

2019-2025年中国糖精行业 分析与投资机遇研究报告

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

《2019-2025年中国糖精行业分析与投资机遇研究报告》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/S57750K9Cl.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

糖精是一种不含有热量的甜味剂。它为白色结晶性粉末，难溶于水。其甜度为蔗糖之300~500倍，不含卡路里，吃起来会有轻微的苦味和金属味残留在舌头上。其钠盐易溶于水。制造糖精的原料主要有甲苯、氯磺酸、邻甲苯胺等，均为石油化工产品。2009-2017年中国糖精进出口数据统计表

年份	出口(千克)	出口(千美元)	进口(千克)	进口(千美元)	数量	金额	数量	金额	
2009年	10810430	74,751	137457	1,086	2010年	12892659	70,260	139145	1,458
2011年	13557517	74,493	272929	2,547	2012年	16584800	85542	110280	1260
2013年	16305081	91585	43987	715	2014年	16050739	110,714	42207	646
2015年	**	**	**	**	2016年	**	**	**	**
2017年	**	**	**	**	数据来源：中国海关、智研数据研究中心整理				

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国糖精行业分析与投资机遇研究报告》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 宏观环境篇

第一章 糖精行业发展综述1.1 糖精行业定义及分类1.1.1 行业概念及定义1.1.2 行业主要产品分类1.1.3 行业工艺流程概述1.1.4 行业发展特征1.2 糖精行业统计标准1.2.1 行业统计部门和统计口径1.2.2 行业主要统计方法介绍1.2.3 行业涵盖数据种类介绍1.3 糖精行业产业链分析1.3.1 行业产业链简介1.3.2 行业下游产业链相关行业分析1.3.3 行业产业链上游相关行业分析

第二章 糖精行业市场环境分析

2.1 糖精行业经济环境分析2.1.1 国际宏观经济环境分析2.1.2 国内宏观经济环境分析2.1.3 行业宏观经济环境分析2.2 糖精行业贸易环境分析2.2.1 行业贸易环境发展现状2.2.2 行业贸易环境发展趋势2.3 糖精行业融资环境分析2.3.1 主要货币数据分析2.3.2 货币政策未来走向2.4 糖精行业政策环境分析2.4.1 行业相关政策动向2.4.2 行业相关发展规划2.5 糖精行业社会环境分析2.5.1 消费观念变化的影响2.5.2 行业发展面临的安全问题2.5.3 社会环境对行业的影响 第三章 国际调味品行业分析3.1 欧美调味品市场3.1.1 西欧调味品市场概述3.1.2 欧盟调味品行业出台新规3.1.3 加拿

大进口调味品的比较分析3.1.4 欧美食醋发展概况3.1.5 法国鹅肝酱产业发展迅速3.1.6 俄罗斯调味品市场发展概况3.2 日本调味品市场3.2.1 日本天然调味料市场持续扩大3.2.2 日本酱油市场概况3.2.3 日本复合调味品介绍3.2.4 中国调味品成功进入日本市场3.3 韩国调味品市场3.3.1 韩国泡菜的发展及地位3.3.2 韩国泡菜产业与中国展开合作3.3.3 韩国辣椒酱和泡菜出口情况3.3.4 韩国泡菜发展的成功经验3.4 中国台湾调味品市场3.4.1 台湾调味品行业概况3.4.2 台湾酱油行业生产状况3.4.3 台湾酱油的标准与品质3.4.4 台湾酱油类产品新标准发布3.5 其他国家3.5.1 泰国调味品市场综述3.5.2 印度辣椒生产简况3.5.3 越南胡椒市场发展现状 第四章 中国调味品行业分析4.1 中国调味品行业发展概况4.1.1 我国调味品行业发展回顾4.1.2 中国调味品行业发展现状概述4.1.3 中国调味品行业高速发展的驱动力4.1.4 中国调味品行业发展特点4.1.5 调味品生产模式的改造分析4.1.6 我国调味品行业标准体系不断完善4.2 中国调味品行业发展动态4.2.1 中国调味品行业发展运营概况4.2.2 我国调味品安全状况面临拷问4.2.3 四部门发布新政规范调味品行业4.2.4 我国调味品行业格局与特征分析4.2.5 我国调味品行业标准制修订情况4.2.6 中国调味品行业发展动态4.3 调味品市场概况4.3.1 国内调味品市场发展迅猛4.3.2 中国调味品市场特征分析4.3.3 高端调味品市场发展空间大4.3.4 调味品市场消费特征分析4.3.5 西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展4.4 调味品行业竞争分析4.4.1 中国调味品行业竞争格局分析4.4.2 中国调味品企业竞争力提升策略4.4.3 调味品产品以创新提升竞争力4.4.4 调味品区域品牌竞争策略4.4.5 中小调味品企业竞争策略4.5 调味品包装分析4.5.1 调味品包装发展概况4.5.2 包装成为调味品行业发展动力4.5.3 调味品包装运用中存在的问题4.5.4 塑料软管包装成调味品包装新趋势4.6 调味品业存在的问题及对策4.6.1 我国调味品业当前存在的问题4.6.2 我国调味品行业发展的误区4.6.3 促进调味品业发展的对策措施4.6.4 调味品行业结构调整期应对策略4.6.5 国内中小调味品企业须加强品牌建设 第二部分 产业分析篇第五章 中国糖精行业发展现状分析5.1 中国糖精行业发展状况分析5.1.1 中国糖精行业发展阶段5.1.2 中国糖精行业发展总体概况5.1.3 中国糖精行业发展特点分析5.1.4 中国糖精行业商业模式分析5.2 糖精行业发展现状5.2.1 2012-2017年中国糖精行业市场规模5.2.2 2012-2017年中国糖精行业发展分析5.2.3 2012-2017年中国糖精企业发展分析5.3 糖精市场情况分析5.3.1 中国糖精市场总体概况5.3.2 中国糖精产品市场发展分析5.4 中国糖精市场价格走势分析5.4.1 糖精市场定价机制组成5.4.2 糖精市场价格影响因素5.4.3 糖精产品价格走势分析5.4.4 2019-2025年糖精产品价格走势预测 第六章 中国糖精市场供需形势分析6.1 糖精行业生产分析6.1.1 产品及原材料进口、自有比例6.1.2 国内产品及原材料生产基地分布6.2 中国糖精行业供需分析6.2.1 2012-2017年中国糖精行业供给情况（1）中国糖精产量分析（2）中国糖精总产值分析6.2.2 2012-2017年中国糖精行业需求情况（1）中国糖精销售产值分析（2）中国糖精销售收入分析6.2.3 2012-2017年中国糖精行业供需平衡分析6.3 糖精产品市场应用及需求预测6.3.1 糖精产品应用市场总体需求分析（1）糖精产品应用市场需求特征（2）糖精产品应用

市场需求总规模6.3.2 2019-2025年糖精行业领域需求量预测 (1) 2019-2025年糖精领域需求产品功能预测 (2) 2019-2025年糖精领域需求产品市场格局预测6.4 糖精进出口结构及面临的机遇与挑战6.4.1 糖精行业进出口市场分析 (1) 糖精行业进出口综述 (2) 糖精行业出口市场分析2009-2017年中国糖精及其盐 (29251100) 出口平均单价分析 年份 出口平均价格 (美元/吨) 2009年 6914.71 2010年 5449.61 2011年 5494.59 2012年 5157.86 2013年 5616.96 2014年 6897.75 2015年 ** 2016年 ** 2017年 ** 数据来源: 中国海关、智研数据研究中心整理 (3) 糖精行业进口市场分析2009-2017年中国糖精及其盐 (29251100) 进口平均单价分析 年份 进口平均价格 (美元/吨) 2009年 7900.65 2010年 10478.28 2011年 9332.10 2012年 11425.46 2013年 16254.80 2014年 15305.52 2015年 ** 2016年 ** 2017年 ** 数据来源: 中国海关、智研数据研究中心整理6.4.2 中国糖精出口面临的挑战及对策 (1) 中国糖精出口面临的挑战 (2) 中国糖精行业未来出口展望 (3) 糖精行业进出口前景及建议 第七章 中国糖精市场消费分析7.1 调味品消费者分析7.1.1 调味品消费者构成7.1.2 调味品消费者分析7.1.3 调味品消费结构分析7.1.4 调味品消费者行为与心理探究7.2 糖精市场消费状况7.2.1 糖精消费与公众营养改善7.2.2 中国糖精消费现状7.2.3 中国人均糖精消费状况7.2.4 糖精供需总量及结构浅析7.3 影响中国糖精需求的重要因素7.3.1 收入增长7.3.2 城市化进程7.3.3 人口增长及其结构变化7.3.4 市场细化和宏观政策7.4 糖精消费趋势预测7.4.1 未来推动糖精消费增长的因素7.4.2 未来中国糖精消费总量将稳步增长7.4.3 中国糖精消费增长空间仍然巨大7.4.4 未来中国糖精市场消费趋势分析 第八章 糖精行业区域市场分析8.1 北京市场分析8.1.1 北京市糖精市场销售情况8.1.2 北京市糖精市场价格监测8.1.3 北京市糖精市场竞争分析8.1.4 北京市糖精市场发展前景8.2 上海糖精市场分析8.2.1 上海市糖精市场销售情况8.2.2 上海市糖精市场价格监测8.2.3 上海市糖精市场竞争分析8.2.4 上海市糖精市场发展前景8.3 广州糖精市场分析8.3.1 广州市糖精市场销售情况8.3.2 广州市糖精市场价格监测8.3.3 广州市糖精市场竞争分析8.3.4 广州市糖精市场发展前景8.4 深圳糖精市场分析8.4.1 深圳市糖精市场销售情况8.4.2 深圳市糖精市场价格监测8.4.3 深圳市糖精市场竞争分析8.4.4 深圳市糖精市场发展前景8.5 其他地区市场分析 第三部分 前景预测篇第九章 糖精行业发展前景分析预测9.1 2019-2025年糖精市场发展前景9.1.1 2019-2025年糖精市场发展潜力9.1.2 2019-2025年糖精市场发展前景展望9.1.3 2019-2025年糖精调味品行业发展前景分析9.2 2019-2025年糖精市场发展趋势预测9.2.1 2019-2025年糖精行业发展趋势 (1) 技术发展趋势分析 (2) 产品发展趋势分析9.2.2 2019-2025年糖精市场规模预测 (1) 糖精行业市场容量预测 (2) 糖精行业销售收入预测9.2.3 2019-2025年糖精行业应用趋势预测9.3 2019-2025年中国糖精行业供需预测9.3.1 2019-2025年中国糖精行业供给预测9.3.2 2019-2025年中国糖精行业产量预测9.3.3 2019-2025年中国糖精市场销量预测9.3.4 2019-2025年中国糖精行业需求预测9.3.5 2019-2025年中国糖精行业供需平衡预测 第十章 糖精行

业投资价值分析评估10.1 糖精行业投资特性分析10.1.1 糖精行业进入壁垒分析10.1.2 糖精行业盈利模式分析10.1.3 糖精行业盈利因素分析10.2 2019-2025年糖精行业发展的影响因素10.2.1 有利因素10.2.2 不利因素10.3 2019-2025年糖精行业投资价值评估分析10.3.1 行业投资效益分析10.3.2 产业发展的空白点分析10.3.3 投资回报率比较高的投资方向10.3.4 新进入者应注意的障碍因素 第十一章 糖精行业投资机会与风险防范11.1 糖精行业投融资情况11.1.1 行业资金渠道分析11.1.2 固定资产投资分析11.1.3 兼并重组情况分析11.1.4 糖精行业投资现状分析（1）糖精产业投资经历的阶段（2）2017年糖精行业投资状况回顾（3）2017年中国糖精行业风险投资状况（4）2017年中国糖精行业的投资态势11.2 糖精行业金融需求分析11.2.1 行业资金运作模式（1）购买原材料（2）加工、包装费（3）新(扩)建项目11.2.2 行业金融需求情况（1）融资需求（2）非融资需求11.3 2019-2025年糖精行业投资机会11.3.1 产业链投资机会11.3.2 细分市场投资机会11.3.3 重点区域投资机会11.3.4 糖精行业投资机遇11.4 2019-2025年糖精行业投资风险及防范11.4.1 政策风险及防范11.4.2 技术风险及防范11.4.3 供求风险及防范11.4.4 宏观经济波动风险及防范11.4.5 关联产业风险及防范11.4.6 产品结构风险及防范11.4.7 其他风险及防范11.5 中国糖精行业投资建议11.5.1 糖精行业未来发展方向11.5.2 糖精行业投资建议分析 第四部分 企业策略篇第十二章 糖精重点企业经营分析12.1 糖精企业发展总体状况分析12.1.1 糖精企业规模分析12.1.2 糖精行业销售收入分析12.1.3 糖精行业销售利润分析12.1.4 主要糖精企业创新能力分析12.2 糖精行业领先企业个案分析12.2.1 开封市兴化精细化工厂（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业发展战略分析12.2.2 上海福新化工有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业发展战略分析12.2.3 天津市长城糖精厂（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业发展战略分析12.2.4 天津北方食品有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业发展战略分析12.2.5 天津长捷化工有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业发展战略分析 第十三章 糖精行业竞争策略分析13.1 市场竞争状况分析13.1.1 糖精行业市场规模分析13.1.2 国内糖精行业集中度分析13.1.3 糖精行业五力模型分析13.2 糖精行业SCP范式分析13.2.1 糖精行业市场结构分析13.2.2 糖精行业市场行为分析13.2.3 糖精行业市场绩效分析13.3 糖精企业竞争分析13.3.1 糖精市场竞争现状分析13.3.2 糖精品牌竞争格局分析13.3.3 糖精品牌竞争格局特征分析13.3.4 糖精品牌竞争动态分析13.3.5 典型企业市场竞争分析13.4 中国糖精行业国际竞争力分析13.4.1 国际市场竞争力状况13.4.2 国际竞争力提升的制约因素13.4.3 提升国际竞争力的发展对策13.5 中国糖精行业竞争战略转向13.5.1 从注重战术向关注战略方向转变13.5.2 从价格战向价值战转移13.5.3 从渠道争夺到消费者争夺13.5.4 从产品宣传到营养教育13.5.5 从争夺市场到价值链建设13.5.6 从大众营销到体验营销 第十四章 糖精市场营销策略分析14.1 中国调味品行业的营销渠道14.1.1 家庭消费渠道分析14.1.2 餐饮业渠道分析14.2 调味品行业消费者分析14.2.1 消费者如何认定产

品质14.2.2 消费者是怎么看待品牌14.2.3 消费结构与使用的理由14.3 调味品行业经销商分析14.3.1 调味品经销商简述14.3.2 大型调味品经销商的经营特点14.3.3 调味品经销商逐步转型14.3.4 家族式调味品经销商发展策略14.4 以太太乐为例分析调味品售点营销模式14.4.1 主要终端渠道的售点细分和定位14.4.2 餐饮渠道的售点细分和定位14.4.3 零售渠道的售点细分和定位14.5 调味品行业营销案例分析14.5.1 华南调味品市场营销策略大战14.5.2 梅花味精的绿色营销14.5.3 加加酱油凭借独特成就经典14.5.4 “年份调味品”营销策略的误区14.6 调味品行业营销策略14.6.1 调味品行业品牌营销的基本原则14.6.2 调味品市场中小企业的营销策略14.6.3 调味品市场弱势品牌的终端营销14.6.4 调味品行业的数据库营销策略 第十五章 糖精企业发展策略分析15.1 糖精行业面临的困境15.1.1 糖精行业发展需要关注的突出问题15.1.2 中国糖精行业的薄弱环节15.1.3 中国糖精产业发展需突破的瓶颈15.1.4 中国糖精行业面临的挑战15.2 糖精企业面临的困境及对策15.2.1 重点糖精企业面临的困境及对策（1）重点糖精企业面临的困境（2）重点糖精企业对策探讨15.2.2 中小糖精企业发展困境及策略分析（1）中小糖精企业面临的困境（2）中小糖精企业对策探讨15.2.3 国内糖精企业的出路分析15.3 中国糖精行业存在的问题及对策15.3.1 中国糖精行业存在的问题15.3.2 糖精行业发展的建议对策（1）把握国家投资的契机（2）竞争性战略联盟的实施（3）企业自身应对策略15.3.3 市场的重点客户战略实施（1）实施重点客户战略的必要性（2）合理确立重点客户（3）重点客户战略管理（4）重点客户管理功能 第十六章 糖精行业研究结论及建议16.1 报告研究结论16.2 智研数据研究中心建议 附录附录一 食品安全法附录二 调味品卫生管理办法 图表目录

图表：2012-2017年糖精行业经营效益分析

图表：2012-2017年中国糖精行业盈利能力分析

图表：2012-2017年中国糖精行业运营能力分析

图表：2012-2017年中国糖精行业偿债能力分析

图表：2012-2017年中国糖精行业发展能力分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/S57750K9CI.html>