

2018-2023年中国味精市场 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

《2018-2023年中国味精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/report/831984MI9E.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】2018-01-05

【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《2018-2023年中国味精市场分析与投资前景研究报告》介绍了味精行业相关概述、中国味精产业运行环境、分析了中国味精行业的现状、中国味精行业竞争格局、对中国味精行业做了重点企业经营状况分析及中国味精产业发展前景与投资预测。您若想对味精产业有个系统的了解或者想投资味精行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

味精是调味料的一种，主要成分为谷氨酸钠。味精的主要作用是增加食品的鲜味，在中国菜里用的最多，也可用于汤和调味汁。味精是指以粮食为原料经发酵提纯的谷氨酸钠结晶。我国自1965年以来已全部采用糖质或淀粉原料生产谷氨酸，然后经等电点结晶沉淀、离子交换或锌盐法精制等方法提取谷氨酸，再经脱色、脱铁、蒸发、结晶等工序制成谷氨酸钠结晶。

全球味精生产能力为465万吨，主要分布于亚洲、美洲、欧洲，产量分别为439万吨、19万吨、7万吨，其中亚洲地区产能占全球的94%，中国产能占全球的73%。全球产能排名前三位为：阜丰120万吨、梅花70万吨、味之素67万吨，占全球产能的55%，从产能分布观察，奠定味精行业集中度水平。全球味精行业落后产能逐渐淘汰，供应与消费已相对稳定，行业融合基本完成。我国味精生产自20世纪80年代开始，进入高速发展阶段，2001年至2013年中国需求量年均复合增长（CAGR）7%。在此10年当中，味精生产企业如雨后春笋一般遍布大江南北，广州、福建、浙江、上海、山东、河南、河北、辽宁、黑龙江等地，大小味精生产企业约40余家。味精地方品牌数不胜数，全国性知名品牌只有广州双桥、沈阳红梅、河南莲花三足鼎立。由于产能扩张速度大于市场需求增长速度，味精市场产能过剩现象严重，故从2003年至今，味精行业先后经历了三轮的行业整合。饮食结构变化带来调味品渗透率的提升和单次用量的增加，使得行业收入规模不断增长；同时收入水平的提升推动调味品产品结构持续升级，是行业收入和盈利能力持续提升的主要动力。中国味精每年1/6的产量用于出口贸易，近几年我国味精对外贸易存在最大的威胁是全球对中国产品的贸易壁垒不断增大，欧盟、美国、印尼等相继发起对中国味精出口的反倾销调查，严重影响中国味精出口方向和出口数量。

我国味精行业产量和市场份额向优势企业和少数省份集中，资产管理费用将改变行业和市场布局，资产并购或重组为优化行业资源创造条件，同时也加速行业的整合，提高了行业的集中度。味精产品从居民消费品向工业消耗品方向转化，味精企业行业集中提高之后，味精生产企业需要进一步拼产能、拼资金、拼技术、拼管理，以取得成本优势，并利用其垄断地位，借助资本运作，操纵市场价格，以提高利润率。

报告目录：

第一章 味精行业相关基础概述及研究机构

1.1 味精产品概述

1.1.1 味精的界定

1.1.2 味精产品特色

1.2 味精行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 味精行业研究机构

1.3.1 味精行业介绍

1.3.2 味精行业研究优势

1.3.3 味精行业研究范围

第二章 2014-2016年中国味精行业市场发展环境分析

2.1 中国味精行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、调味品工业发展现状分析

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国味精行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

- 1、《食品安全法》
- 2、ISO9001质量管理体系
- 3、《食品安全法实施条例》
- 4、《食品生产许可管理办法》
- 5、《食品添加剂卫生管理办法》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国味精行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口规模分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、绿色健康消费观念趋势

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国味精行业技术环境分析

2.4.1 味精生产技术分析

- 1、味精生产工艺分析
- 2、味精现代化生产工艺

2.4.2 行业主要技术发展趋势

2.4.3 技术环境对行业的影响

第三章 中国味精行业上、下游产业链分析

3.1 味精行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 味精行业产业链

3.2 味精行业上游-玉米种植产业发展分析

3.2.1 玉米种植产业发展现状

3.2.2 玉米种植产业供给分析

3.2.3 玉米供给价格分析

3.2.4 玉米供给区域分布

3.3 味精行业下游-经销商情况分析

- 3.3.1 味精经销商发展现状
- 3.3.2 味精经销商规模情况
- 3.3.3 味精经销商区域分布
- 3.4 味精行业终端消费者消费情况分析
 - 3.4.1 中国人均味精消费情况
 - 3.4.2 味精消费者地域分布情况
 - 3.4.3 健康绿色消费观念下的味精消费市场
 - 3.4.4 味精消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际味精行业市场发展分析

- 4.1 2014-2016年国际味精行业发展现状
 - 4.1.1 国际味精行业发展现状
 - 4.1.2 国际味精行业发展规模
 - 4.1.3 国际味精主要技术水平
- 4.2 2014-2016年国际味精市场需求研究
 - 4.2.1 国际味精市场需求特点
 - 4.2.2 国际味精市场需求结构
 - 4.2.3 国际味精市场需求规模
- 4.3 2014-2016年国际区域味精行业研究
 - 4.3.1 欧洲市场
 - 4.3.2 美国市场
 - 4.3.3 日韩市场
- 4.4 2018-2024年国际味精行业发展展望
 - 4.4.1 国际味精行业发展趋势
 - 4.4.2 国际味精行业规模预测
 - 4.4.3 国际味精行业发展机会

第五章 2014-2016年中国味精行业发展概述

- 5.1 中国味精行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国味精行业发展阶段
 - 5.1.2 中国味精行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国味精行业发展特点分析

- 1、低层次竞争，没有协同意识
- 2、行业整合成长，集中度提升
- 3、行业供给侧改革初见成效
- 5.2 2014-2016年味精行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国味精行业发展热点
 - 5.2.2 2014-2016年中国味精行业发展现状
 - 5.2.3 2014-2016年中国味精企业发展分析
- 5.3 味精行业替代品及互补产品分析
 - 5.3.1 味精行业替代品分析
 - 1、替代品种类
 - 2、主要替代品对味精行业的影响
 - 3、替代品发展趋势分析
 - 5.3.2 味精行业互补产品分析
 - 1、行业互补产品种类
 - 2、主要互补产品对味精行业的影响
 - 3、互补产品发展趋势分析
- 5.4 味精行业渠道与行业品牌分析
 - 5.4.1 味精行业渠道分析
 - 1、渠道形式
 - 2、渠道要素对比
 - 3、各区域主要代理商情况
 - 5.4.2 味精行业品牌分析
 - 1、品牌数量分析
 - 2、品牌推广方式分析
 - 3、品牌美誉度分析
 - 4、品牌的选择情况
- 5.5 中国味精行业发展问题及对策建议
 - 5.5.1 中国味精行业发展制约因素
 - 5.5.2 中国味精行业存在问题分析
 - 1、行业产能过剩
 - 2、高成本低效益
 - 3、生产污染严重

5.5.3 中国味精行业发展对策建议

第六章 中国味精行业运行指标分析及预测

6.1 中国味精行业企业数量分析

6.1.1 2014-2016年中国味精行业企业数量情况

6.1.2 2014-2016年中国味精行业企业竞争结构

6.2 2014-2016年中国味精行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国味精行业市场规模分析及预测

6.3.1 2014-2016年中国味精行业市场规模分析

6.3.2 2018-2024年中国味精行业市场规模预测

6.4 2014-2016年中国味精区域市场规模分析

6.4.1 东北地区市场规模分析

6.4.2 华北地区市场规模分析

6.4.3 华东地区市场规模分析

6.4.4 华中地区市场规模分析

6.4.5 华南地区市场规模分析

6.4.6 西部地区市场规模分析

6.5 中国味精行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国味精行业市场供给分析

1、2014-2016年中国味精行业供给规模分析

2、2018-2024年中国味精行业供给规模预测

6.5.2 中国味精行业市场需求分析

1、2014-2016年中国味精行业需求规模分析

2、2018-2024年中国味精行业需求规模预测

6.6 2014-2016年中国味精行业产品价格分析

6.6.1 2014-2016年中国味精行业产品价格回顾

6.6.2 2014-2016年中国味精产品当前市场价格统计分析

6.6.3 2014-2016年中国味精产品价格影响因素分析

6.6.4 2018-2024年中国味精产品价格预测

6.7 味精行业进出口分析

6.7.1 出口分析

- 1、2014-2016年味精出口总况分析
- 2、2014-2016年味精出口量及增长情况
- 3、2014-2016年味精细分行业出口情况
- 4、出口流向结构
- 5、出口产品品牌分析
- 6、主要出口企业分析
- 7、出口价格特征分析

6.7.2 进口分析

- 1、2014-2016年味精进口总况分析
- 2、2014-2016年味精进口量及增长情况
- 3、2014-2016年味精细分行业进口情况
- 4、国家进口结构
- 5、进口产品结构

第七章 中国互联网+味精行业发展现状及前景

7.1 互联网给味精行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代味精行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给味精行业带来的突破机遇分析

7.1.3 互联网给味精行业带来的挑战分析

7.1.4 互联网+味精行业渠道形势变革分析

7.1.5 互联网+味精行业营销模式变革分析

7.2 中国互联网+味精行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+味精行业投资布局分析

- 1、中国互联网+味精行业投资切入方式
- 2、中国互联网+味精行业投资规模分析
- 3、中国互联网+味精行业投资业务布局

7.2.2 味精行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+味精行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+味精行业竞争格局分析

- 1、中国互联网+味精行业参与者结构
- 2、中国互联网+味精行业竞争者类型
- 3、中国互联网+味精行业市场占有率

7.2.5 中国味精垂直电商平台分析

- 1、天猫商城
- 2、淘宝商城
- 3、京东商城
- 4、苏宁易购
- 5、亚马逊

7.2.6 中国味精企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+味精行业市场趋势预测分析

- 7.3.1 中国互联网+味精行业市场增长动力分析
- 7.3.2 中国互联网+味精行业市场发展瓶颈剖析
- 7.3.3 中国互联网+味精行业市场发展趋势分析

第八章 中国味精行业消费市场运营状况分析

8.1 味精市场消费需求分析

- 8.1.1 味精市场的消费需求变化
- 8.1.2 味精行业的需求情况分析
- 8.1.3 味精品牌市场消费需求分析

8.2 味精消费市场状况分析

- 8.2.1 味精行业消费特点
- 8.2.2 味精行业消费结构分析
- 8.2.3 味精行业消费的市场变化
- 8.2.4 味精市场的消费方向

8.3 味精行业产品的品牌市场运营状况分析

- 8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 8.3.4 味精行业品牌忠诚度调查
- 8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国味精行业市场竞争格局分析

9.1 中国味精行业竞争格局分析

9.1.1 味精行业区域分布格局

9.1.2 味精行业企业规模格局

9.1.3 味精行业企业性质格局

9.1.4 味精国际竞争格局分析

1、国际味精品牌格局

2、国际味精区域格局

3、国际味精市场集中度分析

4、中国味精市场国产品牌占比分析

9.2 中国味精行业竞争五力分析

9.2.1 味精行业上游议价能力

9.2.2 味精行业下游议价能力

9.2.3 味精行业新进入者威胁

9.2.4 味精行业替代产品威胁

9.2.5 味精行业现有企业竞争

9.3 中国味精行业竞争SWOT分析

9.3.1 味精行业优势分析（S）

9.3.2 味精行业劣势分析（W）

9.3.3 味精行业机会分析（O）

9.3.4 味精行业威胁分析（T）

9.4 中国味精行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国味精行业竞争策略建议

第十章 中国味精行业领先企业竞争力分析

10.1 河南莲花健康产业股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.1.6 企业投资前景分析
- 10.2 梅花生物科技集团股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业投资前景分析
- 10.3 山东阜丰发酵有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业投资前景分析
- 10.4 沈阳红梅食品有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业投资前景分析
- 10.5 上海太太乐食品有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业投资前景分析
- 10.6 山东齐鲁生物科技集团有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况

- 10.6.2 企业主要产品分析
- 10.6.3 企业竞争优势分析
- 10.6.4 企业经营状况分析
- 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.6.6 企业投资前景分析
- 10.7 菱花集团有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业投资前景分析
- 10.8 重庆飞亚实业有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业投资前景分析
- 10.9 加加食品集团股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业投资前景分析
- 10.10 福建省建阳武夷味精有限公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主要产品分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析
 - 10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业投资前景分析

第十一章 2018-2024年中国味精行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2018-2024年中国味精行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国味精行业市场空间分析

11.1.2 中国味精行业竞争格局变化

11.1.3 中国味精行业互联网+前景

11.2 2018-2024年中国味精行业发展趋势分析

11.2.1 中国味精行业品牌格局趋势

11.2.2 中国味精行业渠道分布趋势

11.2.3 中国味精行业市场趋势分析

11.3 2018-2024年中国味精行业投资机会与建议

11.3.1 中国味精行业行业前景调研展望

11.3.2 中国味精行业投资机会分析

11.3.3 中国味精行业投资建议

第十二章 2018-2024年中国味精行业投资分析与风险规避

12.1 中国味精行业关键成功要素分析

12.2 中国味精行业投资壁垒分析

12.3 中国味精行业投资前景与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国味精行业融资渠道与策略

12.4.1 味精行业融资渠道分析

12.4.2 味精行业融资策略分析

第十三章 2018-2024年中国味精行业盈利模式与投资规划建设规划分析

13.1 国外味精行业投资现状及经营模式分析

- 13.1.1 境外味精行业成长情况调查
- 13.1.2 经营模式借鉴
- 13.1.3 国外投资新趋势动向
- 13.2 中国味精行业商业模式探讨
 - 13.2.1 行业主要商业模式分析
 - 13.2.2 味精行业商业模式创新分析
- 13.3 中国味精行业投资投资前景规划
 - 13.3.1 战略优势分析
 - 13.3.2 战略机遇分析
 - 13.3.3 战略规划目标
 - 13.3.4 战略措施分析
- 13.4 最优投资路径设计
 - 13.4.1 投资对象
 - 13.4.2 投资模式
 - 13.4.3 预期财务状况分析
 - 13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

- 14.1 研究结论
- 14.2 味精行业投资可行性评估
- 14.3 建议
 - 14.3.1 行业投资策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：味精行业特点
- 图表：味精行业生命周期
- 图表：味精行业产业链分析
- 图表：中国GDP增长情况
- 图表：中国CPI增长情况
- 图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度
图表：中国城镇居民可支配收入情况
图表：中国调味品工业产值分析
图表：中国味精品牌排行榜
图表：中国味精行业外资品牌市场占有率分析
图表：中国味精产品市场渗透率分析
图表：中国味精国产品牌市场占有率分析
图表：国际味精区域市场分布情况
图表：中国味精各个渠道销售占比分析
图表：中国味精行业互联网渠道占比分析
图表：中国味精行业盈利能力分析
图表：中国味精行业运营能力分析
图表：中国味精行业偿债能力分析
图表：中国味精行业发展能力分析
图表：中国味精行业经营效益分析
图表：2018-2024年中国味精行业产能预测
图表：2018-2024年中国味精行业消费量预测
图表：2018-2024年中国味精市场价格走势预测
图表：2018-2024年中国味精行业发展趋势预测
图表：区域投资前景规划

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/831984MI9E.html>