

# 2016-2022年中国味精市场发展态势与投资策略研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国味精市场发展态势与投资策略研究报告》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/237198237198.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国味精市场发展态势与投资策略研究报告》首先介绍了味精行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

### 第一部分 发展现状与前景分析 23

#### 第一章 全球味精行业发展分析 23

##### 第一节 2014年全球味精市场分析 23

###### 一、2014年全球味精市场回顾 23

###### 二、2014年全球味精市场环境 23

###### 三、2014年全球味精销售分析 24

###### 四、2014年全球味精市场规模 24

##### 第二节 2015年全球味精市场分析 24

###### 一、2015年全球味精需求分析 25

###### 二、2015年全球味精市场规模 25

###### 三、2015年全球味精品牌分析 25

###### 四、2015年中外味精市场对比 25

##### 第三节 部分国家地区味精行业发展状况 26

###### 一、2013-2015年美国味精行业发展分析 26

###### 二、2013-2015年欧洲味精行业发展分析 26

###### 三、2013-2015年日本味精行业发展分析 26

###### 四、2013-2015年韩国味精行业发展分析 27

#### 第二章 我国味精行业发展现状 28

##### 第一节 我国味精行业发展现状 28

###### 一、味精行业品牌发展现状 28

###### 二、味精行业消费市场现状 28

###### 三、味精市场需求层次分析 29

###### 四、我国味精市场走向分析 29

##### 第二节 我国味精行业发展状况 29

###### 一、2014年中国味精行业发展回顾 29

###### 二、2014年味精行业发展情况分析 30

###### 三、2014年我国味精市场特点分析 30

###### 四、2015年我国味精市场发展分析 31

### 第三节 中国味精行业供需分析 31

- 一、2014年中国味精市场供给总量分析 31
- 二、2014年中国味精市场供给结构分析 32
- 三、2014年中国味精市场需求总量分析 32
- 四、2015年中国味精市场需求结构分析 33
- 五、2015年中国味精市场供需平衡分析 33

### 第三章 中国味精行业经济运行分析 35

#### 第一节 2013-2015年味精行业运行情况分析 35

- 一、2014年味精行业经济指标分析 35
- 二、2015年味精行业经济指标分析 35

#### 第二节 2013-2015年味精行业产量分析 35

- 一、2014年我国味精产品产量分析 35
- 二、2015年我国味精产品产量预测 36

#### 第三节 2014年味精行业进出口分析 37

- 一、2013-2015年味精行业进口总量及价格 37
- 二、2013-2015年味精行业出口总量及价格 39
- 三、2013-2015年味精行业进出口数据统计 41
- 四、2016-2022年味精进出口态势展望 42

### 第四章 中国味精消费市场分析 44

#### 第一节 味精行业产品目标客户群体调查 44

- 一、不同收入水平消费者偏好调查 44
- 二、不同年龄的消费者偏好调查 44
- 三、不同地区的消费者偏好调查 44

#### 第二节 味精市场消费需求分析 44

- 一、味精市场的消费需求变化 45
- 二、味精行业的需求情况分析 45

#### 第三节 味精消费市场状况分析 46

- 一、味精行业消费特点 46
- 二、味精消费者分析 46
- 三、味精消费结构分析 47
- 四、味精消费的市场变化 47
- 五、味精市场的消费方向 48

#### 第四节 味精行业产品的品牌市场调查 48

- 一、消费者对市场品牌认知度宏观调查 48
- 二、消费者对市场产品的品牌偏好调查 48

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道 48

四、消费者经常购买的品牌调查 49

五、味精市场品牌忠诚度调查 49

六、味精市场品牌市场占有率调查 49

七、消费者的消费理念调研 50

第五章 中国味精行业区域市场分析 51

第一节 华北地区味精行业分析 51

一、2013-2015年行业发展现状分析 51

二、2013-2015年市场规模情况分析 51

三、2016-2022年市场需求情况分析 51

四、2016-2022年行业发展前景预测 52

五、2016-2022年行业投资风险预测 52

第二节 东北地区味精行业分析 52

一、2013-2015年行业发展现状分析 52

二、2013-2015年市场规模情况分析 53

三、2016-2022年市场需求情况分析 53

四、2016-2022年行业发展前景预测 53

五、2016-2022年行业投资风险预测 54

第三节 华东地区味精行业分析 54

一、2013-2015年行业发展现状分析 54

二、2013-2015年市场规模情况分析 54

三、2016-2022年市场需求情况分析 55

四、2016-2022年行业发展前景预测 55

五、2016-2022年行业投资风险预测 55

第四节 华南地区味精行业分析 56

一、2013-2015年行业发展现状分析 56

二、2013-2015年市场规模情况分析 56

三、2016-2022年市场需求情况分析 56

四、2016-2022年行业发展前景预测 57

五、2016-2022年行业投资风险预测 57

第五节 华中地区味精行业分析 57

一、2013-2015年行业发展现状分析 58

二、2013-2015年市场规模情况分析 58

三、2016-2022年市场需求情况分析 58

四、2016-2022年行业发展前景预测 58

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 五、2016-2022年行业投资风险预测    | 59 |
| 第六节 西南地区味精行业分析          | 59 |
| 一、2013-2015年行业发展现状分析    | 59 |
| 二、2013-2015年市场规模情况分析    | 59 |
| 三、2016-2022年市场需求情况分析    | 60 |
| 四、2016-2022年行业发展前景预测    | 60 |
| 五、2016-2022年行业投资风险预测    | 60 |
| 第七节 西北地区味精行业分析          | 61 |
| 一、2013-2015年行业发展现状分析    | 61 |
| 二、2013-2015年市场规模情况分析    | 61 |
| 三、2016-2022年市场需求情况分析    | 61 |
| 四、2016-2022年行业发展前景预测    | 62 |
| 五、2016-2022年行业投资风险预测    | 62 |
| 第六章 味精行业投资与发展前景分析       | 63 |
| 第一节 2014年味精行业投资情况分析     | 63 |
| 一、2014年总体投资结构           | 63 |
| 二、2014年投资规模情况           | 63 |
| 三、2014年投资增速情况           | 63 |
| 四、2014年分行业投资分析          | 63 |
| 五、2014年分地区投资分析          | 63 |
| 第二节 味精行业投资机会分析          | 65 |
| 一、味精投资项目分析              | 65 |
| 二、可以投资的味精模式             | 65 |
| 三、2015年味精投资机会           | 66 |
| 四、2015年味精细分行业投资机会       | 66 |
| 五、2015年味精投资新方向          | 66 |
| 第三节 味精行业发展前景分析          | 67 |
| 一、味精市场发展前景分析            | 67 |
| 二、我国味精市场蕴藏的商机           | 68 |
| 三、金融危机下味精市场的发展前景        | 68 |
| 四、2014年味精市场面临的发展商机      | 68 |
| 五、2016-2022年味精市场面临的发展商机 | 69 |
| 第二部分 市场竞争格局与形势          | 70 |
| 第七章 味精行业竞争格局分析          | 70 |
| 第一节 味精行业集中度分析           | 70 |

- 一、味精市场集中度分析 70
- 二、味精企业集中度分析 70
- 三、味精区域集中度分析 71
- 第二节 味精行业主要企业竞争力分析 72
  - 一、重点企业资产总计对比分析 72
  - 二、重点企业从业人员对比分析 73
  - 三、重点企业全年营业收入对比分析 73
  - 四、重点企业利润总额对比分析 74
  - 五、重点企业综合竞争力对比分析 75
- 第三节 味精行业竞争格局分析 75
  - 一、2013-2015年味精行业竞争分析 75
  - 二、2013-2015年中外味精产品竞争分析 75
  - 三、2013-2015年国内外味精竞争分析 75
  - 四、2013-2015年我国味精市场竞争分析 76
  - 五、2013-2015年我国味精市场集中度分析 76
  - 六、2016-2022年国内主要味精企业动向 76
- 第八章 2016-2022年中国味精行业发展形势分析 77
  - 第一节 味精行业发展概况 77
    - 一、味精行业发展特点分析 77
    - 二、味精行业投资现状分析 77
    - 三、味精行业总产值分析 77
    - 四、味精行业技术发展分析 78
  - 第二节 2013-2015年味精行业市场情况分析 80
    - 一、味精行业市场发展分析 80
    - 二、味精市场存在的问题 81
    - 三、味精市场规模分析 81
  - 第三节 2013-2015年味精产销状况分析 81
    - 一、味精产量分析 81
    - 二、味精产能分析 82
    - 三、味精市场需求状况分析 82
  - 第四节 产品发展趋势预测 83
    - 一、产品发展新动态 83
    - 二、技术新动态 83
    - 三、产品发展趋势预测 83
- 第三部分 赢利水平与企业分析 85

## 第九章 中国味精行业整体运行指标分析 85

### 第一节 2013-2015年中国味精行业总体规模分析 85

#### 一、企业数量结构分析 85

#### 二、行业生产规模分析 85

### 第二节 2013-2015年中国味精行业产销分析 85

#### 一、行业产成品情况总体分析 86

#### 二、行业产品销售收入总体分析 86

### 第三节 2013-2015年中国味精行业财务指标总体分析 87

#### 一、行业盈利能力分析 87

#### 二、行业偿债能力分析 87

#### 三、行业营运能力分析 88

#### 四、行业发展能力分析 88

## 第十章 味精行业赢利水平分析 90

### 第一节 成本分析 90

#### 一、2013-2015年味精原材料价格走势 90

#### 二、2013-2015年味精行业人工成本分析 90

### 第二节 产销运存分析 90

#### 一、2013-2015年味精行业产销情况 90

#### 二、2013-2015年味精行业库存情况 91

#### 三、2013-2015年味精行业资金周转情况 91

### 第三节 盈利水平分析 92

#### 一、2013-2015年味精行业价格走势 92

#### 二、2013-2015年味精行业营业收入情况 94

#### 三、2013-2015年味精行业毛利率情况 94

#### 四、2013-2015年味精行业赢利能力 94

#### 五、2013-2015年味精行业赢利水平 95

#### 六、2016-2022年味精行业赢利预测 95

## 第十一章 味精行业盈利能力分析 96

### 第一节 2013-2015年中国味精行业利润总额分析 96

#### 一、利润总额分析 96

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析 96

#### 三、不同所有制企业利润总额比较分析 96

### 第二节 2013-2015年中国味精行业销售利润率 97

#### 一、销售利润率分析 97

#### 二、不同规模企业销售利润率比较分析 97



|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 三、不同所有制企业销售利润率比较分析           | 98  |
| 第三节 2013-2015年中国味精行业总资产利润率分析 | 98  |
| 一、总资产利润率分析                   | 98  |
| 二、不同规模企业总资产利润率比较分析           | 99  |
| 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析          | 99  |
| 第四节 2013-2015年中国味精行业产值利税率分析  | 99  |
| 一、产值利税率分析                    | 99  |
| 二、不同规模企业产值利税率比较分析            | 100 |
| 三、不同所有制企业产值利税率比较分析           | 100 |
| 第十二章 味精重点企业发展分析              | 102 |
| 第一节 莲花                       | 102 |
| 一、企业概况                       | 102 |
| 二、2013-2015年经营状况             | 103 |
| 三、2016-2022年盈利能力             | 111 |
| 四、2016-2022年投资风险             | 112 |
| 第二节 梅花                       | 112 |
| 一、企业概况                       | 112 |
| 二、2013-2015年经营状况             | 113 |
| 三、2016-2022年盈利能力             | 122 |
| 四、2016-2022年投资风险             | 123 |
| 第三节 菱花                       | 123 |
| 一、企业概况                       | 123 |
| 二、2013-2015年经营状况             | 125 |
| 三、2016-2022年盈利能力             | 131 |
| 四、2016-2022年投资风险             | 132 |
| 第四节 红梅                       | 133 |
| 一、企业概况                       | 133 |
| 二、2013-2015年经营状况             | 133 |
| 三、2016-2022年盈利能力             | 139 |
| 四、2016-2022年投资风险             | 139 |
| 第五节 双桥                       | 140 |
| 一、企业概况                       | 140 |
| 二、2013-2015年经营状况             | 140 |
| 三、2016-2022年盈利能力             | 146 |
| 四、2016-2022年投资风险             | 146 |

## 第六节 国泰 146

### 一、企业概况 146

### 二、2013-2015年经营状况 147

### 三、2016-2022年盈利能力 153

### 四、2016-2022年投资风险 153

## 第七节 大桥-亚太味业 153

### 一、企业概况 153

### 二、2013-2015年经营状况 155

### 三、2016-2022年盈利能力 160

### 四、2016-2022年投资风险 161

## 第八节 骏马-齐鲁 161

### 一、企业概况 161

### 二、2013-2015年经营状况 162

### 三、2016-2022年盈利能力 168

### 四、2016-2022年投资风险 168

## 第九节 菊花 169

### 一、企业概况 169

### 二、2013-2015年经营状况 169

### 三、2016-2022年盈利能力 175

### 四、2016-2022年投资风险 175

## 第十节 信乐 176

### 一、企业概况 176

### 二、2013-2015年经营状况 176

### 三、2016-2022年盈利能力 182

### 四、2016-2022年投资风险 182

## 第四部分 投资策略与风险预警 184

### 第十三章 味精行业投资策略分析 184

#### 第一节 行业发展特征 184

##### 一、行业的周期性 184

##### 二、行业的区域性 185

##### 三、行业的上下游 185

##### 四、行业经营模式 185

#### 第二节 行业投资形势分析 186

##### 一、行业发展格局 186

##### 二、行业进入壁垒 188

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 三、行业SWOT分析               | 188 |
| 四、行业五力模型分析               | 189 |
| 第三节 味精行业投资效益分析           | 194 |
| 一、2014年味精行业投资状况分析        | 194 |
| 二、2014年味精行业投资效益分析        | 195 |
| 三、2016-2022年味精行业投资方向     | 195 |
| 四、2016-2022年味精行业投资建议     | 196 |
| 第四节 味精行业投资策略研究           | 197 |
| 一、2014年味精行业投资策略          | 197 |
| 二、2015年味精行业投资策略          | 198 |
| 三、2016-2022年味精行业投资策略     | 199 |
| 四、2016-2022年味精细分行业投资策略   | 201 |
| 第十四章 味精行业投资风险预警          | 203 |
| 第一节 影响味精行业发展的主要因素        | 203 |
| 一、2015年影响味精行业运行的有利因素     | 203 |
| 二、2015年影响味精行业运行的稳定因素     | 203 |
| 三、2015年影响味精行业运行的不利因素     | 204 |
| 四、2015年我国味精行业发展面临的挑战     | 205 |
| 五、2015年我国味精行业发展面临的机遇     | 205 |
| 第二节 味精行业投资风险预警           | 206 |
| 一、2016-2022年味精行业市场风险预测   | 206 |
| 二、2016-2022年味精行业政策风险预测   | 206 |
| 三、2016-2022年味精行业经营风险预测   | 207 |
| 四、2016-2022年味精行业技术风险预测   | 207 |
| 五、2016-2022年味精行业竞争风险预测   | 207 |
| 六、2016-2022年味精行业其它风险预测   | 208 |
| 第五部分 发展趋势与规划建议           | 209 |
| 第十五章 味精行业发展趋势分析          | 209 |
| 第一节 2016-2022年中国味精市场趋势分析 | 209 |
| 一、2013-2015年我国味精市场趋势总结   | 209 |
| 二、2016-2022年我国味精发展趋势分析   | 209 |
| 第二节 2016-2022年味精产品发展趋势分析 | 210 |
| 一、2016-2022年味精产品技术趋势分析   | 210 |
| 二、2016-2022年味精产品价格趋势分析   | 210 |
| 第三节 2016-2022年中国味精行业供需预测 | 210 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 一、2016-2022年中国味精供给预测         | 210 |
| 二、2016-2022年中国味精需求预测         | 211 |
| 三、2016-2022年中国味精价格预测         | 211 |
| 第四节 2016-2022年味精行业规划建议       | 212 |
| 一、味精行业“十二五”整体规划              | 212 |
| 二、味精行业“十三五”规划预测              | 212 |
| 三、2016-2022年味精行业规划建议         | 213 |
| 第十六章 味精企业管理策略建议              | 220 |
| 第一节 市场策略分析                   | 220 |
| 一、味精价格策略分析                   | 220 |
| 二、味精渠道策略分析                   | 220 |
| 第二节 销售策略分析                   | 221 |
| 一、媒介选择策略分析                   | 221 |
| 二、产品定位策略分析                   | 224 |
| 三、企业宣传策略分析                   | 225 |
| 第三节 提高味精企业竞争力的策略             | 227 |
| 一、提高中国味精企业核心竞争力的对策           | 227 |
| 二、味精企业提升竞争力的主要方向             | 230 |
| 三、影响味精企业核心竞争力的因素及提升途径        | 230 |
| 四、提高味精企业竞争力的策略               | 232 |
| 第四节 对我国味精品牌的战略思考             | 233 |
| 一、味精实施品牌战略的意义                | 233 |
| 二、味精企业品牌的现状分析                | 234 |
| 三、我国味精企业的品牌战略                | 236 |
| 四、味精品牌战略管理的策略                | 238 |
| 图表目录                         |     |
| 图表 1 2014年全球味精需求分析           | 24  |
| 图表 2 2014年全球味精市场规模分析         | 24  |
| 图表 3 2014-2015年12月全球味精需求分析   | 25  |
| 图表 4 2014-2015年12月全球味精市场规模分析 | 25  |
| 图表 5 2013-2015年12月美国味精市场规模分析 | 26  |
| 图表 6 2013-2015年12月欧洲味精市场规模分析 | 26  |
| 图表 7 2013-2015年12月日本味精市场规模分析 | 27  |
| 图表 8 2013-2015年12月韩国味精市场规模分析 | 27  |
| 图表 9 2013-2015年12月我国味精行业销量分析 | 28  |

图表 10 2013-2015年12月我国味精行业供给量分析 32

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/237198237198.html>