



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2008年中国草莓进出口贸易发展趋势市场分析及发展趋势 研究报告

一、调研说明

《2004-2008年中国草莓进出口贸易发展趋势市场分析及发展趋势研究报告》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/48158.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

草莓，又叫洋莓、地莓、地果、凤梨、红莓等，在园艺上属浆果类果树,原产欧洲，本世纪初传入我国而风靡华夏。草莓外观呈心形，其色鲜艳粉红，果肉多汁，酸甜适口，芳香宜人，营养丰富，故有“水果皇后”之美誉。蔷薇科，草莓属，多年生草本。有匍匐枝，复叶，小叶3片，椭圆形。初夏开花，聚伞花序，花白色或略带红色。花托增大变为肉质，瘦果夏季成熟，集生花托上，合成红色浆果状体。

据测定，每100克草莓果肉中含糖8至9克、蛋白质0.4至0.6克，维生素C 50至100毫克，比苹果、葡萄高7到10倍。而它的苹果酸、柠檬酸、维生素B1、维生素B12，以及胡萝卜素、钙、磷、铁的含量也比苹果、梨、葡萄高3到4倍。台湾人把草莓称为“活的维生素丸”，德国人把草莓誉为“神奇之果”，可见是不无道理的。

中医学认为，草莓性味甘酸、凉。能润肺生津、健脾和胃、补血益气、凉血解毒，对动脉硬化、高血压、冠心病、坏血病、结肠癌等疾病有辅助疗效。

美国纽约有一位营养学教授还把草莓列入十大美容食品。据研究，女性常吃草莓，对头发、皮肤均有保健作用。草莓含有一种叫天冬氨酸的物质，据说可减肥。用500克草莓，加入少许白糖和100毫升冷冻汽水，搅成汁饮用，据说对去除面疱有效。

【 目 录 】

第一章研究概述7

第一节研究目的8

第二节研究内容9

第三节研究方法10

第四节数据来源11

第二章世界草莓市场概况分析12

第一节世界草莓市场概况分析13

一、世界草莓主要品种	14
二、世界草莓种植面积	15
三、主要草莓种植国市场概况	16
四、主要草莓消费国市场概况	17
第二节世界草莓供给概况分析	18
第三节世界草莓需求概况分析	19
第四节世界草莓贸易概况分析	20

第三章中国草莓种植基地及种植面积分析21

第一节中国草莓种植现状22

一、2006年中国草莓主要种植基地	23
二、2000-2006年中国草莓种植面积及产量	24
三、中国草莓种植技术情况	25

第二节中国主要草莓基地情况26

一、xx草莓基地27

a)种植面积28

b)产量29

c)种植特色30

d)基地发展方向31

二、xx草莓基地32

a)种植面积33

b)产量34

c)种植特色35

d)基地发展方向36

三、xx草莓基地37

a)种植面积38

b)产量39

c)种植特色40

d)基地发展方向41

四、xx草莓基地42

a)种植面积43

b)产量44

- c)种植特色45
- d)基地发展方向46
- 五、xx草莓基地47
- a)种植面积48
- b)产量49
- c)种植特色50
- d)基地发展方向51
- 六、xx草莓基地52
- a)种植面积53
- b)产量54
- c)种植特色55
- d)基地发展方向56

第四章中国草莓消费需求分析57

第一节中国鲜草莓消费情况58

- 一、鲜草莓消费品种59
- 二、鲜草莓消费渠道60
- 三、鲜草莓消费者分析61
- 四、鲜草莓消费量62
- 五、鲜草莓消费价格63

第二节中国草莓汁消费情况64

- 一、草莓汁消费渠道65
- 二、草莓汁消费者分析66
- 三、草莓汁消费量67
- 四、草莓汁消费价格68

第三节中国草莓罐头消费情况69

- 一、草莓罐头消费渠道70
- 二、草莓罐头消费者分析71
- 三、草莓罐头消费量72
- 四、草莓罐头消费价格73

第四节中国草莓饮品消费情况74

- 一、草莓饮品消费渠道75

二、草莓饮品消费者分析76

三、草莓饮品消费量77

四、草莓饮品消费价格78

第五章中国草莓市场供给分析79

第一节2000-2006年中国鲜草莓供给分析80

第二节2000-2006年中国草莓汁供给分析81

第三节2000-2006年中国草莓罐头供给分析82

第四节2000-2006年中国草莓饮品供给分析83

第六章中国草莓深加工情况84

第一节草莓深加工品种85

第二节草莓深加工技术86

第三节2006年草莓深加工项目87

第四节草莓深加工趋势88

第七章2000年—2007年上半年国内草莓进出口贸易分析90

第一节2000-2007年上半年中国草莓进口情况分析91

一、2000-2007年上半草莓年度进口总量统计92

二、2000-2007年上半草莓进口海关统计93

三、2000-2007年上半草莓月度进口量及进口单价94

四、2000-2007年上半草莓进口收货省地统计95

五、2000-2007年上半草莓进口贸易方式统计96

六、2000-2007年上半进口运输方式统计97

七、2000-2007年上半进口途径国洲统计98

八、2000-2007年上半进口企业详细数据99

九、2000-2007年上半进口企业所在省市统计100

十、2000-2007年上半草莓进口国别统计101

第二节2000-2007年上半年中国草莓出口情况分析102

一、2000-2007年上半草莓出口总量统计103

二、2000-2007年上半草莓出口海关统计104

三、2000-2007年上半草莓月度出口量及出口单价105

四、2000-2007年上半草莓出口收货省地统计	106
五、2000-2007年上半草莓出口贸易方式统计	107
六、2000-2007年上半出口运输方式统计	108
七、2000-2007年上半出口途径国洲统计	109
八、2000-2007年上半出口企业详细数据	110
九、2000-2007年上半出口企业所在省市统计	111
十、2000-2007年上半草莓出口国别统计	112
第三节2000-2007年上半年草莓进口国别分析	113
一、2000-2007年上半草莓进口国统计	114
二、2000-2007年上半草莓进口途径国统计	115
三、2000-2007年上半草莓进口收货省地统计	116
四、2000-2007年上半草莓进口贸易方式统计	117
五、2000-2007年上半进口运输方式统计	118
第四节2000-2007年上半年草莓出口国别分析	119
一、2000-2007年上半草莓出口国统计	120
二、2000-2007年上半草莓出口途径国统计	121
三、2000-2007年上半草莓出口发货省地统计	122
四、2000-2007年上半草莓出口贸易方式统计	123
五、2000-2007年上半出口运输方式统计	124
第五节2007-2010年中国草莓进口贸易预测	125
一、2007-2010年草莓进口总量预测	126
二、2007-2010年草莓进口量及进口单价预测	127
三、2007-2010年草莓进口贸易方式预测	128
四、2007-2010年进口运输方式趋势	129
五、2007-2010年草莓进口国别统计预测	130
第六节2007-2010年中国草莓出口贸易预测	131
一、2007-2010年草莓出口总量预测	132
二、2007-2010年草莓出口量及进口单价预测	133
三、2007-2010年草莓出口贸易方式预测	134
四、2007-2010年出口运输方式趋势	135
五、2007-2010年草莓出口国别统计预测	136

第八章中国草莓加工和进出口企业分析137

第一节XX公司138

一、公司概况139

二、公司生产经营情况140

三、公司发展战略141

第二节XX公司142

一、公司概况143

二、公司生产经营情况144

三、公司发展战略145

第三节XX公司146

一、公司概况147

二、公司生产经营情况148

三、公司发展战略149

第四节XX公司150

一、公司概况151

二、公司生产经营情况152

三、公司发展战略153

第五节XX公司154

一、公司概况155

二、公司生产经营情况156

三、公司发展战略157

第六节XX公司158

一、公司概况159

二、公司生产经营情况160

三、公司发展战略161

第九章世界各国草莓进出口管理政策162

第一节东亚草莓进出口管理政策163

第二节南亚草莓进出口管理政策164

第三节欧洲草莓进出口管理政策165

第四节北美草莓进出口管理政策166

第五节南美草莓进出口管理政策167

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48158.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提供专业投资咨询报告、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。