



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国马铃薯（土豆）市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国马铃薯（土豆）市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/270128.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

马铃薯（学名：Solanum tuberosum），属茄科多年生草本植物，块茎可供食用，是全球第三大重要的粮食作物，仅次于小麦和玉米。马铃薯又称地蛋、土豆、洋山芋等，茄科植物的块茎。与小麦、玉米、稻谷、高粱并成为世界五大作物。

马铃薯原产于南美洲安第斯山区，人工栽培历史最早可追溯到大约公元前8000年到5000年的秘鲁南部地区。

马铃薯主要生产国有中国、俄罗斯、印度、乌克兰、美国等。中国是世界马铃薯总产最多的国家。

2015年，中国将启动马铃薯主粮化战略，推进把马铃薯加工成馒头、面条、米粉等主食，马铃薯将成稻米、小麦、玉米外的又一主粮。

马铃薯属茄科多年生草本植物，块茎可供食用，是全球第三大重要的粮食作物，仅次于小麦和玉米。马铃薯又称地蛋、土豆、洋山芋等，茄科植物的块茎。与小麦、玉米、稻谷、高粱并成为世界五大作物。马铃薯主要生产国有中国、俄罗斯、印度、乌克兰、美国等。中国是世界马铃薯总产最多的国家。马铃薯产业的发展日益受到世界各国的关注，未来10年，全球马铃薯产量将以每年2.02%的速度递增，预计到2020年全球马铃薯生产量将从目前的3亿t增加到4亿t以上。

马铃薯耐抗逆、适应性广、生长周期短、营养价值高和产业链长，已成为我国脱贫致富、西部开发的重要支柱产业、主要的蔬菜和出口创汇高效作物、食品和工业淀粉加工的重要原料，为增加我国粮食产量、促进农民增收，做出了巨大贡献。随着耕地面积的减少、水资源短缺压力日益增加、大宗粮食作物比较效益降低以及膳食结构的改变，马铃薯对保障我国粮食安全的重要性日益凸显。维护粮食安全为马铃薯加工业创造了良好的发展空间。粮食安全问题关系经济安全和国计民生的重大问题，《国家粮食安全中长期发展规划纲要（2008-2020年）》明确将马铃薯作为保障粮食安全的重点作物，摆在关系国民经济和“三农”稳定发展的重要地位。同时，规划纲要对马铃薯加工业的发展提出了新的要求。

消费结构升级为马铃薯加工业拓宽应用领域提供了契机。“十二五”时期是我国全面建设小康社会的关键时期，生活水平的改善、城镇化率的提高、工业技术的发展，将直接带动消费需求不断升级和消费市场不断扩大，促进高附加值马铃薯精深加工产品生产和销售的快速增长。同时，马铃薯淀粉、变性淀粉和全粉作为天然高分子化合物，具有良好的安全性、营养性、功能性，市场潜力较大，将在食品加工领域得到越来越广泛的应用，满足消费者日益增长的健康安全需求。

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家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 2013-2015年马铃薯产业及行业基础 1

第一节 马铃薯起源及特点 1

- 一、马铃薯的起源及分布 1
- 二、马铃薯作物优势及特点 2
- 三、马铃薯的消费利用 3

第二节 马铃薯产业地位分析 3

- 一、全球马铃薯产业地位 3
- 二、中国马铃薯产业地位 4

第三节 马铃薯产业现状分析 4

- 一、面积产量稳定增加 4
- 二、良种良法快速推广 5
- 三、区域化格局初步形成 5
- 四、加工贮存能力和技术 5

第二章 2013-2015年全球及中国马铃薯种植 6

第一节 全球马铃薯种植分析 6

- 一、全球马铃薯种植规模 6
- 二、全球马铃薯产量规模 7
- 三、全球马铃薯单产水平 7

第二节 中国马铃薯种植分析 8

- 一、中国马铃薯种植面积 8
- 二、中国马铃薯产量分析 8
- 三、中国马铃薯单产能力 8

第三节 世界和中国种植比较 8

- 一、马铃薯种薯质量 8
- 二、马铃薯生产的投入 9
- 三、生产过程的机械化 9
- 四、专用品种的应用 10

第四节 缩小我国种植差距建议 10

- 一、改进种薯生产体系 10
- 二、健全种薯检疫体系 10
- 三、增加和调整对马铃薯生产的投入 11
- 四、研制和推广适合国情的中小型机械设备 11
- 五、选育和种植适合各种用途的新品种 11

第五节 发达国家种薯业分析 12

- 一、荷兰马铃薯种薯业的发展 12
- 二、美国马铃薯种薯业的发展 12
- 三、日本马铃薯种薯业的发展 13

第六节 发展我国种薯业策略 13

- 一、加强新产品研发 13
- 二、建立完善种薯的认证制度 13
- 三、提高种薯的普及率 15

第七节 马铃薯优势区域布局 15

- 一、东北种用、淀粉加工用和鲜食用马铃薯优势区 15
- 二、华北种用、加工用和鲜食用马铃薯优势区 15
- 三、西北鲜食用、加工用和种用马铃薯优势区 15
- 四、西南鲜食用、加工用和种用马铃薯优势区 16
- 五、南方马铃薯优势区 16

第三章 2013-2015年马铃薯加工产业现状调研 16

第一节 马铃薯开发利用价值 16

- 一、营养价值和药用价值 16
- 二、开发利用途径 17

第二节 马铃薯加工产品概述 17

- 一、马铃薯淀粉 17
- 二、马铃薯全粉（颗粒全粉及雪花粉） 18
- 三、变性淀粉 20

第三节 国外加工业发展现状 20

- 一、国外马铃薯消费 20
- 二、国外马铃薯贸易 21

- 三、国外马铃薯加工 21
- 四、加工业发展趋势 22
- 第四节 中国加工产业现状分析 22
 - 一、加工产业发展现状 22
 - 二、加工业存在问题 23
 - 三、国内加工业发展策略 24

第四章 2013-2015年马铃薯淀粉市场市场 25

- 第一节 马铃薯淀粉用途及生产 25
 - 一、马铃薯淀粉生产工艺 25
 - 二、马铃薯淀粉应用领域分析 27
- 第二节 马铃薯淀粉产业分析 28
 - 一、马铃薯淀粉产量 28
 - 二、全球市场供给格局 29
 - 三、国内市场供给分析 29

第五章 2013-2015年马铃薯全粉市场市场 29

- 第一节 马铃薯全粉用途及生产 29
 - 一、马铃薯全粉的特点 29
 - 二、我国马铃薯全粉的应用 30
 - 三、马铃薯全粉的加工工艺 30
 - 四、我国马铃薯全粉加工设备 31
- 第二节 马铃薯全粉产业分析 31
 - 一、马铃薯全粉国内产能分析 31
 - 二、我国马铃薯全粉加工行业概况 32

第六章 2013-2015年马铃薯薯条薯片市场市场 32

- 第一节 冷冻薯条市场分析 32
 - 一、速冻薯条概况 32
 - 二、国内供给市场分析 33
- 第二节 马铃薯片市场分析 33
 - 一、油炸薯片市场 33

二、复合薯片市场 33

第七章 2013-2015年国内区域马铃薯产业分析 34

第一节 甘肃省马铃薯产业 34

- 一、马铃薯种植现状 34
- 二、马铃薯加工产业分析 34
- 三、比较优势和发展潜力 34
- 四、产业存在的问题 35
- 五、产业发展对策 36

第二节 辽宁省马铃薯产业 38

- 一、马铃薯种植分析 38
- 二、马铃薯机械化生产状况 39
- 三、马铃薯产业存在问题 39
- 四、产业发展方向分析 40

第三节 山西省马铃薯产业 41

- 一、马铃薯种植分析 41
- 二、生产区域分析 41
- 三、马铃薯加工分析 42
- 四、产业存在问题 42
- 五、产业发展对策 43

第四节 湖北省马铃薯产业 44

- 一、土地资源分析 44
- 二、技术优势分析 44
- 三、产业发展目标 45
- 四、产业区域布局 45
- 五、产业建设重点 46

第五节 其他地区产业分析 46

- 一、内蒙古马铃薯产业 46
- 二、贵州马铃薯种植规划 47
- 三、广西成免耕马铃薯第一大省 48

第八章 2009-2015年马铃薯淀粉领先企业分析 49

第一节 内蒙古奈伦农业科技股份有限公司 49

一、企业概况 49

二、企业运营分析 50

第二节 山西嘉利科技股份有限公司 51

一、企业概况 51

二、企业运营分析 51

第三节 内蒙古科鑫源食品集团 52

一、企业概况 52

二、企业运营分析 52

第四节 云南润凯淀粉有限公司 53

一、企业概况 53

二、企业运营分析 53

第五节 呼和浩特市华欧淀粉制品有限公司 54

一、企业概况 54

二、企业运营分析 55

第六节 黑龙江沃华马铃薯制品股份有限公司 55

一、企业概况 55

二、企业运营分析 56

第七节 天津顶峰淀粉开发有限公司 56

一、企业概况 56

二、企业运营分析 57

第八节 盐源县世富农业有限责任公司 57

一、企业概况 57

二、企业运营分析 58

第九章 2009-2015年马铃薯全粉领先企业分析 59

第一节 宁夏固原福宁广业有限责任公司 59

一、企业概况 59

二、企业运营分析 59

第二节 察右前旗富广食品 60

一、企业概况 60

二、企业运营分析 60

第三节 海拉尔麦福劳 61

一、企业概况 61

二、企业运营分析 62

第四节 有年金龙马铃薯雪花全粉食品 62

一、企业概况 62

二、企业运营分析 63

第五节 山西三来食品 64

一、企业概况 64

二、企业运营分析 64

第十章 2009-2015年薯条薯片领先企业分析 65

第一节 辛普劳公司 65

一、企业概况 65

二、企业运营分析 66

第二节 哈尔滨麦肯 66

一、企业概况 66

二、企业运营分析 67

第三节 昆明天使食品总厂 67

一、企业概况 67

二、企业运营分析 68

第四节 上好佳 69

一、企业概况 69

二、企业运营分析 69

第五节 湖南常德铜城实业 70

一、企业概况 70

二、企业运营分析 70

第六节 青岛奥柯达食品 71

一、企业概况 71

二、企业运营分析 71

第七节 蓝顿旭美食品 72

一、企业概况 72

二、企业运营分析 72

第八节 福建达利食品集团有限公司 73

一、企业概况 73

二、企业运营分析 74

第十一章 马铃薯产业前景及发展策略 75

第一节 产业投资前景分析 75

一、产品市场前景好 75

二、产业经济效益高 75

三、发展获得政策支持 75

第二节 产业发展前景分析 76

一、市场供需分析 76

二、竞争力分析 76

三、制约因素分析 77

第三节 产业发展策略分析 78

一、认清产业发展的机遇和挑战 78

二、把握马铃薯产业发展瓶颈和关键 78

三、加强马铃薯产业联合和协作 78

图表目录：

图表 1：马铃薯作物主要种植地区优势 2

图表 2：1995-2014年主要年份中国马铃薯产业播种面积占比 4

图表 3：2013-2015年中国马铃薯种植面积统计 千公顷 8

图表 4：2013-2015年中国马铃薯总产量统计 万吨 8

图表 5：2013-2015年中国马铃薯单产量统计 千克 8

图表 6：一般新鲜薯中所含成分 16

图表 7：100g马铃薯中所含的营养成分 单位：mg 17

图表 8：2009-2015年1-6月马铃薯淀粉产量情况 单位：万吨 28

图表 9：2013-2015年内蒙古奈伦农业科技股份有限公司主要财务指标 单位：千元 50

图表 10：2013-2015年内蒙古奈伦农业科技股份有限公司盈利及偿债能力 51

图表 11：2013-2015年山西嘉利科技股份有限公司主要财务指标 单位：千元 51

图表 12：2013-2015年山西嘉利科技股份有限公司盈利及偿债能力 52

图表 13：2013-2015年内蒙古科鑫源食品集团主要财务指标 单位：千元 52

- 图表 14：2013-2015年内蒙古科鑫源食品集团盈利及偿债能力 53
- 图表 15：2013-2015年云南润凯淀粉有限公司主要财务指标 单位：千元 53
- 图表 16：2013-2015年云南润凯淀粉有限公司盈利及偿债能力 54
- 图表 17：2013-2015年呼和浩特市华欧淀粉制品有限公司主要财务指标 单位：千元 55
- 图表 18：2013-2015年呼和浩特市华欧淀粉制品有限公司盈利及偿债能力 55
- 图表 19：2013-2015年黑龙江沃华马铃薯制品股份有限公司主要财务指标 单位：千元 56
- 图表 20：2013-2015年黑龙江沃华马铃薯制品股份有限公司盈利及偿债能力 56
- 图表 21：2013-2015年天津顶峰淀粉开发有限公司主要财务指标 单位：千元 57
- 图表 22：2013-2015年天津顶峰淀粉开发有限公司盈利及偿债能力 57
- 图表 23：2013-2015年盐源世富农业有限责任公司主要财务指标 单位：千元 58
- 图表 24：2013-2015年盐源世富农业有限责任公司盈利及偿债能力 58
- 图表 25：2013-2015年宁夏固原福宁广业有限责任公司经营情况 单位：千元 59
- 图表 26：2013-2015年宁夏固原福宁广业有限责任公司财务比率情况 60
- 图表 27：2013-2015年察右前旗富广食品有限公司经营情况 单位：千元 60
- 图表 28：2013-2015年察右前旗富广食品有限公司财务比率情况 61
- 图表 29：2013-2015年海拉尔麦福劳有限责任公司经营情况 单位：千元 62
- 图表 30：2013-2015年海拉尔麦福劳有限责任公司财务比率情况 62
- 图表 31：2013-2015年有年金龙马铃薯雪花全粉食品工业有限责任公司经营情况 单位：千元 63
- 图表 32：2013-2015年有年金龙马铃薯雪花全粉食品工业有限责任公司财务比率情况 64
- 图表 33：2013-2015年山西三来食品有限公司司经营情况 单位：千元 64
- 图表 34：2013-2015年山西三来食品有限公司财务比率情况 65
- 图表 35：2013-2015年北京辛普劳食品加工有限公司经营情况 单位：千元 66
- 图表 36：2013-2015年北京辛普劳食品加工有限公司财务比率情况 66
- 图表 37：2013-2015年麦肯食品（哈尔滨）有限公司经营情况 单位：千元 67
- 图表 38：2013-2015年麦肯食品（哈尔滨）有限公司财务比率情况 67
- 图表 39：2013-2015年昆明天使食品总厂经营情况 单位：千元 68
- 图表 40：2013-2015年昆明天使食品总厂财务比率情况 68
- 图表 41：2013-2015年上好佳（中国）有限公司经营情况 单位：千元 69
- 图表 42：2013-2015年上好佳（中国）有限公司财务比率情况 69
- 图表 43：2013-2015年湖南常德铜城实业有限公司经营情况 单位：千元 70
- 图表 44：2013-2015年湖南常德铜城实业有限公司财务比率情况 71
- 图表 45：2013-2015年青岛奥柯达食品有限公司经营情况 单位：千元 71

图表 46：2013-2015年青岛奥柯达食品有限公司财务比率情况 71

图表 47：2013-2015年蓝顿旭美食品有限公司经营情况 单位：千元 72

图表 48：2013-2015年蓝顿旭美食品有限公司财务比率情况 73

图表 49：2013-2015年福建达利食品集团有限公司经营情况 单位：千元 74

图表 50：2013-2015年福建达利食品集团有限公司财务比率情况 74

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270128.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。