

2014-2019年中国红枣市场 分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国红枣市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/linye1404/0575045OPI.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国红枣市场分析与投资前景研究报告》共十三章，报告对我国红枣的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

前言

近年来，枣树以其抗逆性强、早果速丰、管理容易、营养丰富以及可兼顾农民增加经济收入和国家改善生态环境双重效益等独特优势，成为我国经济林发展中一个新的热点，在农业产业结构调整、西部大开发、退耕还林和出口创汇中发挥着越来越重要的作用。

得益于国家农业产业政策的大力扶持、下游产业对枣产品需求持续快速增长以及枣树种植为农民带来的良好的致富效应，我国枣树种植业呈现了快速增长势头。根据中国农业统计年鉴和各省份统计年鉴资料，由于新疆的种植面积持续扩大，我国枣树面积由2008年的179万公顷增长到2012年的256万公顷，年均复合增长率为9.4%。

作为五果之一和药食同源的典型代表，红枣是我国传统的滋补食品，具有益气补血的功效，“药补不如食补”的观念深入人心并日益流行。

此外，在我国传统文化中红枣更有象征美满健康的寓意。消费升级背景下，在人们对自身健康日益重视和作为情感载体的礼品需求驱动下，红枣的消费稳步增长，庞大的市场需求使得我国果农种植积极性上升，近年来，我国红枣产量保持高速增长态势，2012年，我国红枣产量已经超过640万吨，产量同比增长15.8%，近十年来我国红枣产量年均增速接近16%。

数据来源：博思数据研究中心整理

目录

第一章 红枣深加工相关概述 1

第一节 红枣深加工范围界定 1

第二节 红枣深加工主要生产工艺 1

一、主要生产工艺 1

二、加工效益分析 4

第三节 红枣深加工产业链分析 5

一、红枣深加工产业链现状 5

1、枣产业链构成

枣产业链分为四个环节，分别是上游原材料生产，主要由农民和农民合作组织构成，负责枣树种植及枣生产；中游加工制造，主要由各类加工企业构成，负责枣产品的加工，形成产品；下游销售渠道，包括直销渠道（直营店）和分销渠道（代理、超市等渠道），负责枣产品的销售与客户服务；而最终消费者主要为个人消费者和企业（政府部门、事业单位）用户。在产业化组织中，科研机构也是一个不可缺少的主体，科研机构在枣的生产、加工和流通环节都起到了重要的作用。

资料来源：博思数据研究中心整理

2、红枣产业链

红枣产业链的第一环是分级分等。通过红枣分级分等，特级枣身价涨了十几倍，占总量15%的特级枣卖的钱，远远超过了过去全部枣的售价。第二环是加工，将枣核掏出来，填充上各种干果，就成了“核桃枣”、“山楂枣”、“枸杞枣”、“杏仁枣”、“葡萄枣”等等，价格翻了好几番。第三环是依托我国西部20万亩荒漠化造林项目，在改造荒漠中发展红枣产业，实现了生态改善，效益增加。第四环是从全国各地引进优良品种，通过嫁接培育出适应当地生产条件的新品种。第五环是改变传统的枣树栽植技术，实行低矮密植，实现了稳产高产、丰产丰收。第六环是利用国内首创的拥有自主知识产权的天枣素提取技术，将天枣中的主要营养成分提取出来，加入其他名贵中药，精制成天枣素系列产品，提高了营养素的利用效率。第七环是充分利用现代科学技术，将红枣系列产品加工过程产生的副产品枣叶、枣核制成深受市场青睐的“膳食纤维片”、“枣茶”等。第八环是建立了年产20万吨的红枣专用肥基地，所有红枣产地拒绝使用化肥。第九环是通过联合国有关组织，同奥地利格纳兹大学签署人类抗衰老产品的研究协议……红枣产业链将由新疆拉到全国，拉到国际市场。

资料来源：博思数据研究中心整理

二、红枣深加工产业链发展形势 6

第四节 烘烤制干在产业链中的重要性 7

一、烘烤制干在红枣产业链中的地位和作用 7

二、当前我国红枣烘烤制干存在的问题分析 9

三、全面推广烘烤制干技术应该采取的措施 10

第二章2014年中国红枣深加工产业运行环境分析 13

第一节 国内宏观经济环境分析	13
一、GDP历史变动轨迹分析	13
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	20
三、2014年中国宏观经济发展预测分析	27
第二节 2013-2014年中国红枣深加工行业相关政策、法规、标准	29
一、2013-2014年相关政策分析	29
二、2013-2014年红枣产品新标准情况	60
三、红枣的分级标准	66
四、红枣-农业行业标准	67
五、出口无核红枣、蜜枣检验规程	72
第三节 2013-2014年中国红枣深加工社会发展环境分析	75
一、我国居民生活水平	75
二、我国居民消费分析	77
三、红枣的营养价值及居民认知程度	80
第三章 2013-2014年中国红枣深加工生产工艺及技术趋势研究分析	82
第一节 红枣系列深加工技术分析	82
一、红枣汁提取技术	82
二、大枣多糖提取分离技术	82
三、大枣膳食纤维的提取	83
第二节 国内主要生产方法	83
一、红枣干的加工技术	83
二、红枣泥的加工技术	84
三、枣蓉的加工的技术	85
四、大红枣露的加工技术	86
五、冬枣香酥片加工技术	87
六、红枣复合饮料加工技术	88
七、银耳红枣饮料加工技术	89
八、红枣生姜汁饮料加工技术	91
九、红枣乳酸发酵饮料加工工艺	93
第四章 2013-2014年中国红枣市场运行分析	95
第一节 2013-2014年中国红枣产业概况	95
一、中国红枣种植规模与产区分布	95

二、中国红枣产量情况分析 98

作为五果之一和药食同源的典型代表，红枣是我国传统的滋补食品，具有益气补血的功效，“药补不如食补”的观念深入人心并日益流行。

此外，在我国传统文化中红枣更有象征美满健康的寓意。消费升级背景下，在人们对自身健康日益重视和作为情感载体的礼品需求驱动下，红枣的消费稳步增长，庞大的市场需求使得我国果农种植积极性上升，近年来，我国红枣产量保持高速增长态势，2012年，我国红枣产量已经超过640万吨，产量同比增长15.8%，近十年来我国红枣产量年均增速接近16%。

数据来源：博思数据研究中心整理

三、中国红枣市场价格走势 99

四、中国红枣深加工收购情况 99

第二节 2013-2014年中国红枣贮藏保鲜与加工的现状分析 100

一、红枣的传统利用方式 100

二、红枣贮藏保鲜加工现状 100

三、红枣贮藏、保鲜、加工中的问题 102

四、我国红枣贮藏、保鲜与加工前景 103

第五章 2013-2014年中国红枣深加工业运行态势分析 104

第一节 2013-2014年中国红枣深加工业运行总况 104

一、中国红枣加工业特点分析 104

二、红枣产业加工链条多角度透析 105

三、红枣加工企业规模及分布 107

从近两年发展趋势看，河北、山西、山东、陕西、新疆、河南六省、自治区是红枣主产区，对全国枣的贡献率达90%以上。红枣加工企业在原材料供应地和消费地之间进行权衡设厂，目前在河北、河南、山西、山东等地均形成一些区域性红枣深加工龙头企业。

其中，山东27%（冬枣占50%）左右；河北26%左右；山西20%左右；陕西5%左右；新疆5%左右；河南5%左右；天津3%左右；甘肃3%；辽宁2%；宁夏1%；其他3%。

据统计，目前国内规模较大的红枣科研机构、加工企业逾40家，其中分布在北京（4家）、河北（8家）、山东（8家）、山西（1家）、新疆（6家）；流通主体主要是民营个体化组织和个体商贩。全国已经初步形成跨省区的大规模、大面积种植的趋势。河北沧州提出建设世界最大的红枣基地、山西临县提出建设“中华枣都”，新疆阿克苏提出建

设“中华枣园”。跨省区的“黄河晋陕峡谷红枣产业带”，包括晋陕黄河两岸吕梁地区、临汾市、榆林市、延长市等，面积达到450万亩，正常年景产量20万吨以上。

目前我国起主导作用的制干和兼用品种为河北和山东及天津环渤海湾地区的金丝小枣、太行山早薄山区的婆枣和赞皇大枣、山西和陕西黄河沿岸黄土高原上的木枣、河南豫中平原黄河故道区的灰枣和扁核酸以及山东的圆铃枣和长红枣。这些品种的产量可占全国的90%以上。

从需求上，干枣产品的主要需求来自长江以南地区，如江浙地区、广东等，其次是东北地区，而深加工产品的需求则来自全国各地。

四、红枣加工业利润分析 108

五、中国红枣加工业产值情况分析 108

第二节 2013-2014年中国红枣深加工业细分领域探析 109

一、粗加工 109

二、深加工 110

1、深加工成为红枣产业振兴引擎 110

2、红枣深加工增值分析 112

3、红枣酸奶市场发展分析 112

4、红枣酸奶的跨界营销策略 113

第六章 2013-2014年中国红枣深加工业面临的挑战与对策分析 115

第一节 2013-2014年中国红枣深加工业热点问题探讨 115

一、加工产品结构及市场分布问题 115

二、产加销一体化的运行机制还没有真正形成 115

三、加工企业规模化生产水平不高、渠道不畅制约了企业发展 115

四、红枣加工产品深度开发滞后 115

第二节 2013-2014年中国红枣深加工业发展战略分析 116

一、发展红枣加工业要注意协调好各方利益 116

二、以工业化生产理念为指导，尽快实现加工业的标准化 116

三、调整结构，生产适销对路优质产品 117

四、加快产加销一体化进程。 117

五、创名牌开发名牌保名牌，提高效益 118

六、调整红枣加工产品销售市场布局，改变不合理的被动局面 118

七、加大红枣深度开发，生产优质新产品 118

第七章 2013-2014年中国红枣深加工热点产品市场分析 120

第一节 2013-2014年中国红枣市场调查分析 120

一、红枣市场竞争力 120

二、红枣市场畅销排名 120

三、红枣市场占有率 121

第二节 2013-2014年中国蜜枣市场调查分析 122

一、蜜枣市场竞争力 122

二、蜜枣市场畅销排名 122

三、蜜枣市场占有率 123

第三节 2013-2014年中国枣脯市场调查分析 123

一、枣脯市场竞争力 123

二、枣脯市场畅销排名 124

三、枣脯市场占有率 125

第四节 2013-2014年中国枣汁市场调查分析 125

一、枣汁市场竞争力 125 枣汁市场竞争力

企业排名

竞争企业

竞争力指数

第 1 名

山东鼎力集团庆云枣制品厂

215933.65

第 2 名

枣庄长红果品开发有限公司

29076.49

第 3 名

山东舜园枣业有限公司

23467.08

第 4 名

山东省乐陵开元红食品有限责任公司

11303.80

第 5 名

新疆王液酿造有限责任公司

6107.97

第 6 名

郑州顶真食品有限公司

3692.28

第 7 名

茌平县华泰园铃大枣食品有限责任公司

3447.16

第 8 名

献县甘霖枣汁厂

1246.11

数据来源：博思数据研究中心

二、枣汁市场畅销排名 126 枣汁市场畅销排名

企业排名

竞争企业

产品畅销指数

第 1 名

山东鼎力集团庆云枣制品厂

184511.41

第 2 名

枣庄长红果品开发有限公司

23196.26

第 3 名

山东舜园枣业有限公司

22731.12

第 4 名

山东省乐陵开元红食品有限责任公司

8827.85

第 5 名

新疆王液酿造有限责任公司

5274.53

第 6 名

郑州顶真食品有限公司

3084.11

第 7 名

茌平县华泰园铃大枣食品有限责任公司

2694.86

第 8 名

献县甘霖枣汁厂

1064.31

数据来源：博思数据研究中心

三、枣汁市场占有率 126

数据来源：博思数据研究中心

第八章 2013-2014年中国红枣深加工区域产业发展分析 127

第一节 2013-2014年中国红枣加工主要区域产业发展分析 127

一、沧县红枣加工业发展分析 127

二、吴堡红枣加工业发展分析 130

三、榆林红枣加工业发展分析 131

第二节 2013-2014年中国枣业十强县（市）发展分析 131

一、2013-2014年清涧红枣加工业发展分析 131

二、2013-2014年阜平红枣加工业发展分析 138

三、2013-2014年临县红枣加工业发展分析 139

四、2013-2014年灵武红枣加工业发展分析 142

五、2013-2014年内黄红枣加工业发展分析 144

六、2013-2014年临猗红枣加工业发展分析 145

- 七、2013-2014年献县红枣加工业发展分析 145
- 八、2013-2014年新郑红枣加工业发展分析 146
- 九、20-2012年赞皇红枣加工业发展分析 150
- 十、2013-2014年沾化红枣加工业发展分析 151

第九章 2013-2014年中国红枣深加工重点地区销售分析 155

- 第一节 河南市场行情分析 155
- 第二节 新疆市场行情分析 157
- 第三节 陕西市场行情分析 160
- 第四节 山西市场行情分析 162
- 第五节 北京市场行情分析 165
- 第六节 山东市场行情分析 168
- 第七节 江浙市场行情分析 170
- 第八节 东北市场行情分析 173
- 第九节 西北市场行情分析 178

第十章 2013-2014年中国红枣深加工行业市场竞争格局分析 184

- 第一节 2013-2014年中国红枣加工行业竞争结构分析 184
 - 一、行业内现有企业的竞争 184
 - 二、新进入者的威胁 184
 - 三、替代品的威胁 184
 - 四、供应商的讨价还价能力 185
 - 五、购买者的讨价还价能力 186
- 第二节 2013-2014年中国红枣加工行业国际竞争力影响因素分析 186
 - 一、生产要素 186
 - 二、需求条件 187
 - 三、相关和支持性产业 187
 - 四、企业的战略、结构和竞争对手 188
- 第三节 2013-2014年中国红枣深加工品牌的战略思考 188
 - 一、红枣深加工品牌的特性和作用 188
 - 二、红枣深加工品牌价值战略研究 189
 - 三、我国红枣深加工品牌竞争趋势 189

四、红枣深加工企业品牌发展战略 190

第十一章 2013-2014年中国红枣深加工产品竞争力优势分析 191

第一节 2013-2014年中国红枣深加工产品竞争力 191

一、整体产品竞争力评价 191

二、延川红枣产业竞争力 191

三、和田玉红枣产业竞争力 193

第二节 2013-2014年中国提高红枣深加工企业竞争力的策略 194

一、提高中国红枣深加工企业核心竞争力的对策 194

二、影响红枣深加工企业核心竞争力的因素及提升途径 194

三、提高红枣深加工企业竞争力的策略 195

第十二章 2013-2014年中国红枣深加工国内重点生产厂家分析 197

第一节 河南省新郑市果甫罐头加工厂 197

一、企业概况 197

二、企业主要经济指标分析 197

三、企业盈利能力分析 198

四、企业偿债能力分析 198

五、企业运营能力分析 199

六、企业成长能力分析 199

第二节 河南省新郑市红枣食品有限公司 199

一、企业概况 199

二、企业主要经济指标分析 200

三、企业盈利能力分析 201

四、企业偿债能力分析 201

五、企业运营能力分析 202

六、企业成长能力分析 202

第三节 郑州市新亚保食品饮料有限公司 202

一、企业概况 202

二、企业主要经济指标分析 202

三、企业盈利能力分析 203

四、企业偿债能力分析 203

- 五、企业运营能力分析 204
- 六、企业成长能力分析 204
- 第四节 漯河市众合蜜饯食品厂 205
 - 一、企业概况 205
 - 二、企业主要经济指标分析 205
 - 三、企业盈利能力分析 206
 - 四、企业偿债能力分析 206
 - 五、企业运营能力分析 206
 - 六、企业成长能力分析 207
- 第五节 山东省沾化县冬枣实业总公司 207
 - 一、企业概况 207
 - 二、企业主要经济指标分析 207
 - 三、企业盈利能力分析 208
 - 四、企业偿债能力分析 208
 - 五、企业运营能力分析 209
 - 六、企业成长能力分析 209
- 第六节 清涧县宏祥有限责任公司 209
 - 一、企业概况 209
 - 二、企业主要经济指标分析 210
 - 三、企业盈利能力分析 211
 - 四、企业偿债能力分析 211
 - 五、企业运营能力分析 212
 - 六、企业成长能力分析 212
- 第七节 献县沧华园食品有限公司 212
 - 一、企业概况 212
 - 二、企业主要经济指标分析 212
 - 三、企业盈利能力分析 213
 - 四、企业偿债能力分析 214
 - 五、企业运营能力分析 214
 - 六、企业成长能力分析 214
- 第八节 榆林市惠民食业有限责任公司 215
 - 一、企业概况 215

二、企业主要经济指标分析	215
三、企业盈利能力分析	216
四、企业偿债能力分析	216
五、企业运营能力分析	216
六、企业成长能力分析	217
第九节 佳县东方红枣业有限公司	217
一、企业概况	217
二、企业主要经济指标分析	217
三、企业盈利能力分析	218
四、企业偿债能力分析	218
五、企业运营能力分析	219
六、企业成长能力分析	219
第十节 乐陵市云红万吨冷库有限公司	220
一、企业概况	220
二、企业主要经济指标分析	220
三、企业盈利能力分析	220
四、企业偿债能力分析	221
五、企业运营能力分析	221
六、企业成长能力分析	221
第十一节 沧州好想你枣业有限公司	222
一、企业概况	222
二、企业主要经济指标分析	223
三、企业盈利能力分析	225
四、企业偿债能力分析	226
五、企业运营能力分析	226
六、企业成长能力分析	227
第十三章 2014-2019年中国红枣深加工行业发展趋势与投资战略分析	228
第一节 2014-2019年中国红枣深加工产业新趋势探析	228
一、中国红枣产业市场前景分析	228

如果有关红枣的药用价值和工业用价值等方面的研究得到进一步的发展，能够使红枣的用

途得到充分的挖掘，红枣的生产消费就会增加，红枣的价格将会继续增长。因此，在市场不断扩大、利润仍然增长的红枣市场机遇前，中国应加速红枣品种更新换代，普及良种化，在种植中坚持苗木的嫁接化、栽植矮密化、施肥有机化、修剪精细化、病虫害防治综合化、采后处理机械化、分档化、产品绿色化等，使红枣品质呈现高级化、多样化、绿色化、品牌化。

伴随国家富农惠农政策的逐步落实，我国枣树种植的技术水平和管理水平将不断提升，枣树种植基地合作社模式将有助于将枣树种植户与加工厂商和市场更紧密连接在一起，枣农的利益将有效得到保护和提升。伴随下游市场需求持续增长的有效拉动，中国枣树种植行业将会保持相对快速的增长。

预计未来几年，随着枣树培栽技术的进步及培栽面积的扩大，中国红枣产量还将保持快速增长，到2019年红枣产量预计达到1650万吨。

资料来源：博思数据研究中心整理

二、中国枣业的发展前景与趋势 229

三、中国红枣深加工发展方向预测 230

四、中国红枣深加工市场分析预测 230

第二节 2014-2019年中国红枣深加工行业投资机会分析 231

一、红枣深加工行业政策机遇分析 231

二、红枣深加工行业市场机遇分析 234

三、红枣深加工行业新的发展机会 235

四、红枣深加工投资前景及效益分析 235

第三节 2014-2019年中国红枣深加工行业投资风险分析 236

一、宏观经济的波动风险预警 236

二、红枣加工行业出口风险预警 237

三、红枣加工行业应对风险能力 237

四、我国红枣产业气候风险及对策 237

第四节 红枣深加工行业发展策略 238

一、红枣深加工经济效益分析 238

二、红枣深加工发展措施建议 238

三、加快红枣产业发展的思考 239

四、我国枣业发展战略与科技对策 241

第五节 红枣深加工行业投资战略研究 242

- 一、技术开发战略 242
- 二、产业战略规划 243
- 三、业务组合战略 244
- 四、营销战略规划 244
- 五、区域战略规划 245

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、博思数据网，国内外相关刊物的基础信息以及红枣专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界后金融危机整体发展局势，对我国红枣行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对红枣行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/linye1404/0575045OPI.html>