

# 2014-2019年中国榨菜市场 竞争力分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2014-2019年中国榨菜市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/qitashipin1404/728029A55O.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】2014-04-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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年中国榨菜市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了榨菜相关概述、中国榨菜市场运行环境等，接着分析了中国榨菜市场发展的现状，然后介绍了中国榨菜重点区域市场运行形势。随后，报告对中国榨菜重点企业经营状况分析，最后分析了中国榨菜行业发展趋势与投资预测。您若想对榨菜产业有个系统的了解或者想投资榨菜行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

北美地区是我国榨菜主要出口目的地之一，当中出口至美国市场的榨菜产品占该区域总量的70%以上，美国颁布的《食品安全现代化法案》指出：进口商须核实外国供应商和进口食品是否安全可靠，没有实行该等核实程序的进口商不得进口食品。2011-2013年美国FDA拒绝进口榨菜产品

产品描述	制造商	产地	拒绝进口原因	拒绝进境时间
PRESERVED MUSTARD GREEN榨菜	Fuling Zhacai ( Group ) Co., Ltd. 涪陵榨菜集团股份有限公司	重庆	含环己(基)氨基磺酸盐标识，无英文标签，未注明必需的营养信息声明，含糖精但标签未注明，未标明食品的常用或通用名	2011-10-06
榨菜	Haining city haiyu foodstuff co ltd	浙江海宁	未注册低酸罐装食品或者酸性食品；生产工艺未备案	2013-05-08
Zang Zhou	江苏南京	标签未声明产品的重量、尺寸、数量；未列出配料的常用通用名；未标注食品的常用通用名	2013-06-06	榨菜 Wanshili Food Co Ltd
Ltd Zang Zhou	福建漳州	标签无英文	2013-07-19	榨菜 Wanshili Food Co
Wanshili Food Co Ltd Zang Zhou	福建漳州	标签无英文	2013-07-19	榨菜
榨菜	Fujian Lianjiang Niannianxing Foods Processing Factory	福建福州	低酸罐头食品未注册	2013-07-19

资料来源：FDA（美国食品药品监督管理局）

受此因素的影响，我国榨菜出口企业产品出口难度进一步加大，我国部分企业完善相关资料，完善输美榨菜FDA（美国食品药品监督管理局）注册备案，保障了其生产的榨菜能够顺利出口。

榨菜的原材料主要是青菜头，由于我国青菜头产地具有明显的区域性特征，主要集中在重庆和浙江地区，两地集中了84%的种植面积，因而榨菜供应方面存在明显的区域性特征。2007年重庆和浙江地区榨菜产量占整个行业产量的80%左右。浙江地区由于其他产业发展较快，

因此对应的青菜头种植面积在不断减少。而重庆更重视农业及农副产品的发展，青菜头的种植面积在稳步上升中。

资料来源：博思数据数据中心整理

尽管我国地域宽广、民族较多，人们的饮食习惯存在着一定的差异，产品品种及产品风味需求也存在着一定差异，但榨菜作为酱腌菜主要子品类在每个家庭的餐桌上属于常见食品，由于其品类、口味众多，满足了各地不同口味的需求，长期以来深受各地消费者的喜爱。

目前榨菜行业集中度不高，行业内比较有影响的品牌有乌江、铜钱桥、鱼泉、辣妹子、国泰、斜桥、备得福、红山等。涪陵榨菜市场占有率第一约15%，2005年约12%，2005-2012年涪陵榨菜市占率稳步提升。除涪陵榨菜外，其他品牌规模较小，市占率不高，第二名铜钱桥销售份额为4.7%，第三和第四名企业市占率均不到3%，2012年CR5为27.3%，行业集中度在稳步提升。

资料来源：博思数据数据中心整理

酱腌菜是以可食蔬菜为主要原料，经不同的腌制工艺制作的各种蔬菜制品的总称。榨菜是酱腌菜中的主要子品类，起源于涪陵城西邱寿安家的中国特色产品，始于1898年，具有100多年的历史。榨菜以其鲜、香、嫩、脆的特点驰名中外，是世界三大名腌菜（即榨菜、德国甜酸甘兰、法国酸黄瓜）之一。我国榨菜行业发展大致经历了三个阶段：

第一阶段（1898年至20世纪80年代），这一时期榨菜品种单一，主要以手工作坊为主，销售局限于原材料所在产区；

第二阶段（20世纪80年代初至20世纪末），这一时期行业跳跃式发展，主要是在改革开放的大背景下催生了一批小规模榨菜个体生产企业，“扩张-收缩-扩张”成为该阶段的基本规模，榨菜品种也呈多样化趋势，但整体工业化水平依然落后；

第三阶段（2000年后），为行业快速发展阶段，为贯彻落实国家“三农”政策，榨菜加工企业增加了技术开发投入和技巧设备的更新，促使榨菜行业产生了一批规模化、机械化生产企业，规模化企业的优势在这一时期逐渐显现，引领了行业的发展，市场集中度逐渐提高。公开资料显示，我国榨菜行业2008年产量为48万吨，05-07年保持了15%的增长速度，但08年受金融危机影响产销量下滑明显，09年之后行业恢复性增长，产量逐年上升，目前全国榨菜年产量在80万吨左右。

## 第一章 榨菜行业概述 1

第一节 行业相关界定 1

一、榨菜的定义 1

酱腌菜是以可食蔬菜为主要原料，经不同的腌制工艺制作的各种蔬菜制品的总称。榨菜是酱腌菜中的主要子品类，以其鲜、香、嫩、脆的特点驰名中外，与德国甜酸甘兰、法国酸黄瓜并列为世界三大名腌菜。榨菜是一种半干态非发酵性咸菜，以茎用芥菜为原料腌制而成，是中国名特产品之一与欧洲酸菜、日本酱菜并称世界三大名腌菜。

榨菜历来被称为腌菜佳品，其做工独特，配料讲究，在世界三大著名腌菜（重庆榨菜、法国酸黄瓜、德国甜酸甘蓝）中，占据首位。榨菜脆嫩爽口，味咸且鲜，并带有特殊的酸味，可直接用于佐餐，也可用于炒菜、做汤。优质榨菜的外表呈青色或淡黄色，表面带有辣椒粉，呈红色，有光泽、菜体嫩爽、气味鲜香且无异味。

榨菜的产品属性

榨菜的营养价值

酱腌菜是以可食蔬菜为主要原料，经不同的腌制工艺制作的各种蔬菜制品的总称。榨菜是酱腌菜中的主要子品类，以其鲜、香、嫩、脆的特点驰名中外，与德国甜酸甘兰、法国酸黄瓜并列为世界三大名腌菜。

榨菜最早起源于涪陵城西邱寿安家，始于1898年，是我国具有100多年历史的传统特产，涪陵地区作为涪陵榨菜的原产地，其生产的榨菜质地脆嫩，风味鲜美，营养丰富，具有特殊酸味和咸鲜味，脆嫩爽口，含丰富的人体所必需的蛋白质、胡萝卜素、膳食纤维、矿物质等，以及谷氨酸、天门冬氨酸、丙氨酸等17种游离氨基酸，可以用于佐餐、炒菜和做汤。现代营养学认为，榨菜能健脾开胃、补气添精、增食助神；低盐保健型榨菜，还有保肝减肥的作用；

榨菜主要营养成分（每10克）				营养素	单位	含量	主要功能		
硫胺素		毫克	0.03	保护神经系统，增加食欲			烟酸		
毫克	0.50	促进消化系统健康		蛋白质		克	2.10	促进新	
陈代谢		磷	毫克	41.0	维持人体生理反应			钙	
毫克	155.0	维持骨骼和牙齿		硒	微克	1.93	提高人体免		
疫力		镁	毫克	54.0	维持人体生理机能			铁	毫
克	3 . 90	维持人体造血功能		维生素		克	2.1	促进人体	
新陈代谢		胡萝卜素		毫克	0.49	维持眼睛和皮肤健康			
核黄素		毫克	0.06	促进发育和细胞再生					

资料来源：博思数据数据中心整理

## 二、榨菜形态、特征 2

### 第二节 榨菜的栽培及主要技术 4

#### 一、产品栽培 4

#### 二、行业产品特栽培的主要技术 4

## 第二章 榨菜行业全球市场分析 6

### 第一节 2013年全球榨菜行业市场概况 6

酱腌菜是以可食蔬菜为主要原料，经不同的腌制工艺制作的各种蔬菜制品的总称。榨菜是酱腌菜中的主要子品类，以其鲜、香、嫩、脆的特点驰名中外，与德国甜酸甘兰、法国酸黄瓜并列为世界三大名腌菜。

资料来源：博思数据数据中心整理

榨菜最早起源于涪陵城西邱寿安家，始于1898年，是中国具有100多年历史的传统特产。为酱腌菜中的佳品，具有鲜、香、嫩、脆的独特品质和特色风味，以其营养丰富、方便可口，佐餐、侑茶、调味等多样用途，以及耐贮存和适宜加工等许多优点而驰名中外。榨菜行业的发展大致经历了以下阶段：

第一阶段（1898年至20世纪80年代初）为榨菜行业的初级阶段，该阶段榨菜品种单一；主要以手工作坊为主；销售范围局限于青菜头所在产区范围。

第二阶段（20世纪80年代初至20世纪末）为榨菜行业的跳跃式攀升阶段，较第一阶段取得了较大发展，主要是改革搞活经济催生了大量的小规模榨菜个体生产企业，“扩张—收缩—扩张”成为该阶段的基本规律，每次扩张均较以前有了一定进步。该阶段榨菜品种亦趋向多样化，整体工业化水平落后。

第三阶段（2000年至今）为榨菜行业的快速发展阶段，为贯彻落实国家“三农”政策，实现农业产业化，榨菜加工企业增加了技术开发投入和机器设备的更新，促使榨菜行业产生了一批规模化、机械化的生产企业。技术设备先进、管理规范、规模化生产的榨菜企业优势地位逐渐凸显，带动了当地榨菜行业的发展，提高了菜农的收入水平，市场集中度逐渐提高。

榨菜质地脆嫩，风味鲜美，营养丰富，具有特殊酸味和咸鲜味，脆嫩爽口，含丰富的人体所必需的蛋白质、胡萝卜素、膳食纤维、矿物质等，以及谷氨酸、天门冬氨酸、丙氨酸等17

种游离氨基酸，可以用于佐餐、炒菜和做汤。现代营养学认为，榨菜能健脾开胃、补气添精、增食助神；低盐保健型榨菜，还有保肝减肥的作用。

榨菜（Pickled Mustard Tubers）出口历史有文字记载的可追溯至20世纪30年代。当时，主要是以传统的坛装榨菜，销港澳、南洋、日本、菲律宾及旧金山一带，年销售量达三万坛。随着科技进步，生活水平提高，榨菜出口呈现不同类别，多国家输出。

中国四川、重庆、浙江等省市的榨菜出口基本决定了海外榨菜市场供应量，近年来，美国、日本、欧盟等发达国家和地区不断设置农产品的“绿色壁垒”，提高食品安全标准，我国食品安全出口面临更加严峻的挑战。以日本为例：出口日本的榨菜就要经受农药、添加剂、重金属、生物毒素、微生物等800余项检测项目的检测。

根据海关数据，2012年我国榨菜出口量为4.82万吨，较2011年增长3.9%，出口金额约为4500万美元。

资料来源：海关 博思数据数据中心整理

## 第二节 2013年全球主要国家榨菜行业市场概况 8

### 一、欧洲地区 8

### 二、北美地区 9

### 三、亚洲地区 10

## 第三节 2014-2019年全球榨菜行业市场趋势预测 11

## 第三章 中国榨菜行业发展环境分析 12

### 第一节 国内榨菜经济环境分析 12

#### 一、GDP历史变动轨迹分析 12

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 19

#### 三、2014年中国榨菜经济发展预测分析 21

### 第二节 中国榨菜行业政策环境分析 23

## 第四章 中国榨菜行业市场发展分析 29

### 第一节 2011-2013年中国榨菜市场分析 29

#### 一、2012年榨菜市场形势回顾 29

#### 二、2013年榨菜市场形势分析 31

### 第二节 中国榨菜行业市场产品价格走势分析 32

- 一、中国榨菜行业市场价格影响因素分析 32
- 二、2011-2013年中国榨菜行业市场价格走势分析 33
- 第三节 中国榨菜行业市场发展的主要策略 34
  - 一、发展国内榨菜业的相关建议与对策 34
  - 二、中国榨菜产业的发展建议 34

## 第五章 中国榨菜行业市场供需分析 37

- 第一节 榨菜行业市场现状分析及预测 37
  - 一、2009-2013年我国榨菜行业总产值分析 37

数据来源：蔬菜行业协会

- 二、2014-2019年我国榨菜行业总产值预测 37
- 第二节 榨菜产品产量分析及预测 38
  - 一、2009-2012年我国榨菜行业产量分析 38

酱腌菜行业鱼龙混杂，大部分是小作坊式的小企业，而这类企业在国家的历次检查中食品安全问题频发。从现在的发展趋势来看，一方面，随着消费者健康、安全意识的提高，对于无品牌、小企业生产的产品选型性逐渐降低，另一方面，政府也在逐渐加大整治力度，规范企业质量规则，清理不合格小企业。随着行业的不断被净化，内部不断被整合，市场份额将逐渐向龙头企业集中。

2012年我国榨菜行业市场产量达到92万吨，同比2011年100万吨下降8%。近几年我国榨菜行业产量情况如下图所示： 数据来源：蔬菜行业协会

- 二、2014-2019年我国榨菜行业产量预测 38
- 第三节 榨菜市场需求分析及预测 39
  - 一、2009-2012年我国榨菜行业市场需求分析 39
  - 二、2014-2019年我国榨菜行业市场需求预测 40



## 第六章 2010-2013年中国榨菜行业生产数据分析 42

### 第一节 2010-2013年中国榨菜行业总体数据分析 42

#### 一、2010年中国榨菜行业全部企业数据分析 42

#### 二、2011年中国榨菜行业全部企业数据分析 44

#### 三、2013年中国榨菜行业全部企业数据分析 45

### 第二节 2010-2013年中国榨菜行业不同规模企业数据分析 47

#### 一、2010年中国榨菜行业不同规模企业数据分析 47

#### 二、2011年中国榨菜行业不同规模企业数据分析 48

#### 三、2013年中国榨菜行业不同规模企业数据分析 48

### 第三节 2010-2013年中国榨菜行业不同所有制企业数据分析 48

#### 一、2010年中国榨菜行业不同所有制企业数据分析 48

#### 二、2011年中国榨菜行业不同所有制企业数据分析 49

#### 三、2013年中国榨菜行业不同所有制企业数据分析 49

## 第七章 中国榨菜市场竞争格局透析 51

### 第一节 中国榨菜行业竞争现状 51

#### 一、同行企业间竞争分析 51

#### 二、榨菜产品竞争分析 52

#### 三、营销方式竞争分析 52

### 第二节 中国榨菜行业集中度分析 53

#### 一、市场集中度分析 53

目前榨菜行业集中度不高，行业内比较有影响的品牌有乌江、铜钱桥、鱼泉、辣妹子、国泰、斜桥、备得福、红山等。涪陵榨菜市场占有率第一约15%，2005年约12%，2005-2012年涪陵榨菜市占率稳步提升。除涪陵榨菜外，其他品牌规模较小，市占率不高，第二名铜钱桥销售份额为4.7%，第三和第四名企业市占率均不到3%，2012年CR5为27.3%，行业集中度在稳步提升。

资料来源：博思数据数据中心整理

#### 二、生产企业的集中分布 54

榨菜的原材料主要是青菜头，由于我国青菜头产地具有明显的区域性特征，主要集中在重

庆和浙江地区，两地集中了84%的种植面积，因而榨菜供应方面存在明显的区域性特征。2007年重庆和浙江地区榨菜产量占整个行业产量的80%左右。浙江地区由于其他产业发展较快，因此对应的青菜头种植面积在不断减少。而重庆更重视农业及农副产品的发展，青菜头的种植面积在稳步上升中。

资料来源：博思数据数据中心整理

尽管我国地域宽广、民族较多，人们的饮食习惯存在着一定的差异，产品品种及产品风味需求也存在着一定差异，但榨菜作为酱腌菜主要子品类在每个家庭的餐桌上属于常见食品，由于其品类、口味众多，满足了各地不同口味的需求，长期以来深受各地消费者的喜爱。

### 第三节 中国榨菜行业竞争中存的问题 55

### 第四节 2014-2019年中国榨菜行业竞争趋势分析 55

## 第八章 中国榨菜行业优势生产企业竞争力及关键性数据分析 57

### 第一节 重庆市涪陵榨菜（集团）有限公司（002507） 57

#### 一、企业概况 57

#### 二、企业主要经济指标分析 58

#### 三、企业盈利能力分析 60

#### 四、企业偿债能力分析 61

#### 五、企业运营能力分析 61

#### 六、企业成长能力分析 62

### 第二节 河北保定槐茂有限公司 62

#### 一、企业概况 62

#### 二、企业主要经济指标分析 63

#### 三、企业盈利能力分析 64

#### 四、企业偿债能力分析 64

#### 五、企业运营能力分析 65

#### 六、企业成长能力分析 65

### 第三节 北京六必居食品有限公司 66

#### 一、企业概况 66

二、企业主要经济指标分析 66

三、企业盈利能力分析 67

四、企业偿债能力分析 67

五、企业运营能力分析 68

六、企业成长能力分析 68

第四节 重庆市万州鱼泉榨菜（集团）有限公司 69

一、企业概况 69

二、企业主要经济指标分析 70

三、企业盈利能力分析 71

四、企业偿债能力分析 71

五、企业运营能力分析 72

六、企业成长能力分析 72

第五节 重庆市翔泰食品有限公司 72

一、企业概况 72

二、企业主要经济指标分析 73

三、企业盈利能力分析 74

四、企业偿债能力分析 74

五、企业运营能力分析 75

六、企业成长能力分析 75

第六节 余姚市国泰实业有限公司 75

一、企业概况 75

二、企业主要经济指标分析 76

三、企业盈利能力分析 77

四、企业偿债能力分析 77

五、企业运营能力分析 78

六、企业成长能力分析 78

第七节 宁波铜钱桥食品菜业有限公司 78

一、企业概况 78

二、企业主要经济指标分析 80

三、企业盈利能力分析 80

四、企业偿债能力分析 81

五、企业运营能力分析 81

## 六、企业成长能力分析 81

### 第八节 福建省红太阳精品有限公司 82

#### 一、企业概况 82

#### 二、企业主要经济指标分析 83

#### 三、企业盈利能力分析 83

#### 四、企业偿债能力分析 84

#### 五、企业运营能力分析 84

#### 六、企业成长能力分析 84

### 第九节 四川省射洪县利群榨菜厂 85

#### 一、企业概况 85

#### 二、企业主要经济指标分析 85

#### 三、企业盈利能力分析 86

#### 四、企业偿债能力分析 86

#### 五、企业运营能力分析 87

#### 六、企业成长能力分析 87

### 第十节 沈阳市三盛园酱菜厂 87

#### 一、企业概况 87

#### 二、企业主要经济指标分析 87

#### 三、企业盈利能力分析 88

#### 四、企业偿债能力分析 88

#### 五、企业运营能力分析 89

#### 六、企业成长能力分析 89

## 第九章 2014-2019年中国榨菜行业发展趋势与前景展望 90

### 第一节 2014-2019年中国榨菜行业发展前景分析 90

### 第二节 2014-2019年中国榨菜行业发展趋势分析 91

#### 一、榨菜产业发展趋势分析 91

#### 二、榨菜市场供需及价格发展趋势分析 92

#### 三、榨菜产品自身发展趋势分析 93

### 第三节 2014-2019年中国榨菜行业市场预测分析 93

#### 一、榨菜行业市场供给预测分析 93

#### 二、榨菜行业市场销量预测分析 94

## 第四节 2014-2019年中国榨菜市场盈利预测分析 94

## 第十章 2014-2019年中国榨菜行业投资分析 96

### 第一节 行业投资机会分析 96

#### 一、投资领域 96

#### 二、主要项目 96

### 第二节 行业投资风险分析 98

#### 一、市场风险 98

#### 二、经营风险 99

#### 三、竞争风险 99

目前国内榨菜的主要渠道仍然是餐饮、商超、零售等销售终端，短时间内这种格局不会发生根本性的变化。未来行业势必面临来自主要行业内部企业之间的激烈竞争。

随着国民消费水平的提高，消费结构、消费方式的转变，人们更加关注食品的质量、安全、营养等。信赖名牌，消费名牌产品，已是一种趋势和必然。随着市场竞争加剧，行业集中度提高，行业内规模以上企业通过多年的经营已经建立了牢固的品牌优势，取得了较高的市场认知度。目前榨菜行业知名品牌有“乌江”、“铜钱桥”、“备得福”、“鱼泉”和“辣妹子”等。塑造一个知名品牌，既要投入大量广告费用，也需要长时间的积累，新进企业在短时间内与具有品牌优势的企业竞争将越来越激烈。

随着国民经济水平的提高，人们对消费品的营养、健康、安全、卫生等方面愈加重视。同时，《中华人民共和国食品安全法》、《国务院关于加强食品等产品质量监督管理的特别规定》等法律法规的相继出台，也为榨菜行业产品质量提出了更高的要求。另外，由于区域性生活习惯的差异，人们对榨菜口味亦有多样化需求，使得榨菜加工企业在提高产品质量的同时还要研发出新的产品，以满足终端消费市场的不同需求。新进小规模榨菜生产企业，由于未掌握改善产品质量的先进生产设备和设施的设计参数，缺少高素质、高水平的研发人才，其生产的榨菜产品质量在市场竞争中会造成一定风险。

#### 四、其他风险. 100

### 第三节 博思数据投资建议 100

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：2008-2013年我国榨菜产量统计：万吨

图表：2008-2013年我国榨菜进口量统计：万吨

图表：2008-2013年我国榨菜出口量统计：万吨

图表：2008-2013年我国榨菜消费量统计：万吨

图表：2013年我国榨菜行业产能分布格局

图表：2013年我国榨菜行业产量分布格局

图表：2008-2013年我国榨菜消费市场规模：亿元

图表：2010年我国榨菜进出口数量分析

图表：2010年我国榨菜进出口金额分析

图表：2010年我国榨菜进出口价格对比

图表：2011年我国榨菜进出口数量分析

图表：2011年我国榨菜进出口金额分析

图表：2011年我国榨菜进出口价格对比

图表：2012年我国榨菜进出口数量分析

图表：2012年我国榨菜进出口金额分析

图表：2012年我国榨菜进出口价格对比

图表：2013年我国榨菜进出口数量分析

图表：2013年我国榨菜进出口金额分析

图表：2013年我国榨菜进出口价格对比

图表：2013年我国榨菜进出口国家分布图

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1404/728029A55O.html>