

2017-2022年中国微生物发酵市场全景调查与投资前景预测报告

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

《2017-2022年中国微生物发酵市场全景调查与投资前景预测报告》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/huagong/R43802PI00.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

微生物发酵即是指利用微生物，在适宜的条件下，将原料经过特定的代谢途径转化为人类所需要的产物的过程。微生物发酵生产水平主要取决于菌种本身的遗传特性和培养条件。发酵工程的应用范围有：医药工业，食品工业，能源工业，化学工业，农业：改造植物基因；生物固氮；工程杀虫菌生物农药；微生物养料。环境保护等方面。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国微生物发酵市场全景调查与投资前景预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 微生物发酵市场发展概况 1

第一节 微生物发酵市场及产品介绍 1

第二节 2015-2016年微生物发酵市场发展概况 2

第三节 微生物发酵市场相关政策法规 5

第四节 2017-2022年微生物发酵市场发展前景预测 34

第五节 行业技术水平 34

第六节 市场推广在微生物发酵行业的重要性 37

第七节 营销渠道建设是微生物发酵市场竞争的关键 37

第二章 微生物发酵市场容量/市场规模分析 38

第一节 2012-2015年微生物发酵市场容量/市场规模统计 38

第二节 微生物发酵下游应用市场结构 39

第三节 影响微生物发酵市场容量/市场规模增长的因素 39

第四节 2017-2022年我国微生物发酵市场容量/市场规模预测 40

第三章 2017-2022年中国微生物发酵企业PEST（环境）分析 41

第一节 经济环境分析 41

一、2015-2016年中国经济运行分析 41

二、2017-2022年中国宏观经济发展预测 73

第二节 社会环境分析 82

一、人口环境分析 82

二、教育环境分析 85

三、文化环境分析 93

四、生态环境分析 101

五、中国城镇化率 102

第四章 微生物发酵市场推广策略研究 104

第一节 微生物发酵行业新品推广模式研究 104

第二节 微生物发酵市场终端产品发布特点 105

第三节 微生物发酵市场中间商、代理商参与机制 105

第四节 微生物发酵市场网络推广策略研究 113

第五节 微生物发酵市场广告宣传策略 114

第六节 微生物发酵市场推广与配套供货渠道建立 114

第七节 微生物发酵新产品推广常见问题 115

第九节 直销模式在微生物发酵推广过程中的应用 118

第十节 国外微生物发酵市场推广经验介绍（欧美、韩日市场） 123

第二部分 行业盈利模式

第五章 微生物发酵盈利模式研究 124

第一节 微生物发酵市场盈利模式的分类 124

第二节 微生物发酵生产企业的盈利模式研究 124

第三节 微生物发酵经销代理商盈利模式研究 124

第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响 125

第五节 独立经销网络盈利模式改进研究 125

第六节 第三方经销网络优化管理研究 126

第六章 微生物发酵营销渠道建立策略	133
第一节 微生物发酵市场营销渠道结构	133
一、主力型渠道	133
二、紧凑型渠道	133
三、伙伴型渠道	133
四、松散型渠道	134
第二节 微生物发酵市场伙伴型渠道研究	134
第三节 微生物发酵市场直接分销渠道与间接分销渠道管理	135
一、直接分销渠道	135
二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）	135
第四节 大客户直供销售渠道建立策略	135
第五节 网络经销渠道优化	137
第六节 渠道经销管理问题	139
一、现金流管理	139
二、货品进出物流管理	146
三、售后服务	149
第七章 微生物发酵市场客户群研究与渠道匹配分析	152
第一节 微生物发酵主要客户群消费特征分析	152
第二节 微生物发酵主要销售渠道客户群稳定性分析	152
第三节 大客户经销渠道构建问题研究	152
第四节 渠道经销商维护策略研究	170
第五节 微生物发酵市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向	175
第三部分 行业投资战略	
第八章 微生物发酵行业投资战略研究	176
第一节 品牌战略思考	176
一、微生物发酵品牌的重要性	176
二、微生物发酵实施品牌战略的意义	177
三、企业的品牌战略	179
四、品牌的竞争趋势	179
五、品牌战略管理的策略	180

第二节 企业经营管理策略 182

一、成本控制策略 182

二、定价策略 185

三、竞争策略 188

四、并购重组策略 189

五、营销策略 189

六、人力资源 192

七、财务管理 195

八、国际化策略 196

第三节 行业发展战略研究 197

一、战略综合规划 197

二、技术开发战略 205

三、业务组合战略 210

四、区域战略规划 213

五、产业战略规划 222

六、营销品牌战略 224

七、竞争战略规划 225

第四节 微生物发酵市场的重点客户战略实施 227

一、实施重点客户战略的必要性 227

二、合理确立重点客户 230

三、重点客户战略管理 231

四、重点客户管理功能 232

第九章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例 235

第一节 梅花生物科技集团股份有限公司 235

一、企业介绍 235

二、产业优势 237

三、企业经营情况分析 239

第二节 保龄宝生物股份有限公司 242

一、企业介绍 242

二、企业经营情况分析 243

第三节 阜丰集团有限公司 246

一、企业介绍与微生物发酵相关业务 246

二、企业经营情况分析 247

第四节 河南天冠企业集团有限公司 248

一、企业介绍248

二、企业经营情况分析 259

第五节 吉林燃料乙醇有限公司 260

一、企业介绍260

二、企业经营情况分析 262

图表目录：

图表：2017-2022年微生物发酵市场发展前景预测 34

图表：2012-2015年微生物发酵市场容量统计 38

图表：2012-2015年微生物发酵市场规模统计 38

图表：微生物发酵下游应用市场结构 39

图表：2017-2022年我国微生物发酵市场容量预测 40

图表：2017-2022年我国微生物发酵市场规模预测 40

图表：2012-2015年国内生产总值及增长速度 42

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度 42

图表：2012-2015年社会消费品零售总额 44

图表：2015年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比 45

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 46

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 47

图表：2013-2015年全国规模以上工业增加值及增长速度 48

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度 48

图表：2012-2015年社会固定资产投资 51

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 51

图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力 52

图表：2012-2015年全国一般公共财政收入 53

图表：2012-2015年国家外汇储备 56

图表：2015年年末全部金融机构本外币存款余额及其增长速度 56

图表：2012-2015年中国对外贸易进出口总额 58

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度 58

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度 59

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huagong/R43802PI00.html>