

2018年中国食盐行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国食盐行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/329301329301.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

食盐，又称餐桌盐，是对人类生存最重要的物质之一，也是烹饪中最常用的调味料。盐的主要化学成份氯化钠（化学式NaCl）在食盐中含量为99%（属于混合物），部分地区所出品的食盐加入氯化钾来降低氯化钠的含量以降低高血压发生率。同时世界大部分地区的食盐都通过添加碘来预防碘缺乏病，添加了碘的食盐叫做碘盐。我国是全球原盐产能和产量最大的国家，2016年我国原盐产量在6,000万吨左右。近几年我国原盐的产能出现了过剩，原盐的价格则是稳步下行。在我国原盐产量中，有大约1,000万吨左右用于食盐的制备。根据商务部统计的数据，在终端市场我国食盐的零售价格已超过了4元/公斤，所以目前我国食盐的年消费额在400亿以上。除去食盐的制备成本和流通成本，我国食盐产业链的利润大约在300亿左右。在原有的专营体制下，食盐产业链的大部分利润被具有食盐批发和销售资格的盐业公司拿走，在盐改方案推行以后，各级盐业公司可以自行采购制盐企业的食盐并进行跨区域销售，制盐企业也可以通过自建渠道销售食盐产品，食盐产业的流通性和活力被打开，而食盐产业链的百亿利润也会被重新分配。

我国原盐产业结构 资料来源：观研天下数据中心整理

1、我国由于一直实行食盐专营制度，由于盐产品不能跨区域流通，产品的产量和价格也受到管制，所以各地的制盐企业没有动力进行品种盐的研发。据调研，在北京较大的超市销售的食盐种类有15-20种左右，普通二线城市民众能接触到的食盐种类在10种以内，比较偏远的城市有的只销售常规的加碘食盐，而且国内食盐的包装大部分都是很普通的袋装，所以食盐在国内食品行业显得既普通又单一。反观美国、日本、韩国以及其他西方国家，他们的食盐不仅品种众多，而且包装也多种多样。在沃尔玛的官网上搜索“salt”，挂出来的各种盐品种超过了100种。中盐上海盐业公司总经理对一些国家或地区考察时发现，日本一个超市有80多种食盐，台湾地区的商场有50多种食盐，在韩国，不同地区生产的同类食盐会被视作不同品种，甚至同一地区不同季节生产的食盐也会按品种区分开，充分考虑了不同地区不同环境对食盐选用的影响。2017年1月1日以后，我国食盐产品可以跨区域流通，而且价格放开管制。在各地制盐企业展开竞争的方式当中，食盐品种的多样性会成为非常重要的手段之一，食盐产品的种类能够尽量满足民众需求的有望获得更多的市场份额。

2、过去十多年间，食盐的零售价格一直在稳步提升，但由于中盐公司在盐业市场中的买方垄断和卖方垄断的双重角色，食盐的价格并非由市场决定。2017年1月1日开始，食盐产品的价格放开政府管制，由企业根据成本、品质和供求情况自主确定，所以盐改方案实行后，食盐产品的价格会有剧烈变化。对于普通食盐，一包（500g左右）的价格大概在1.5元~2.5元之间，但这些普通食盐的毛利率依然非常高。今后各地制盐企业的产品可以全国流通，在普通食盐的销售上，各制盐企业非常有可能通过降低价格来占领市场。2017年以后，一包（500g）普通食盐的价格预计会降低到一块钱以下。

3、先从食盐生产企业来看，一般会认为盐改实行后，价格和产量放开限制，制盐企业会获得更多利润。但目前我

国原盐产能过剩较多，食盐的产量放开后，更多的原盐会被用于制备食盐，那么盐改之后，食盐的供给将会过剩。而制盐企业虽然被允许进入销售环节，但由于之前不允许生产企业直接销售，今后如果再建销售渠道的话，成本会很高，而如果想利用原有的销售渠道，就必须要和之前建立这些销售渠道的食盐批发企业合作。所以对于制盐企业来说，面对今后食盐产品的竞争加剧，产品品牌影响力强、附加值高且能够满足消费者需求的，将会占据优势；另一方面能否拥有更多销售渠道将成为核心竞争力。

4、对于省级的盐业公司和中盐公司，他们由于多年的垄断已占据了非常丰富的渠道资源，近几年为了备战盐改，很多盐业公司已经提前布局上游的生产企业，为今后实现产销一体做好准备。所以实力强劲的盐业公司在产销一体后会最有可能成为市场竞争的巨头。原盐下游消费结构 资料来源：观研天下数据中心整理（FSW）

观研天下发布的《2018年中国食盐行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。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、食盐T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 2015-2017年中国食盐行业发展概述

第一节 食盐行业发展情况概述

一、食盐行业相关定义

二、食盐行业基本情况介绍

三、食盐行业发展特点分析

第二节 中国食盐行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、食盐行业产业链条分析

三、中国食盐行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国食盐行业生命周期分析

一、食盐行业生命周期理论概述

二、食盐行业所属的生命周期分析

第四节 食盐行业经济指标分析

一、食盐行业的赢利性分析

二、食盐行业的经济周期分析

三、食盐行业附加值的提升空间分析

第五节 中国食盐行业进入壁垒分析

一、食盐行业资金壁垒分析

二、食盐行业技术壁垒分析

三、食盐行业人才壁垒分析

四、食盐行业品牌壁垒分析

五、食盐行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球食盐行业市场发展现状分析

第一节 全球食盐行业发展历程回顾

第二节 全球食盐行业市场区域分布情况

第三节 亚洲食盐行业地区市场分析

一、亚洲食盐行业市场现状分析

二、亚洲食盐行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲食盐行业市场前景分析

第四节 北美食盐行业地区市场分析

一、北美食盐行业市场现状分析

二、北美食盐行业市场规模与市场需求分析

三、北美食盐行业市场前景分析

第五节 欧盟食盐行业地区市场分析

一、欧盟食盐行业市场现状分析

二、欧盟食盐行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟食盐行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界食盐行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球食盐行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国食盐产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国食盐行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国食盐产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、食盐环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国食盐行业运行情况

第一节 中国食盐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

第二节 中国食盐行业市场规模分析

第三节 中国食盐行业供应情况分析

第四节 中国食盐行业需求情况分析

第五节 中国食盐行业供需平衡分析

第六节 中国食盐行业发展趋势分析

第五章 中国食盐所属行业运行数据监测

第一节 中国食盐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 中国食盐所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国食盐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 2015-2017年中国食盐市场格局分析

第一节 中国食盐行业竞争现状分析

一、中国食盐行业竞争情况分析

二、中国食盐行业主要品牌分析

第二节 中国食盐行业集中度分析

一、中国食盐行业市场集中度分析

二、中国食盐行业企业集中度分析

第三节 中国食盐行业存在的问题

第四节 中国食盐行业解决问题的策略分析

第五节 中国食盐行业竞争力分析

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

第七章 2015-2017年中国食盐行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国食盐行业消费特点

第二节 中国食盐行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 食盐行业成本分析

第四节 食盐行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国食盐行业价格现状分析

第六节 中国食盐行业平均价格走势预测

一、中国食盐行业价格影响因素

二、中国食盐行业平均价格走势预测

三、中国食盐行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国食盐行业区域市场现状分析

第一节 中国食盐行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区食盐市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区食盐市场规模分析

四、华东地区食盐市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区食盐市场规模分析

四、华中地区食盐市场规模预测

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、华南地区食盐市场规模分析

第九章 2015-2017年中国食盐行业竞争情况

第一节 中国食盐行业竞争结构分析（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 中国食盐行业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 中国食盐行业竞争环境分析（食盐T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 食盐行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国食盐行业发展前景分析与预测

第一节中国食盐行业未来发展前景分析

一、食盐行业国内投资环境分析

二、中国食盐行业市场机会分析

三、中国食盐行业投资增速预测

第二节中国食盐行业未来发展趋势预测

第三节中国食盐行业市场发展预测

一、中国食盐行业市场规模预测

二、中国食盐行业市场规模增速预测

三、中国食盐行业产值规模预测

四、中国食盐行业产值增速预测

五、中国食盐行业供需情况预测

第四节中国食盐行业盈利走势预测

一、中国食盐行业毛利润同比增速预测

二、中国食盐行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国食盐行业投资风险与营销分析

第一节 食盐行业投资风险分析

一、食盐行业政策风险分析

二、食盐行业技术风险分析

三、食盐行业竞争风险分析

四、食盐行业其他风险分析

第二节 食盐行业企业经营发展分析及建议

一、食盐行业经营模式

二、食盐行业销售模式

三、食盐行业创新方向

第三节 食盐行业应对策略

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2018-2024年中国食盐行业发展策略及投资建议

第一节 中国食盐行业品牌战略分析

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

第二节 中国食盐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 中国食盐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 2018-2024年中国食盐行业发展策略及投资建议

第一节 中国食盐行业产品策略分析

- 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 中国食盐行业定价策略分析

第二节 中国食盐行业营销渠道策略

- 一、食盐行业渠道选择策略
- 二、食盐行业营销策略

第三节 中国食盐行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国食盐行业重点投资区域分析
- 二、中国食盐行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/329301329301.html>