



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国秋葵市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国秋葵市场分析及投资策略研究报告》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/284843.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

秋葵(学名：Abelmoschus esculentus)锦葵科秋葵属性，亦称黄秋葵、咖啡黄葵，俗名羊角豆、潺茄。中国江西省的萍乡以及国内南方地区有种植，因其长相酷似辣椒，又称"洋辣椒"，用刀将其纵向劈开，怕是能唬住不少远离庖厨的食客。性喜温暖，原产地为非洲今日埃塞俄比亚附近以及亚洲热带。目前在欧洲、非洲、中东、印度及东南亚等热带地区广泛栽培。它的可食用部分是果荚，又分绿色和红色两种，特点是脆嫩多汁，滑润不腻，香味独特。近年来，在日本、台湾、香港及西方国家已成为热门畅销蔬菜。

黄秋葵是一年生草本植物。根系发达，吸收力强，茎直立分枝，直根性，根深达1米以上。

茎

主茎直立，高1~2.5m，粗5cm，赤绿色，圆柱形，基部节间较短，茎部木质化，自基部节位生侧枝数条，自着花节位起不发生侧枝；叶掌状5裂，互生，叶身有茸毛或刚毛，叶柄细长，中空；花大而黄，着生于叶腋。

叶

叶互生，叶之上下两面被有粗毛，掌状3~5裂或浅裂，在植株下半段的叶片较为圆阔大形，自上半段起叶片逐渐变为细狭小形。另有圆叶种，叶型圆阔如蓖麻叶。叶柄长，中空，叶背有白色透明小颗粒。

花

花腋生，花腋在主株上第4~10多节开始着生，以后通常每节着生一花，花为完全花，花瓣黄色，通常是5片，基部暗红色，花期仅有数小时，当天午后即萎谢，花谢后3~4天左右便可采收嫩果。呈掌形分裂，有5~7个裂片，裂片披针形，先端渐尖；边缘有钝锯齿，叶柄细长，中空。花直径4~8cm，花瓣由白到黄，花瓣根部有红色或紫色斑点，色艳丽，具观赏价值。

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 秋葵行业发展概述

第一节 秋葵行业定义

一、秋葵定义

二、秋葵分类

第二节 中国秋葵市场发展状况

第三节 中国秋葵发展环境分析

第二章 消费者购买行为调查

第一节 购买行为研究

第二节 品牌调查研究

一、认知度分析

二、美誉度分析

三、特点及优先选择品牌

四、地区影响力和品牌价值表现

第三节 用户价值评估调研

一、价值持续性评估

二、价值收益性评估

三、用户心理价值评估

四、总体用户价值评估

第三章 2015年秋葵消费者偏好深度调查

第一节 秋葵产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 秋葵产品的品牌市场调查

一、消费者对品牌消费意识形态调研

二、消费者对秋葵产品偏好调查

三、消费者对秋葵的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、秋葵忠诚度调查

六、秋葵市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 消费者使用秋葵数据调查信息反馈

第一节 消费者使用秋葵产品基本情况调查

一、消费者使用秋葵产品的比例分析

二、消费者使用的秋葵产品的品牌排名分析

三、消费者对其使用的秋葵产品的满意度分析

四、消费者对其使用的秋葵产品的不满意的地方分析

第二节 消费者将来准备或者继续使用秋葵产品的情况分析

一、没有或者曾经使用过秋葵产品的消费者准备重新使用比例分析

二、现在正在使用的或者准备使用秋葵产品的消费者继续使用比例分析

三、消费者认为可能成为购买秋葵产品契机的广告形式分析

四、消费者在购买秋葵产品时将会做为参考的信息来源分析

五、消费者在购买秋葵产品时所重视的要素分析

六、消费者想要购买的秋葵产品的品牌排名分析

七、消费者感兴趣的秋葵产品品牌排名分析

第三节 秋葵厂商的品牌推广情况研究

一、消费者眼里各大秋葵产品厂商的品牌形象情况

二、消费者认为最近强烈关注某秋葵产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第五章 2015年秋葵产品品牌市场实地调查研究

第一节 2015年秋葵产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、秋葵产品品牌平均价格趋势分析

三、2017-2022年秋葵产品品牌价格走势预测

第二节 影响秋葵产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对秋葵产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对秋葵产品品牌价格的影响

第三节 2015年秋葵产品品牌市场消费状况分析

一、2015年秋葵产品品牌市场消费结构

二、2015年秋葵产品品牌市场消费特点

三、2015年影响秋葵产品品牌市场消费因素

第四节2015年秋葵主流品牌厂商

一、主流品牌结构对比

1、整体市场主流品牌对比

2、秋葵市场主流品牌消费

二、产品品牌结构对比

1、整体市场品牌对比

2、秋葵市场品牌消费

第六章 秋葵市场产销数据跟踪监测

第一节 2012-2015年秋葵产品产销状况监测

一、2012-2015年秋葵产品产量分析

二、2012-2015年秋葵产品产能分析

三、2012-2015年秋葵产品市场需求状况

第二节 2012-2015年秋葵产品历年消费量数据分析

第三节 2015年秋葵产品市场主要供给数据统计

第四节 2017-2022年秋葵产品市场需求预测

第七章 2015年秋葵市场经销模式及营销渠道考察

第一节 2015年秋葵产品主要经销方式深度探讨

一、2015年秋葵产品市场批发分析

二、2015年秋葵产品加盟商（代理）

三、2015年秋葵产品自主经营分析

第二节2015年秋葵产品销售渠道及盈利模式调研

一、2015年秋葵产品销售渠道特征分析

二、秋葵产品销售渠道管理基本要素分析

三、2015年秋葵产品营销渠道分析

第三节2015年秋葵产品销售渠道控制五力模型研究

第八章 消费者使用行为研究

第一节 消费者秋葵拥有率分析

第二节 消费者秋葵品牌拥有率分析

第三节 消费者购买秋葵的主要用途分析

第四节 消费者对秋葵售后服务中免费质保年限的期望分析

第五节 细分消费群体消费研究

一、潜在消费群体消费特征研究

二、产品态度和利益追求细分消费群体研究

第九章 秋葵销售渠道实地调研

第一节 专卖店实地调查

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第二节 购物中心-----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第三节 连锁超市-----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第四节 网络营销模式—网店

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第五节 专业线渠道

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第六节 ……

第十章 秋葵产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

第一节 品牌A

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 品牌B

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 品牌C

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 品牌D

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析(AK-GS)

第五节 略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284843.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提供投资咨询报告、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。