

2020年中国味精市场调研报告- 行业调研与未来动向研究

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《2020年中国味精市场调研报告-行业调研与未来动向研究》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/canyin/518736518736.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

味精的主要化学成分为谷氨酸钠，是一种鲜味调味料，易溶于水。我国调味品行业持续稳定发展，市场规模从2012年的2299.4亿元增长到2018年的3224.2亿元，复合年增长率为5.8%；到2019年中国调味品市场规模达到3345.9亿元，同比增长3.77%。

2012-2019年中国调味品行业市场规模

数据来源：公开资料整理

我国调味品市场细分品类较多，其中味精、酱油以及食用醋是市场品类占比较大，2019年，味精市场规模占调味品整体市场规模比重的15.11%，超过酱油与食用醋在调味品市场中排名第一。

2019年我国调味品细分市场格局

数据来源：公开资料整理

我国味精行业共经历了三轮产能整合，第一轮整合是从2003年到2004年，大量综合实力比较低的中小型企业被迫关停，退出行业；第二轮整合从2007年到2009年，大批中小味精生产企业倒闭，行业集中度提升；第三轮整合从2011年到2013年，行业集中度进一步提升，味精生产企业被压缩至十多家。最终行业产能整合带来的是中小企业退出，大企业扩张产能，行业市场集中于几个龙头企业。

中国味精行业整合经历阶段

时间

阶段

内容

2003-2004年

第一轮整合

2004年味精价格虽有上升但幅度很小，而生产味精的原辅料和能源，普遍价格上涨，成本大幅上升使得当年味精行业经济效益大面积大幅度下降，在行业集中度低、价格战盛行的背景下，不少综合实力比较低的中小型企业被迫关停，退出行业。

2007-2009年

第二轮整合

味精行业高浓度有机废水污染严重，是行业突出的共性问题。在环保趋严的背景下，行业内优势企业引导味精价格下调，主动打响价格战，通过成本优势换取市场优势，引领行业重组和洗牌。这一轮价格战中，大批中小味精生产企业尤其是以外购谷氨酸生产味精的低毛利率、高污染企业迅速倒闭，行业集中度明显提升。

2011-2013年

第三轮整合

2011年环保部发布味精国家环境保护标准《味精工业废水治理工程技术规范》，2010年至2

013年间分别淘汰味精行业落后产能18.9万吨、9.38万吨、14.3万吨和28.5万吨。行业集中度进一步提升，味精生产企业被压缩至十多家，逐步形成阜丰集团、梅花生物、伊品生物寡头割据的局面。数据来源：公开资料整理

在全球范围内，我国的味精生产约占全球味精总产能的76%，是世界上味精行业的第一大生产国和消费国，相比消费方面，我国味精行业一直处于产能过剩状态。自2010年来，我国味精产量呈现波动态势，从2014年到2016年味精产量逐年上升，2017年产量下降，到2018年又有所增长，味精产量达到220万吨，同比增长2.33%；2019年中国味精产量下降到205万吨，同比下降6.82%。

2010-2019年中国味精产量及同比增长

数据来源：公开资料整理

而在消费量方面，在经历2015年大幅下降，2016年快速上升，2017年又大幅度下降之后我国味精需求整体呈现缓慢增长态势。到2018年，中国味精表观消费量达到200万吨，较上年增长3.24%；2019年中国味精表观消费量为203万吨，较上年增长1.41%。

2014-2019年中国味精表观消费量

数据来源：公开资料整理

根据数据显示，我国味精销售收入在前期较为波动，自2014年大幅下滑后呈现平稳上升状态，到2018年销售收入达到495.33亿元，较2017年增加9.12亿元，同比增长1.88%；2019年中国味精销售收入达到506.54亿元，同比增长2.26%。

2011-2019年我国味精销售收入

数据来源：公开资料整理

在进出口方面，中国味精行业呈贸易顺差状态，自2014年来我国味精对外出口数量与金额较为波动，到2019年中国味精进口数量为0.18万吨，与去年进口数量基本持平；进口金额为620万美元，较上年增加97万美元，同比增长18.55%。2020年1-8月，中国味精进口数量为0.12万吨，进口金额为415万美元。

2014-2020年1-8月中国味精进口数量及金额

数据来源：公开资料整理

中国味精对外出口数量与金额起伏较大，到2019年中国味精出口数量大幅下降，为2.03万吨，较2018年减少17.83万吨，同比下降89.78%；出口金额为2178万美元，较上年减少17445万美元，同比下降88.9%。2020年1-8月，中国味精出口数量为1.36万吨，出口金额为1339万美元。

2014-2020年1-8月中国味精出口数量及金额

数据来源：公开资料整理

目前我国味精一般是由具有一定科技实力的大企业进行规模化生产，中国味精行业的上市企业有梅花生物、加加集团、莲花健康以及安记食品等，2020年上半年，梅花生物营业收入最高，达到81.4亿元，同比制造16.58%，营业利润达到6.36亿元，同比下降4.26%；

加加集团营业利润增幅最大，达到1.07亿元，同比增长24.36%；安记食品是营业收入唯一下降的企业，同比下降14.52%；莲花健康营业利润为0.31亿元，同比下降76.01%，降幅最大。

2020年上半年中国味精主营企业收入

企业

营业收入（亿元）

同比增长（%）

利润（亿元）

同比增长（%）

莲花健康

7.83

6.06%

0.31

-76.01

梅花生物

81.4

16.58%

6.36

-4.26%

ST加加

11.56

12.87%

1.07

24.36%

安记食品

1.78

-14.52%

0.24

-15.83%数据来源：公开资料整理

延伸阅读：

2020年，中国味精十大品牌分别为：莲花LOTUS、梅花MEIHUA、福瑞、红梅、太太乐、骏马、菱花Linghua、飞马FEIMA、加加JIAJIA以及武夷WUYI。

2019年中国味精十大品牌

序列

品牌

企业名称

企业地址

1

莲花LOTUS

莲花健康产业集团股份有限公司

河南省周口市项城市莲花大道18号

2

梅花MEIHUA

梅花生物科技集团股份有限公司

河北省廊坊市经济技术开发区华祥路66号

3

福瑞

山东阜丰发酵有限公司

山东省临沂市莒南县淮海路西段

4

红梅

沈阳红梅食品有限公司

辽宁省沈阳市沈北新区蒲南路168号

5

太太乐

雀巢(中国)有限公司

北京市朝阳区望京街8号利星行广场B座9层

6

骏马

山东齐鲁生物科技集团有限公司

山东省聊城市茌平县齐鲁生态工业园

7

菱花Linghua

菱花集团有限公司

山东省济宁市高新技术产业开发区菱花路

8

飞马FEIMA

重庆飞亚实业有限公司

重庆市江北区建新东路71号新时代6楼

9

加加JIAJIA

加加食品集团股份有限公司

湖南省长沙市宁乡县经济技术开发区站前路

10

武夷WUYI

福建省建阳武夷味精有限公司

福建省南平市建阳区工业路201号数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国味精市场调研报告-行业调研与未来动向研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国味精行业发展概述

第一节 味精行业发展情况概述

一、味精行业相关定义

二、味精行业基本情况介绍

三、味精行业发展特点分析

第二节 中国味精行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、味精行业产业链条分析

三、中国味精行业上游环节分析

四、中国味精行业下游环节分析

第三节 中国味精行业生命周期分析

一、味精行业生命周期理论概述

二、味精行业所属的生命周期分析

第四节 味精行业经济指标分析

一、味精行业的赢利性分析

二、味精行业的经济周期分析

三、味精行业附加值的提升空间分析

第五节 中国味精行业进入壁垒分析

一、味精行业资金壁垒分析

二、味精行业技术壁垒分析

三、味精行业人才壁垒分析

四、味精行业品牌壁垒分析

五、味精行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球味精行业市场发展现状分析

第一节 全球味精行业发展历程回顾

第二节 全球味精行业市场区域分布情况

第三节 亚洲味精行业地区市场分析

一、亚洲味精行业市场现状分析

二、亚洲味精行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲味精行业市场前景分析

第四节 北美味精行业地区市场分析

一、北美味精行业市场现状分析

二、北美味精行业市场规模与市场需求分析

三、北美味精行业市场前景分析

第五节 欧盟味精行业地区市场分析

一、欧盟味精行业市场现状分析

二、欧盟味精行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟味精行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界味精行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球味精行业市场规模预测

第三章 中国味精产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品味精总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国味精行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国味精产业社会环境发展分析

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、消费观念分析

第四章 中国味精行业运行情况

第一节 中国味精行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

四、行业发展动态

第二节 中国味精行业市场规模分析

第三节 中国味精行业供应情况分析

第四节 中国味精行业需求情况分析

第五节 中国味精行业供需平衡分析

第六节 中国味精行业发展趋势分析

第五章 中国味精所属行业运行数据监测

第一节 中国味精所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国味精所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国味精所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国味精市场格局分析

第一节 中国味精行业竞争现状分析

一、中国味精行业竞争情况分析

二、中国味精行业主要品牌分析

第二节 中国味精行业集中度分析

一、中国味精行业市场集中度分析

二、中国味精行业企业集中度分析

第三节 中国味精行业存在的问题

第四节 中国味精行业解决问题的策略分析

第五节 中国味精行业竞争力分析

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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国味精行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国味精行业需求特点与动态分析

第一节 中国味精行业消费者基本情况

第二节 中国味精行业消费者属性及偏好调查

第三节 味精行业成本分析

第四节 味精行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国味精行业价格现状分析

第六节 中国味精行业平均价格走势预测

一、中国味精行业价格影响因素

二、中国味精行业平均价格走势预测

三、中国味精行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国味精行业区域市场现状分析

第一节 中国味精行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区味精市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区味精市场规模分析

四、华东地区味精市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区味精市场规模分析

四、华北地区味精市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区味精市场规模分析

四、华南地区味精市场规模预测

第九章 2017-2020年中国味精行业竞争情况

第一节 中国味精行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国味精行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国味精行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 味精行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国味精行业发展前景分析与预测

第一节 中国味精行业未来发展前景分析

一、味精行业国内投资环境分析

二、中国味精行业市场机会分析

三、中国味精行业投资增速预测

第二节 中国味精行业未来发展趋势预测

第三节 中国味精行业市场发展预测

一、中国味精行业市场规模预测

二、中国味精行业市场规模增速预测

三、中国味精行业产值规模预测

四、中国味精行业产值增速预测

五、中国味精行业供需情况预测

第四节 中国味精行业盈利走势预测

一、中国味精行业毛利润同比增速预测

二、中国味精行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国味精行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 味精产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 味精行业投资风险分析

一、味精行业政策风险分析

二、味精行业技术风险分析

三、味精行业竞争风险

四、味精行业其他风险分析

第三节 味精行业企业经营发展分析及建议

一、味精行业经营模式

二、味精行业销售模式

三、味精行业创新方向

第四节 味精行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国味精行业发展战略及规划建议

第一节 中国味精行业品牌战略分析

- 一、味精企业品牌的重要性
- 二、味精企业实施品牌战略的意义
- 三、味精企业品牌的现状分析
- 四、味精企业的品牌战略
- 五、味精品牌战略管理的策略

第二节 中国味精行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国味精行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国味精行业发展策略及投资建议

第一节 中国味精行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国味精行业定价策略分析

第三节 中国味精行业营销渠道策略

- 一、味精行业渠道选择策略
- 二、味精行业营销策略

第四节 中国味精行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国味精行业重点投资区域分析
- 二、中国味精行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/518736518736.html>