2010-2015年中国味精行业市场发展动态调研及投资前景展望分析报告

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《2010-2015年中国味精行业市场发展动态调研及投资前景展望分析报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/shipin/8362483624.html

报告价格：电子版: 6800元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

摘要

谷氨酸是一种普遍的氨基酸：人体自产谷氨酸，它主要以络合状态存在于富含蛋白质的食物中，如蘑菇、海带、西红柿、坚果、豆类、肉类，以及大多数奶制品。部分食物中的谷氨酸以「自由」形态存在；并且只有这种自由形态的谷氨酸盐能够增强食物的鲜味。西红柿、发酵的大豆制品、酵母提取物、某些尖奶酪，以及发酵或水解蛋白质产品（如酱油或豆酱）所能带来的调味作用中，部分归功于谷氨酸的存在。

亚洲菜向来用天然海草，比如海带的清汤，提高汤中的鲜味。诸如味之素等味精制造商，使用经过挑选的谷氨酸微球菌菌株，在培养基中生产谷氨酸。这些细菌通过其所能分泌谷氨酸的能力进行筛选。之后谷氨酸从液体培养基中被分离出来，提纯，制成其钠盐，谷氨酸钠。

本研究咨询报告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、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国味精行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区味精市场的发展状况、味精消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国味精市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对味精未来发展趋势进行了研判，是味精生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前味精行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 味精行业发展概述
第一节 味精行业定义
一 味精定义
二 味精应用
第二节 味精行业发展概况
一 全球味精行业发展简述
二 味精国内行业现状阐述
第三节 味精行业市场现状
一 市场概述
二 市场规模
第四节 味精产品发展历程
第五节 味精产品发展所处的阶段
第二章 2009-2010年中国味精行业环境分析
第一节 国内宏观经济环境分析
一 GDP历史变动轨迹分析
二 固定资产投资历史变动轨迹分析
三 2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 行业相关政策 法规 标准
一 中国相关政策及法规 标准
二 国外相关政策及法规 标准
第三章 味精行业外部环境分析
第一节 味精行业经济环境影响分析
一 国民经济影响情况
二 国内投资味精情况
第二节 味精行业政策影响分析
一 国内宏观政策影响分析
二 行业政策影响分析
第三节 味精产业上下行业发展及游影响分析
一 味精行业上游行业发展及影响分析
二 味精行业下游行业发展及影响分析
第四节 味精行业的技术影响分析
一 味精行业技术现状分析
二 味精行业技术发展趋势
第四章 2009-2010年味精产业运行态势分析
第一节 2009-2010年味精市场发展分析
一 国内味精生产综述
二 味精市场发展的特点
三 味精市场景气向好
第二节 2009-2010年味精市场分析
一 国外企业味精料发展的特点
二 味精专用料供需分析
三 味精专用料市场发展综述
第三节 2009-2010年味精市场发展中存在的问题及策略
一 味精市场发展面临的挑战及对策
二 提高味精整体竞争力的建议
三 加快味精发展的措施
第五章 味精行业国内市场深度分析
第一节 味精行业市场现状分析及预测
第二节 2005-2015年产品产量分析及预测
第三节 2005-2015年市场需求分析及预测
第四节 产品消费领域与消费结构分析
第六章 味精行业需求与预测分析

第一节 味精行业需求分析及预测
一 味精行业需求总量及增长速度
二 味精行业需求结构分析
三 味精行业需求影响因素分析
四 味精行业未来需求预测分析
第二节 味精行业地区需求分析
一 行业的总体区域需求分析
二 华北地区需求分析
三 华东地区需求分析
四 东北地区需求分析
五 中南地区需求分析
六 西北地区需求分析
七 西南地区需求分析
第三节 味精行业细分市场需求分析
一 味精行业市场需求量情况
二 味精行业市场供求量情况
第七章 味精行业经营和竞争分析
第一节 行业核心竞争力分析及构建
第二节 经营手段分析
一 消费特征分析
二 产品分类与定位
三 产品策略分析
四 渠道和促销
第三节 味精技术最新发展趋势分析
一 国外同类技术重点研发方向
二 国内味精研发技术路径分析
四 国内最新研发动向
五 技术走势预测
六 技术进步对企业发展影响
第八章 2008-2010年味精行业竞争格局分析
第一节 味精行业竞争结构分析
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 味精企业国际竞争力比较
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
第三节 味精行业竞争格局分析
一 味精行业集中度分析
二 味精行业竞争程度分析
第四节 2010-2012年味精行业竞争策略分析
一 金融危机对行业竞争格局的影响
二 2010-2015年味精行业竞争格局展望
三 2010-2015年味精行业竞争策略分析
第九章 2009-2010年国内外重点企业竞争力分析
一 **公司
1 企业简介
2 产品介绍
3 经营情况
4 未来发展趋势
二 **公司
1 企业简介
2 产品介绍
3 经营情况
4 未来发展趋势
三 **公司
1 企业简介
2 产品介绍
3 经营情况
4 未来发展趋势
四 **公司
1 企业简介
2 产品介绍
3 经营情况
4 未来发展趋势

五 **公司
1 企业简介
2 产品介绍
3 经营情况
4 未来发展趋势
六 **公司
1 企业简介
2 产品介绍
3 经营情况
4 未来发展趋势
第十章 味精行业投融资分析
第一节 味精行业的SWOT分析
第二节 味精行业国内企业投资状况
第三节 味精行业外资投资状况
第四节 味精行业资本并购重组情况
第十一章 产业政策及贸易预警分析
第一节 国内外产业政策分析
一 中国相关产业政策
二 国外相关产业政策
第二节 国内外环保规定
一 中国相关环保规定
二 国外相关环保规定
第三节 贸易预警分析
一 可能涉及的倾销及反倾销
二 可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒
第四节 近期人民币汇率变化的影响
第五节 我国与主要市场贸易关系稳定性分析
第十二章 2010-2015年中国味精行业发展前景及投资预测分析
第一节 2010-2015年中国味精行业发展趋势分析
一 味精行业发展趋势分析
二 味精技术研发趋势分析
第二节 2010-2015年中国味精行业投资机会分析
一 区域投资热点分析
二 投资潜力分析
第三节 2010-2015年中国味精行业投资风险分析

一 政策监管日益加强
二 技术风险
三 行业竞争风险
第四节 2010-2013年中国味精行业投资环境分析
第五节 中国味精行业发展建议及投资策略分析
图表目录（部分）：
图表 2005-2009年国内生产总值
图表 2005-2009年居民消费价格涨跌幅度
图表 2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
图表 2005-2009年年末国家外汇储备
图表 2005-2009年财政收入
图表 2005-2009年全社会固定资产投资
图表 2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
图表 2009年固定资产投资新增主要生产能力
图表 2009年房地产开发和销售主要指标完成情况
图表 味精市场产品构成图
图表 味精市场生命周期示意图
图表 味精市场产销规模对比
图表 味精市场企业竞争格局
图表 2008-2009年味精市场产品总产量统计
图表 2008-2009年味精市场细分产品产量统计
图表 2008-2009年味精市场产品市场容量统计
图表 2008-2009年味精市场细分产品市场容量统计
图表 2008-2009年中国味精市场产品结构变化
图表 2010—2015年味精市场产品总产量及细分产品产量预测
图表 2010—2015年味精市场产品总产量及细分产品市场容量预测
图表 味精市场原材料供给模式
图表 味精市场下游消费市场构成图
图表 味精市场企业市场占有率对比
图表 进出口产品构成图
图表 2008-2009年味精市场产品进口量统计
图表 2008-2009年味精市场产品出口量统计
图表 味精市场进口地区格局图
图表 味精市场出口地区格局图
图表 2010—2015年味精市场产品进口预测

图表 2010—2015年味精市场产品出口预测
图表 2008-2009年味精市场投资规模
图表 2008-2009年主要投资项目统计
图表 2010—2015年味精市场投资规模预测
……

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/shipin/8362483624.html