

2016-2022年中国味精制造 市场供需预测及战略数据研究中心报告

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

《2016-2022年中国味精制造市场供需预测及战略数据研究中心报告》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/P28941TYDU.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

严格意义上而言，根据配方的不同，增鲜调味品经历了3代的发展：以氨基酸为主要原料的第一代增鲜剂，以呈味核苷酸为主要原料的第二代增鲜剂，以及以酵母抽提物为主要原料的第三代增鲜剂。99%味精的主要成分是L-谷氨酸钠一水化合物，以碳水化合物（淀粉、大米、糖蜜等糖质）为原料，经微生物（谷氨酸棒杆菌等）发酵、提取、中和、结晶，制成的具有特殊鲜味的白色结晶或粉末。

从味精的产业链看，上游玉米等原料价格稳中有升，下游需求相对平稳，上下游难以带动产业的快速发展；未来行业的机会将来自于行业产能淘汰和并购重组后带动的味精产品的涨价。

由于味精行业是高能耗，高污染的行业，国内对味精行业落后产能的淘汰力度不断加大。在政策的高压之下自2010年底开始了味精行业的第三轮淘汰整合，仅10年到13年味精产能淘汰就达到75万吨，涉及到的味精生产企业淘汰产能规模也越来越大。到了14年淘汰落后产能名单中已无味精生产企业，表明行业供需格局渐稳。

经过2010-2013年四次缩减产能后，2013年底国内味精产能约267万吨左右；其中阜丰、梅花、伊品产能合计占比达66.3%。目前梅花味精产能达到70万吨、伊品22万吨，在行业产能不变的情况下阜丰+梅花+伊品市场占有率超过70%，产量市场占有率超过90%。

如果能顺利完成对伊品的并购，梅花生物的市场议价能力将大大提升，市场将进入双寡头垄断局面，味精的提价阻力将大大减小。

各个企业味精产能状况 排序 企业名称 所在地 品牌 产能（万吨）

| | | | | |
|----|--------|-----------|----------|----------|
| 1 | 阜丰集团 | 内蒙古、陕西、东北 | 福瑞-雪梅 | 105 |
| 2 | 梅花集团 | 内蒙古、新疆 | 梅花 | 52（目前70） |
| 3 | 宁夏伊品 | 宁夏银川 | 伊品 | 20（目前22） |
| 6 | 莲花味精 | 河南 | 莲花 | 16 |
| 4 | 山东圣花 | 哈尔滨、宁夏 | 圣花 | 15 |
| 11 | 山东雪花生物 | 山东 | 雪花 | 12 |
| 5 | 山东菱花 | 山东 | 菱花 | 10 |
| 7 | 中粮生化 | 黑龙江 | | 10 |
| 9 | 齐鲁生物科技 | 山东 | 三九、骏马、春蕊 | 9 |
| 10 | 福建武夷味精 | 福建 | 武夷 | 8 |
| 8 | 山东信乐 | 山东 | 信乐 | 5 |
| 12 | 沈阳红梅 | 沈阳 | 红梅 | 5 |
| | 总计 | | | 267 |

资料来源：智研数据研究中心整理

《2016-2022年中国味精制造市场供需预测及战略数据研究中心报告》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。

报告揭示了味精制造行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国味精制造做了重点企业经营状况分析，并分析了中国味精制造行业发展前景预测。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：

第一章味精行业发展概述

第一节味精的概念

一、定义

二、特点

第二节味精行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节味精行业产业链分析

第二章2014年中国味精行业运行环境分析

第一节2014年中国宏观经济环境分析

第二节2014年中国味精行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

（一）继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度

（二）采取组合调控措施，确保物价水平稳定

（三）推动节能减排市场化运作

二、味精行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节2014年中国味精行业发展社会环境分析

第三章2014年中国味精行业市场发展分析

第一节味精行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节味精行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节中国味精行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节味精行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

2013年我国味精产量为215万吨，2014年国内产量下降至211万吨，产量同比下降1.86%。

2014年中国海关数据显示我国味精进口量为0.06万吨，出口总量为1.98万吨，国内表观消费量为209.08万吨。

二、区域市场数据统计情况

第五节2016-2022年味精行业市场发展趋势

第四章2012-2015年中国味精所属行业主要指标监测分析

第一节2012-2015年中国味精所属产业工业总产值分析

第二节2012-2015年中国味精所属产业主营业务收入分析

第三节2012-2015年中国味精所属产业产品成本费用分析

第四节2012-2015年中国味精所属产业利润总额分析

第五节2012-2015年中国味精所属产业资产负债分析

第六节2012-2015年中国味精所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章中国味精行业区域市场分析

第一节华北地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第二节东北地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第三节华东地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第四节华南地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第五节华中地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第六节西南地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第七节西北地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第六章味精行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节2012-2015年味精行业竞争格局分析

一、2012-2015年国内外味精竞争分析

二、2012-2015年我国味精市场竞争分析

三、2016-2022年国内主要味精企业动向

第七章味精企业竞争策略分析

第一节味精市场竞争策略分析

- 一、市场增长潜力分析
 - 二、主要潜力品种分析
 - 三、现有味精产品竞争策略分析
 - 四、潜力味精品种竞争策略选择
 - 五、典型企业产品竞争策略分析
- 第二节味精企业竞争策略分析
- 第三节味精行业产品定位及市场推广策略分析
- 一、行业产品市场定位
 - 二、行业广告推广策略
 - 三、行业产品促销策略
 - 四、行业招商加盟策略
 - 五、行业网络推广策略

第八章中国味精重点企业经营策略分析

第一节公司一

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第二节公司二

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第三节公司三

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第四节公司四

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节公司五

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节公司六

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九章2016-2022年未来味精行业发展预测分析

第一节未来味精行业需求与消费预测

一、2016-2022年味精产品消费预测

二、2016-2022年味精市场规模预测

三、2016-2022年味精行业总产值预测

四、2016-2022年味精行业销售收入预测

五、2016-2022年味精行业总资产预测

第二节2016-2022年中国味精行业供需预测

一、2016-2022年中国味精供给预测

二、2016-2022年中国味精产量预测

三、2016-2022年中国味精需求预测

四、2016-2022年中国味精供需平衡预测

第十章中国味精行业投资机会与风险分析

第一节味精行业投资机会分析

一、味精投资项目分析

二、可以投资的味精模式

三、2015年味精投资机会

四、2015年味精投资新方向

五、2016-2022年味精行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响味精行业发展的主要因素

一、2016-2022年影响味精行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响味精行业运行的稳定因素分析

三、2016-2022年影响味精行业运行的不利因素分析

四、2016-2022年我国味精行业发展面临的挑战分析

五、2016-2022年我国味精行业发展面临的机遇分析

第三节味精行业投资风险及控制策略分析

一、2016-2022年味精行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年味精行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年味精行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年味精行业技术风险及控制策略

五、2016-2022年味精同业竞争风险及控制策略

六、2016-2022年味精行业其他风险及控制策略

第十一章味精行业投资战略研究（zyyzg）

第一节味精行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国味精品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、味精实施品牌战略的意义

三、味精企业品牌的现状分析

四、我国味精企业的品牌战略

五、味精品牌战略管理的策略

第三节味精行业投资战略研究

图表目录：

图表味精行业生命周期图

图表味精产品国内、国际市场成熟度对比

图表味精产品行业主要竞争因素分析

图表2014年各季度GDP累计增速

图表2014年各季度三次产业增加值累计增速

图表2014年工业增加值累计增速

图表2014年物价指数同比变化情况

图表2014年社会消费品零售总额情况

图表2014年固定资产投资完成额累计增速

图表2014年外贸进出口情况

图表2014年各季度居民收入累计值

图表2014年货币供应量同比增速

图表2013-2015年味精产品消费量变化图

图表2014年味精企业品牌集中度分析

图表2013-2015年味精产品产能分析

图表2013-2015年中国味精产业工业总产值分析

图表2012-2015年味精不同规模企业工业总产值分析

图表2012-2015年味精不同所有制企业工业总产值比较

图表2013-2015年中国味精产业主营业务收入分析

图表2012-2015年味精不同规模企业主营业务收入分析

图表2012-2015年味精不同所有制企业主营业务收入比较

图表2013-2015年中国味精产业销售成本分析

图表2012-2015年味精不同规模企业销售成本比较分析

图表2012-2015年味精不同所有制企业销售成本比较分析

图表2013-2015年中国味精产业利润总额分析

图表2012-2015年味精不同规模企业利润总额比较分析

图表2012-2015年味精不同所有制企业利润总额比较分析

图表2013-2015年中国味精产业资产负债分析

图表2012-2015年味精不同规模企业资产比较分析

图表2012-2015年味精不同规模企业负债比较分析

图表2012-2015年味精不同所有制企业资产比较分析

图表2012-2015年味精不同所有制企业负债比较分析

图表2012-2015年我国味精行业销售利润率

图表2012-2015年我国味精行业资产增长率

图表2012-2015年我国味精行业利润增长率

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/P28941TYDU.html>