国大蒜行业市场预测分析298

##### 一、大蒜行业市场供给预测分析298

##### 二、大蒜行业市场销量预测分析299

### 三、大蒜行业进出口预测分析300

#### 第四节中国大蒜市场盈利预测分析301

### 第十四章2017-2022年中国大蒜行业投资前景及风险302

#### 第一节中国大蒜行业投资周期分析302

##### 一、经济周期302

##### 二、增长性与波动性303

##### 三、成熟度分析304

#### 第二节大蒜行业发展环境展望305

##### 一、宏观经济形势展望305

##### 二、相关政策走势展望307

##### 三、国际行业走势展望308

#### 第三节中国大蒜行业投资机会分析309

##### 一、行业投资吸引力分析309

##### 二、区域投资潜力分析310

##### 三、相关细分行业投资潜力分析313

#### 第四节中国大蒜行业投资风险预警315

##### 一、宏观调控政策风险315

##### 二、市场竞争风险316

##### 三、原料供给风险317

##### 四、市场运营机制风险318

### 第十五章2017-2022年大蒜行业投资战略研究319

#### 第一节大蒜行业投资策略及建议319

##### 一、重点投资产品319

##### 二、重点投资领域301

#### 第二节大蒜行业发展战略研究403

##### 一、战略综合规划303

##### 二、技术开发战略305

##### 三、业务组合战略307

##### 四、区域战略规划309

##### 五、产业战略规划311

##### 六、营销品牌战略313

##### 七、竞争战略规划315

### 第三节对中国大蒜品牌的战略思考317

#### 一、企业品牌的重要性317

#### 二、大蒜实施品牌战略的意义319

#### 三、大蒜企业品牌的现状分析321

#### 四、中国大蒜企业的品牌战略323

#### 五、大蒜品牌战略管理的策略325

### 第四节大蒜营销策略分析327

#### 一、2014-2015年大蒜营销分析327

#### 二、大蒜市场营销策略330

#### 三、大蒜促销策略分析333

### 第五节大蒜行业投资战略总结研究336

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201709/141688.html>