

2018-2024年中国食用盐行业市场调研与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国食用盐行业市场调研与发展前景研究报告》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.abaogao.com/b/diaoweipin/559165DPWW.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

新中国成立以来，国家对盐业实行严格管制。在特定的历史时期，我国食盐专营制度在确保我国食盐生产安全等方面发挥了重要作用。然而，随着我国市场经济的发展，我国现行盐业管理体制所产生的弊端也日渐凸显：市场化程度低；生产企业生产积极性低；产销整合举步维艰；过度专营、效率低下。合理推进我国盐业管理体制改革愈加迫切。我国的盐改从2001年开始讨论，直至2014年，仍由于各种因素，未能完全开展。

中国食盐专营体制资料来源：公开资料整理

2016年我国食盐行业产量约955万吨，同比2015年的968万吨下降1.34%，近几年我国食盐行业产量如下图所示：

2010-2016年中国食用盐行业产量情况

本食用盐行业市场调研与发展前景研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国食用盐行业市场调研与发展前景研究报告是2017-2018年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国食用盐行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国食用盐行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国食用盐行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 市场发展现状 1

第一章 全球食用盐行业发展分析 1

第一节 全球食用盐行业发展轨迹综述 1

一、全球食用盐行业发展历程	1
二、全球食用盐行业发展面临的问题	1
二、全球食用盐行业技术发展现状及趋势	2
第二节 全球食用盐行业市场情况	5
一、2015年全球食用盐产业发展分析	5
二、2015年全球食用盐产业发展分析	7
三、2016年全球食用盐产业发展分析	8
三、2016年全球食用盐行业研发动态	11
四、2016年全球食用盐行业挑战与机会	12
第三节 部分国家地区食用盐行业发展状况	13
一、2012-2016年美国食用盐行业发展分析	13
二、2012-2016年欧洲食用盐行业发展分析	19
三、2012-2016年日本食用盐行业发展分析	21
四、2012-2016年韩国食用盐行业发展分析	23

第二章 我国食盐行业发展现状 25

第一节 中国食用盐行业发展概述 25

一、中国食用盐行业发展历程 25

目前，我国食用盐的生产、分配、调运、销售等环节都执行国家指令性计划，国家发改委是我国盐业行政主管部门，中国盐业总公司受其委托主管食盐的生产、分配、调运、销售和价格等。

食盐指令性计划管理是指，国家发改委下达食盐年度分配调拨计划，中国盐业总公司组织实施，要求省、自治区、直辖市和市县级盐业公司必须严格执行，具有命令的性质。食盐指令性计划具有以下特点：、法定性。《食盐专营办法》等法律法规都明确规定食盐的生产、分配调拨都实行指令性计划管理。《食盐专营许可证管理办法》第十三条规定“食盐定点生产企业在生产经营中违反计划管理规定的，国家发改应当给予处罚，情节严重者，可以取消定点资格”。、限制性。食盐年度生产和销售计划一经下达，各级盐业公司不得擅自变更，除非却有必要，必须逐级上报，并说明情况，才可调整。、许可性。食盐生产许可证由省级盐务局颁发，是制盐企业生产食盐的权利凭证，食盐生产计划是对制盐企业生产食盐的行为能力的确认。

中盐总公司隶属国资委，其行政主管部门是国家发改委，省、市、县盐务局和盐业公司与中盐总公司大多没有直接隶属关系，在这种情况下只有通过刚性的指令性计划才能维系全国食

盐产、运、销各环节的有序运行，避免恶性竞争，促进食盐产、销协调发展。食盐指令性计划包括生产计划和分配调拨计划，在目前食盐产大于销的形势下，对生产计划来说，是一个高限指标，生产企业不能突破；对分配调拨计划来说，是一个低限指标，各经营企业必须完成。食盐计划的编制、审批程序是先由下而上，再由上而下，即各省级（含计划单列市）盐业、计划行政主管部门分别逐级编制本辖区内的年度食盐生产、购销计划，统一汇总，分别上报中盐总公司、计划行政主管部门，经两方综合平衡后，再分别下达省级（含计划单列市）盐业、计划行政主管部门，由其逐级双向分配，最终落实到各生产和批发企业。

专营许可制度

食盐专营许可制度是指盐业行政主管部门根据公民、法人或其他组织的申请，通过颁发许可证或其他形式，依法赋予特定的公民、法人或其他组织从事食盐生产、经营、运输的权利和资格的具体行政行为。食盐专营许可是排他性的特别许可，包括食盐生产许可、食盐批发许可、食盐运输许可、食盐零售许可，通过对食盐生产、运输、批发、零售主体的控制，确保食盐专营管理目标的实现。

定点生产制度

从食盐的生产来看，国务院和盐业行政主管部门规定食盐生产实行定点生产制度。如：《食盐专营办法》第条规定“国家对食盐实行定点生产制度，非食盐定点生产企业不得生产食盐。”第条规定“省、自治区、直辖市人民政府盐业主管机构根据食盐资源状况和国家核定的食盐产量，按照合理布局、保证质量的要求，确定食盐定点生产企业。”从制度设计上看，实行食盐生产许可证制度是必要的。出于食盐消费无弹性、国家指令性价格高于其他盐种价格的现实，通过颁发定点生产许可证，可以统筹安排，严格控制食盐的生产规模，防止一哄而上、争相生产、产销失衡，使食盐生产与市场需求相适应，保证食盐生产企业规模效益（垄断产生的利润）和食盐质量，把好食盐专营第一关。为了严格食盐生产企业市场准入标准，国家盐业主管部门制定《食盐定点生产企业质量管理技术规范》，并将达标与否作为核发生产许可证的前置条件之一。

1、食盐行业现有政策和制度框架

1996年国务院颁布了《食盐专营办法》，我国的食盐严格执行专营制度，从生产、运输到批发环节，都由县级以上政府的盐业管理部门统一管理。推行食盐专营制度一个重要的原因是我国为外环境严重碘缺乏的国家，食盐加碘消除碘缺乏病工作是政府的一项长期公益性任务。

我国食盐计划体制的基本五步 步骤 简介 第一步 国家发改委向省市自治区下达编制下一年度国民经济和社会发展规划草案的通知，其中包括食盐计划。 第二步 各省市自治区盐务管理部门和盐业公司负责提出本地方的需求量，产省份提出食盐的可供量。 第三步 国家发

改委委托中盐总公司对各省市区上报的计划草案进行平衡和协调，提出全国年度食盐调拨计划建议草案。 第四步 上述草案上报国家发改委审批下达，由国家发改委向各省市区盐务管理部门、盐业公司和中国盐业总公司下达年度食盐分配调拨指标计划和食盐干线运输计划。 第五步 各食盐定点企业按照计划生产，各级盐业公司按计划收购、调运和销售。 资料来源：公开资料整理

我国的食盐专营制度主要体现在计划环节，格局为：在某一地理范围内（通常按照行政省区划分），生产由政府特许的少数几家生产企业按政府下达的计划进行，销售则只由政府指定的唯一一家经销商（盐业公司）来执行，生产商只能把产品按照政府确认的价格卖给政府指定的经销商，而不能直接在市场上销售。

盐业专营体制下的管理机构职能	序号	名称	原管理部门	备注
1 食盐准运许可	1	省级人民政府盐业主管机构	2013.1.1起工信部停止签发食盐准运证，运输食盐使用各地盐业主管部门印制的加盖地方盐业主管部门印章的食盐准运证	
2 食盐批发许可证	2	发改委（国务院盐业主管机构）	可能下放审批权到省级盐业主管机构	
3 定点生产企业许可证	3	发改委（国务院盐业主管机构）	13年已下放审批权到省级盐业主管机构	
4 定价审批权	4	发改委（国务院盐业主管机构）	可能下放到省级盐业主管机构	
5 指令性生产计划	5	发改委（国务院盐业主管机构）	可能下放到省级盐业主管机构	
6 新建制盐项目核准	6	省级盐业行政主管部门审查、省级人民政府批准	有可能上移至国务院相关部门	

资料来源：公开资料整理

2、制度放开有利于提高盐业运营效率

“十二五”规划中提到了铁路和盐业的体制改革，随着铁路系统政企和政资的分离，按照“十二五”规划，盐业体制改革必须解决。十八届三中全会的重点之一深化国有企业改革，其方案中提到的纯公益类企业也包括粮盐国企，改革的呼声越来越强烈。

国内盐业制度改革进程

时间	政策变动
1996年	国务院颁布了《食盐专营办法》这一行政法规，实行严格专营
2002年	经贸委被撤销，盐政管理职能转移到国家发改委。
2002年	原经贸委下发《关于盐业管理职能有关问题的通知》，旨在政企分开，建立现代企业制度，但遭遇波折搁浅。
2004年	广东省就撤销了食盐专卖局，两年后又恢复。
2005年	在《深化经济体制改革意见》中首次写入盐业改革。
2006年	十一五规划中将盐业体制改革放在重要位置。
2009年	发改委体改司制定《关于推进盐业体制改革的若干意见（征求意见稿）》，但却陷入僵局
2010年	28家制盐企业签署《全国部分大中型制盐企业对盐业体制改革的建议》，由中盐协会向国家发改委、工信部等相关部委转交，但无实质进展。
2010年	发改委牵头制订的盐业体制改革方案大体框架完成，但受既得利益者多方阻挠，再次

搁浅 2011年 日本地震引起短时期抢盐现象，工信部随即表示食盐生产和供应有充分保障，盐业总公司启动应急机制，专营改革再次被推向风口浪尖。 2011年 十二五改革将盐业制度改革放在重要位置。 2013年 工信部停止签发食盐准运证，运输权下放给省、市、自治区地方政府。 2013年 对国务院第197号令《食盐专营办法》修正，将食盐定点生产企业审批权从国务院下放至各省、市、自治区。 2013年 十八届三中全会再次提到粮盐等国企改革。 2014年 废止《食盐专营许可证管理办法》（2006年4月28日国家发展和改革委员会令第45号发布）。 资料来源：公开资料整理

食盐出厂价近年来没有什么变化，但从工厂到市场终端价在格提高了近十倍，批发销售环节的盐业公司享有巨大的垄断利润。

上海市现行食盐（代表品）零售价格表

品牌	商品名称	规格	单位	零售价（元）	零售价（元/吨）
中盐	加碘精制盐	400g	袋	1.1	2750
中盐	加碘日晒细盐	400g	袋	1.1	2750
中盐	无碘精制盐	500g	袋	1	2000
海星	莫顿清香即食盐（进口）	115g	袋	8.5	73913
海星	莫顿蒜香盐（进口）	130g	袋	8	61538
海星	莫顿炖肉烧烤盐（进口）	130g	袋	8.9	68462

资料来源：公开资料整理

综上，我国盐业专营制度急待改革。首先实现政企分开，放开各个环节的管制，取消对盐产品销售的行政许可及运输许可，让市场来调节食盐价格，由于我国盐产能过剩，在生产方面可以加强控制，通过一系列兼并重组组建几个规模化的，跨区域、跨所有制的产销一体化的大型盐业集团，形成政府监管下的寡头垄断竞争机制。初步假设了我国盐业在生产、批发、运输和销售四个方面的改革方向。

我国食盐行业现有格局及有可能的改革方向 生产 批发 运输 销售 实行定点生产许可制度，只有通过政府主管部门的审定才能取得食用盐定点生产资格，国家对食用盐生产实行指令性计划管理 经营食用盐批发业务，必须依法申请领取食用盐批发许可证。食盐批发许可证由各省、自治区、直辖市盐业主管部门审核发放。 食用盐托运或者自运的单位和个人，应当用各地盐业主管部门印制的加盖地方盐业主管部门印章的食盐准运证，方可承运食用盐运输业务。 食用盐销售调拨需凭国家对食用盐的分配调拨指令性计划，只能通过各省盐业公司经销。 由于我国盐产能过剩，在供给端进行控制是必要的，政府主管部门审批，形成几家符合各项标准的大型食盐生产企业，寡头垄断竞争，类似日本（四大盐业生产企业产量占比约为95%） 让生产企业进入流通领域，和各地盐业公司探讨合作模式。工信部直接将批发许可证发放给盐企或全国范围内的寡头垄断竞争的5-8个盐业集团。 各制盐企业加入竞争，或和寡头垄断的几个盐业集团共同组织运输。 打破垄断销售格局，食盐生产企业直接进入市场，

各盐厂与渠道掌控能力强的这几个盐业集团探讨合作模式或用自建品牌对外销售。 资料来源：
公开资料整理

盐业公司只需承担经营职能，管理职能则分别由质检、工商、食品药品监督等部门承担，从盐业公司剥离出来的盐务管理局则可承担相应的盐政管理工作。

二、中国食用盐行业发展面临问题	30
三、中国食用盐行业技术发展现状及趋势	32
第二节 我国食用盐行业发展状况	33
一、2016年中国食用盐行业发展回顾	33
二、2016年我国食用盐市场发展分析	36
第三节 2012-2016年中国食用盐行业供需分析	38
第四节 2016年食用盐行业产量分析	39
一、2016年我国食用盐产量分析	39
二、2018-2024年我国食用盐产量预测	39
第三章 中国食用盐行业区域市场分析	41
第一节 2016年华北地区食用盐行业分析	41
一、2012-2016年行业发展现状分析	41
二、2012-2016年市场规模情况分析	43
三、2018-2024年市场需求情况分析	44
四、2018-2024年行业发展前景预测	45
五、2018-2024年行业投资风险预测	45
第二节 2016年东北地区食用盐行业分析	46
一、2012-2016年行业发展现状分析	46
二、2012-2016年市场规模情况分析	48
三、2018-2024年市场需求情况分析	49
四、2018-2024年行业发展前景预测	50
五、2018-2024年行业投资风险预测	50
第三节 2016年华东地区食用盐行业分析	51
一、2012-2015年行业发展现状分析	51
二、2012-2016年市场规模情况分析	53

三、2018-2024年市场需求情况分析	54
四、2018-2024年行业发展前景预测	55
五、2018-2024年行业投资风险预测	55
第四节 2016年华南地区食用盐行业分析	55
一、2012-2016年行业发展现状分析	55
二、2012-2016年市场规模情况分析	58
三、2018-2024年市场需求情况分析	59
四、2018-2024年行业发展前景预测	59
五、2018-2024年行业投资风险预测	60
第五节 2016年华中地区食用盐行业分析	60
一、2012-2016年行业发展现状分析	60
二、2012-2016年市场规模情况分析	63
三、2018-2024年市场需求情况分析	64
四、2018-2024年行业发展前景预测	64
五、2018-2024年行业投资风险预测	65
第六节 2016年西南地区食用盐行业分析	65
一、2012-2016年行业发展现状分析	65
二、2012-2016年市场规模情况分析	68
三、2018-2024年市场需求情况分析	69
四、2018-2024年行业发展前景预测	69
五、2018-2024年行业投资风险预测	70
第七节 2016年西北地区食用盐行业分析	70
一、2012-2016年行业发展现状分析	70
二、2012-2016年市场规模情况分析	73
三、2018-2024年市场需求情况分析	74
四、2018-2024年行业发展前景预测	74
五、2018-2024年行业投资风险预测	75
第四章 食用盐行业投资与发展前景分析	76
第一节 2016年食用盐行业投资情况分析	76
一、2016年总体投资结构	76
二、2016年投资规模情况	76

三、2016年投资增速情况	77
四、2016年分地区投资分析	77
第二节 食用盐行业投资机会分析	78
一、食用盐投资项目分析	78
二、可以投资的食用盐模式	78
三、2016年食用盐投资机会	79
四、2016年食用盐投资新方向	80
第三节 食用盐行业发展前景分析	80
一、金融危机下食用盐市场的发展前景	80
二、2016年食用盐市场面临的发展商机	81
第二部分 市场竞争格局与形势	82
第五章 食用盐行业竞争格局分析	82
第一节 食用盐行业集中度分析	82
一、食用盐市场集中度分析	82
二、食用盐企业集中度分析	82
三、食用盐区域集中度分析	83
第二节 食用盐行业主要企业竞争力分析	84
一、重点企业资产总计对比分析	84
二、重点企业从业人员对比分析	84
三、重点企业全年营业收入对比分析	84
四、重点企业利润总额对比分析	85
五、重点企业综合竞争力对比分析	85
第三节 食用盐行业竞争格局分析	86
一、2016年食用盐行业竞争分析	86
二、2016年中外食用盐产品竞争分析	87
三、2012-2016年我国食用盐市场竞争分析	87
五、2018-2024年国内主要食用盐企业动向	87
第六章 2018-2024年中国食用盐行业发展形势分析	89
第一节 食用盐行业发展概况	89
一、食用盐行业发展特点分析	89

二、食用盐行业投资现状分析	93
三、食用盐行业总产值分析	100
四、食用盐行业技术发展分析	100
第二节 2012-2016年食用盐行业市场情况分析	101
一、食用盐行业市场发展分析	101
二、食用盐市场存在的问题	102
三、食用盐市场规模分析	103
第三节 2012-2016年食用盐产销状况分析	104
一、食用盐产量分析	104
二、食用盐产能分析	106
三、食用盐市场需求状况分析	107
第四节 产品发展趋势预测	108
一、产品发展新动态	108
二、技术新动态	110
三、产品发展趋势预测	110
第三部分 赢利水平与企业分析	111
第七章 中国食用盐行业整体运行指标分析	111
第一节 2016年中国食用盐行业总体规模分析	111
一、企业数量结构分析	111
二、行业生产规模分析	111
第二节 2016年中国食用盐行业产销分析	112
一、行业产成品情况总体分析	112
二、行业产品销售收入总体分析	112
第三节 2016年年中国食用盐行业财务指标总体分析	113
一、行业盈利能力分析	113
二、行业偿债能力分析	113
三、行业营运能力分析	114
四、行业发展能力分析	114
第四节 产销运存分析	115
一、2011-2016年食用盐行业产销情况	115
二、2011-2016年食用盐行业库存情况	115

三、2011-2016年食用盐行业资金周转情况 116

第五节 盈利水平分析 116

一、2011-2016年食用盐行业价格走势 116

二、2011-2016年食用盐行业营业收入情况 117

三、2011-2016年食用盐行业毛利率情况 117

四、2011-2016年食用盐行业赢利能力 118

五、2011-2016年食用盐行业赢利水平 118

六、2018-2024年食用盐行业赢利预测 119

第八章 食用盐行业盈利能力分析 120

第一节 2016年中国食用盐行业利润总额分析 120

一、利润总额分析 120

二、不同规模企业利润总额比较分析 120

三、不同所有制企业利润总额比较分析 121

第二节 2016年中国食用盐行业销售利润率 121

一、销售利润率分析 121

二、不同规模企业销售利润率比较分析 122

三、不同所有制企业销售利润率比较分析 122

第三节 2016年中国食用盐行业总资产利润率分析 122

一、总资产利润率分析 122

二、不同规模企业总资产利润率比较分析 123

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 123

第四节 2016年中国食用盐行业产值利税率分析 124

一、产值利税率分析 124

二、不同规模企业产值利税率比较分析 124

三、不同所有制企业产值利税率比较分析 125

第九章 食用盐重点企业发展分析 126

第一节 云南能源投资股份有限公司 126

一、企业产销规模分析 126

二、产品结构分析 127

三、产品价格分析 127

四、盈利能力以及利润率分析	128
五、生产布局与产能扩张	129
六、市场营销区域分析	129
七、主要客户分析	130
八、技术现状、趋势及革新能力分析	130
九、成长性分析	131
十、公司战略规划分析	131
第二节 中国盐业总公司	132
第三节 湖南省轻工盐业集团	135
第四节 成都云图控股股份有限公司	136
第五节 四川久大盐业(集团)公司	142
第六节 江苏井神盐化股份有限公司	144
第十章 食用盐行业投资策略分析	149
第一节 行业发展特征	149
一、行业的周期性	149
二、行业的区域性	149
三、行业的上下游	149
四、行业经营模式	150
第二节 行业投资形势分析	150
一、行业发展格局	150
二、行业进入壁垒	151
三、行业SWOT分析	151
四、行业五力模型分析	152
第三节 2016年食盐行业投资效益分析	153
第四节 2016年食盐行业投资策略研究	153
第十一章 2018-2024年食用盐行业投资风险预警	155
第一节 影响食用盐行业发展的主要因素	155
一、2016年影响食用盐行业运行的有利因素	155
二、2016年影响食用盐行业运行的稳定因素	156
三、2016年影响食用盐行业运行的不利因素	156

四、2016年我国食用盐行业发展面临的挑战	157
五、2016年我国食用盐行业发展面临的机遇	157
第二节 食用盐行业投资风险预警	159
一、2018-2024年食用盐行业市场风险预测	159
二、2018-2024年食用盐行业政策风险预测	159
三、2018-2024年食用盐行业经营风险预测	159
四、2018-2024年食用盐行业技术风险预测	159
五、2018-2024年食用盐行业竞争风险预测	160
六、2018-2024年食用盐行业其他风险预测	160
第四部分 业内专家发展趋势与规划建议	161
第十二章 2018-2024年食用盐行业发展趋势分析	161
第一节 2018-2024年中国食用盐市场趋势分析	161
一、2012-2016年我国食用盐市场趋势总结	161
二、2018-2024年我国食用盐发展趋势分析	162
第二节 2018-2024年食用盐产品发展趋势分析	163
一、2018-2024年食用盐产品技术趋势分析	163
二、2018-2024年食用盐产品价格趋势分析	164
第三节 2018-2024年中国食用盐行业供需预测	165
一、2018-2024年中国食用盐供给预测	165
二、2018-2024年中国食用盐需求预测	166
第四节 2018-2024年食用盐行业规划建议	166
第十三章 食用盐企业管理策略建议	167
第一节 市场策略分析	167
一、食用盐价格策略分析	167
二、食用盐渠道策略分析	167
第二节 销售策略分析	169
一、媒介选择策略分析	169
二、产品定位策略分析	170
三、企业宣传策略分析	170
第三节 提高食用盐企业竞争力的策略	171

一、提高中国食用盐企业核心竞争力的对策	171
二、食用盐企业提升竞争力的主要方向	173
三、影响食用盐企业核心竞争力的因素及提升途径	174
四、提高食用盐企业竞争力的策略	175
第四节 对我国食用盐品牌的战略思考（ZY202）	176
一、食用盐实施品牌战略的意义	176
二、食用盐企业品牌的现状分析	177
三、我国食用盐企业的品牌战略	177
四、食用盐品牌战略管理的策略	177

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/559165DPWW.html>