

2017-2022年中国海苔行业市场发展现状及十三五 市场竞争态势报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国海苔行业市场发展现状及十三五市场竞争态势报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/279513279513.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

海苔浓缩了紫菜当中的各种B族维生素，特别是核黄素和尼克酸的含量十分丰富，还有不少维生素A和维生素E,以及少量的维生素C.海苔加工食品蕴藏着巨大的市场前景。而且韩式海苔因为独特的制作方法口味非常好，与市面上销售的日式海苔有明显的差别，日式海苔特有的浓重海腥味并不受大众的喜爱。注重消除腥味突出鲜美味道的韩式海苔是使消费者更加青睐的重要原因。韩式海苔确实做到了好味道与高营养兼顾这一主流市场趋势。

目前市场上卖的干海苔依做法不同分为两类：一种是日式海苔，以糖、酱油再加上调味料如香菇粉、味精调味，吃起来较甜；另一种为韩式海苔，仅以食用油加上盐、味精调味，吃起来更健康自然。干海苔与湿海苔相比，除了维生素C有所减少以外，其他营养元素因水分的相对降低，含量反而提高了。从热量上来说，干海苔并不算高，而且多吃可以补碘，加强身体代谢功能，因此，算得上是一种不错的零食。在日本和韩国，海苔是家庭中必不可少的食品。不论是紫菜（海苔）饭团，还是紫菜（海苔）丝泡饭，紫菜（海苔）一直都是餐桌上的亮点之一。日本的海苔消费量十分惊人，10年以前，海苔在日本的消费量已达到每年18.5万吨，相当于每人每天食用4.1克。相比之下，中国人吃紫菜（海苔）的数量就少得多了，很多人一年到头也吃不到一片。由此可见，国内海苔市场潜力巨大，随着国人消费观念的转变，海苔需求量近年年年飞速增长，国内海苔潜在需求量是日本10年前消费量的3倍以上，是产值近1000亿的巨大市场。

休闲食品正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，随着经济的发展和消费水平的提高，消费者对于休闲食品数量和品质的需求不断增长。休闲食品不再是孩子们的专利，成人尤其是年轻女性已成为主流消费人群。休闲食品已经成为越来越多家庭的生活必需品。儿童、白领阶层已经成为休闲食品的消费主力，也是各种新产品消费的推动者，对价格的接受能力也较强。从海苔食品的特点来说，它区别于普通休闲食品，海苔不像普通食品那样同时具备填饱肚子和满足口感的功能，消费者食用海苔的原因更多是香脆的口感和健康的营养成份。对消费者来说，海苔是一种既可以满足口感又不会吃多了发胖的健康食品，这对数量日益增多的肥胖人群来说是一种极佳的休闲零食。基于这些突出的特点，众多同类品牌一般都将时尚女性及青少年儿童作为其重要目标消费群体。

中国报告网发布的《2017-2022年中国海苔行业市场发展现状及十三五市场竞争态势报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一部分 海苔行业概况分析

第一章 中国海苔行业PEST模型分析

第一节 海苔行业定义统计标准

- 一、海苔行业概念及分类
- 二、海苔行业统计部门和统计口径
- 三、海苔行业产业链结构分析
- 四、海苔行业发展周期分析

第二节 中国海苔行业政策环境分析（P）

- 一、行业相关政策动向
 - 二、行业产品质量标准
 - 三、行业生产安全标准
 - 四、行业贸易环境分析
- 1、当前我国对外贸易形势的特征
 - 2、我国对外贸易发展的困难和问题

第三节 中国海苔行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济环境分析
- 1、2015年国际宏观经济形势
 - 2、2016年世界经济发展重点预测
- 二、国内宏观经济环境分析
- 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、固定资产投资情况
 - 7、财政收支状况
 - 8、中国汇率调整
 - 9、对外贸易&进出口

三、食品制造行业主要经济指标分析

第四节 中国海苔行业社会环境分析（S）

- 一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第五节 中国海苔行业技术环境分析（T）

一、生产技术

二、安全检测技术

第二章 2015年全球海苔行业市场发展状况分析

第一节 2015年世界海苔行业发展状况

一、世界海苔行业生产情况

二、世界海苔消费及趋势分析

第二节 美国海苔行业现状分析

一、美国海苔行业的市场规模

二、美国海苔行业的市场特征

第三节 日本海苔行业现状分析

一、日本海苔行业的市场规模

二、日本海苔行业的市场特征

第四节 欧洲海苔行业市场状况

一、欧洲海苔行业的市场规模

二、欧洲海苔行业的市场特征

第二部分 海苔行业深度分析

第三章 2015年我国海苔行业现状及市场发展分析

第一节 2015年我国海苔行业发展现状

一、海苔行业市场规模

二、海苔行业产品发展现状

三、海苔行业消费市场现状

第二节 2015年海苔市场结构和价格走势分析

第三节 2015年重点城市海苔市场发展情况

第四章 2014-2016年中国海苔行业财务指标与供需情况分析

第一节 2014-2016年海苔行业财务指标分析

一、2014-2016年海苔行业盈利能力

二、2014-2016年海苔行业运营能力

三、2014-2016年海苔行业偿债能力

四、2014-2016年海苔行业发展能力

第二节 2014-2016年全国海苔行业供给情况分析

- 一、全国海苔行业总产值分析
- 二、全国海苔行业产成品分析
- 三、各地区海苔行业供给情况分析

第三节 2014-2016年全国海苔行业需求情况分析

- 一、全国海苔行业需求量情况
- 二、全国海苔行业销售收入分析
- 三、全国海苔行业产销率分析
- 四、各地区海苔行业需求情况分析

第四节 2014-2016年中国海苔行业进出口分析

- 一、行业出口分析
 - 1、行业出口量情况
 - 2、行业出口额情况
 - 3、行业出口价格情况
- 二、行业进口分析
 - 1、行业进口量情况
 - 2、行业进口额情况
 - 3、行业进口价格情况

第五章 海苔区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2015年行业企业发展现状分析
- 二、2015年市场供给情况分析
- 三、2015年市场需求情况分析
- 四、2015年销售收入情况分析
- 五、2015年市场规模情况分析

第二节 东北地区

- 一、2015年行业企业发展现状分析
- 二、2015年市场供给情况分析
- 三、2015年市场需求情况分析
- 四、2015年销售收入情况分析
- 五、2015年市场规模情况分析

第三节 华东地区

- 一、2015年行业企业发展现状分析
- 二、2015年市场供给情况分析
- 三、2015年市场需求情况分析

四、2015年销售收入情况分析

五、2015年市场规模情况分析

第四节 华南地区

一、2015年行业企业发展现状分析

二、2015年市场供给情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2015年销售收入情况分析

五、2015年市场规模情况分析

第五节 华中地区

一、2015年行业企业发展现状分析

二、2015年市场供给情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2015年销售收入情况分析

五、2015年市场规模情况分析

第六章 中国海苔行业消费市场分析

第一节 中国海苔消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2014-2016年消费者收入水平

三、2015年消费者信心指数分析

第二节 海苔行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 海苔消费市场状况分析

一、海苔行业消费特点

二、海苔消费者分析

三、海苔消费的市场变化

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五节 海苔行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、海苔行业品牌忠诚度调查

第三部分 海苔行业竞争格局分析

第七章 海苔行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

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、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 海苔企业竞争策略分析

一、提高海苔企业核心竞争力的对策

二、影响海苔企业核心竞争力的因素及提升途径

1、影响海苔企业核心竞争力的因素

2、提升企业核心竞争力的有效途径

三、提高海苔企业竞争力的策略

第八章 主要海苔企业竞争分析

第一节 广东喜之郎集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 波力食品工业(昆山)有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 晋江市阿一波食品工贸有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 宁波市陆龙兄弟海产食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 江苏瑞雪海洋科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 晋江美味强食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 连云港神仙紫菜有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 中国水产舟山海洋渔业公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 南通海达水产食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 连云港海多爱食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四部分 海苔行业发展前景

第九章 海苔行业发展趋势与前景预测

第一节 我国海苔行业前景与机遇分析

第二节 未来海苔需求与消费预测

一、2017-2022年海苔产品消费预测

二、2017-2022年海苔市场规模预测

三、2017-2022年海苔行业总产值预测

四、2017-2022年海苔行业销售收入预测

第三节 2017-2022年中国海苔行业供需预测

一、2017-2022年中国海苔供给预测

二、2017-2022年中国海苔需求预测

三、2017-2022年中国海苔产品价格趋势

第十章 海苔行业投资现状与投资环境分析

第一节 2014-2016年海苔行业投资情况分析

一、2014-2016年投资规模及增速

二、2015年分行业投资分析

第二节 经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2017-2022年投资趋势及其影响预测

1、国际形势短期向好，但内生动力依然不足

2、2015年我国经济增长趋势

3、2015年投资环境发展预测

4、2015年改革发展与投资的突破口

第三节 政策法规环境分析

一、未来货币政策取向是“补缺口”而非“总量放松”

二、央行主要货币政策目标应是降低社会是实体融资成本

三、货币调控强调与实体配合避免“脱实向虚”倾向

四、放宽存贷比限制进一步增强货币政策效率

五、优化央行资产负债表结构推进政策框架改进

六、提高财政资金使用效率

七、适当扩大财政赤字

八、加快推进税制改革

九、尝试发行永续国债

第十一章 海苔行业投资机会与风险分析

第一节 行业投资收益率比较及分析

一、2015年相关产业投资收益率比较

二、2014-2016年行业投资收益率分析

第二节 海苔行业投资风险及控制策略分析

一、2017-2022年海苔行业市场风险及控制策略

二、2017-2022年海苔行业政策风险及控制策略

三、2017-2022年海苔行业经营风险及控制策略

四、2017-2022年海苔行业技术风险及控制策略

五、2017-2022年海苔同业竞争风险及控制策略

第五部分 海苔行业发展战略研究

第十二章 海苔行业发展战略研究

第一节 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 品牌战略

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

第十三章 海苔行业经营策略

第一节 中国海苔行业经营策略分析

一、中国海苔行业市场细分策略

二、中国海苔行业市场创新策略

三、品牌定位

1、市场定位

2、品牌定位

3、定位方法

4、产品定位的基本原则

5、影响因素

四、品类管理

1、品类的概念

2、品类管理的意义

3、制约因素

4、解决思路

5、发展方向

五、中国海苔行业新产品差异化战略

第二节 海苔市场推广策略研究

一、海苔行业新品推广模式研究

1、网络推广

2、线下推广

二、海苔市场终端产品发布特点

三、海苔市场中间商、代理商参与机制

四、海苔市场网络推广策略研究

五、海苔市场广告宣传策略

六、海苔市场推广与配套供货渠道建立

七、海苔新产品推广常见问题

八、直销模式在海苔推广过程中的应用

第三节 投资战略研究

一、发展型投资战略

二、稳定型投资战略

三、退却型投资战略

四、稳定性投资战略

五、扩张性投资战略

六、紧缩性投资战略

七、混合性投资战略

图表目录

图表：海苔行业产业链结构

图表：行业产品质量感官标准

图表：行业产品质量理化指标

图表：行业产品质量卫生指标

图表：2014-2016年国内生产总值及增长速度

图表：2015年消费价格指数

图表：2015年工业品出产价格指数（PPI）

图表：2014-2016年中国居民人均收入实际增长速度

图表：2014-2016年中国居民恩格尔系数

图表：2014-2016年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2014-2016年全社会固定资产投资增速

图表：2014-2016年房地产开发投资累计同比增速

图表：2014-2016中国对外贸易进出口总额

图表：2014-2016年我国规模以上食品制造业经营状况

图表：2014-2016年我国规模以上食品制造业企业数量

图表：2014-2016年食品制造业业三费同比变化情况

图表：2014-2016年食品制造业业三费占销售收入的比重变化情况

图表：2014-2016年食品制造业业盈利能力指标

图表：2014-2016年食品制造业业偿债能力指标

图表：2014-2016年食品制造业业运营能力指标

图表：2014-2016年食品制造业业成长能力指标

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2014-2016年城镇新增就业人数

图表：2014-2016年国内生产总值与全部就业人
(GYZX)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/279513279513.html>