

2022-2028年中国味精产业 发展现状与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国味精产业发展现状与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202112/259261.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

味精（谷氨酸钠）是目前世界上生产最多、用量最大、最常见的的一类食品增味剂。最早由日本东京大学教授从海带中提取，命名为“味之素”。现在已经广泛用于家庭和餐厅佳肴调味、工业食品加工。现代的味精生产主要以粮食（玉米、小麦、大米等）为原材料，经过微生物发酵提纯制得。味精生产中，玉米是其中成本占比最大的环节，单吨味精消耗2.2-2.3吨玉米所以，研判玉米对研判味精有着深刻的指导价值。

我国是全球味精主要生产国家，产量占全球需求量的60%以上，我国对于味精行业的研究投入较大，近年来味精行业相关申请数量也较多，从2009年的716项，上升至2014年2663项，虽然近年来有所回落，但还是保持在1000项以上。2016-2018年中国味精行业相关专利申请数量

中企顾问网发布的《2022-2028年中国味精产业发展现状与市场全景评估报告》共十四章。首先介绍了中国味精行业市场发展环境、味精整体运行态势等，接着分析了中国味精行业市场运行的现状，然后介绍了味精市场竞争格局。随后，报告对味精做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国味精行业发展趋势与投资预测。您若想对味精产业有个系统的了解或者想投资中国味精行业，本报告是您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。

报告目录：第一章 味精行业相关基础概述及研究机构1.1 味精产品概述1.1.1 味精的界定1.1.2 味精产品特色1.2 味精行业特点分析1.2.1 市场特点分析1.2.2 行业经济特性1.2.3 行业发展周期分析1.2.4 行业进入风险1.2.5 行业成熟度分析1.3 味精行业研究机构1.3.1 味精行业介绍1.3.2 味精行业研究优势1.3.3 味精行业研究范围 第二章 2015-2019年中国味精行业市场发展环境分析2.1 中国味精行业经济环境分析2.1.1 中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、工业发展形势6、调味品工业发展现状分析2.1.2 经济环境对行业的影响分析2.2 中国味精行业政策环境分析2.2.1 行业监管环境1、行业主管部门2、行业监管体制2.2.2 行业政策分析1、《食品安全法》2、ISO9001质量管理体系3、《食品安全法实施条例》4、《食品生产许可管理办法》5、《食品添加剂卫生管理办法》2.2.3 政策环境对行业的影响分析2.3 中国味精行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境1、人口规模分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、生态环境分析5、中国城镇化率6、绿色健康消费观念趋势2.3.2 社会环境对行业的影响分析2.4 中国味精行业技术环境分析2.4.1 味精生产技术分析1、味精生产工艺分析2、味精现代化生产工艺2.4.2 行业主要技术发展趋势2.4.3 技术环境对行业的影响 第三章 中国味精行业上、下游产业链分析3.1 味精行业产业链概述3.1.1 产业链定义3.1.2 味精行业产业链3.2 味精行业上游-玉米种植产业发展分析3.2.1 玉米种植产业发

展现状3.2.2 玉米种植产业供给分析3.2.3 玉米供给价格分析

近年来，我国玉米价格行呈现缓慢增长的趋势，2018年底约为1860元/吨，2019年至今玉米价格呈现波动的趋势，在4月初跌到了1760元/吨左右，随后上扬，目前价格在1850元/吨左右。

2016-2019年玉米平均价格走势3.2.4 玉米供给区域分布3.3 味精行业下游-经销商情况分析

析3.3.1 味精经销商发展现状3.3.2 味精经销商规模情况3.3.3 味精经销商区域分布3.4 味精行业终端消费者消费情况分析3.4.1 中国人均味精消费情况3.4.2 味精消费者地域分布情况3.4.3 健康绿色消费观念下的味精消费市场3.4.4 味精消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际味精行业市场发展分析

4.1 2015-2019年国际味精行业发展现状4.1.1 国际味精行业发展现状4.1.2 国际味精行业发展规模4.1.3 国际味精主要技术水平4.2 2015-2019年国际味精市场需求研究4.2.1 国际味精市场需求特点4.2.2 国际味精市场需求结构4.2.3 国际味精市场需求规模4.3 2015-2019年国际区域味精行业研究4.3.1 欧洲市场4.3.2 美国市场4.3.3 日韩市场4.4 2022-2028年国际味精行业发展展望4.4.1 国际味精行业发展趋势4.4.2 国际味精行业规模预测4.4.3 国际味精行业发展机会

第五章 2015-2019年中国味精所属行业发展概述

5.1 中国味精行业发展状况分析5.1.1 中国味精行业发展阶段5.1.2 中国味精行业发展总体概况5.1.3 中国味精行业发展特点分析1、低层次竞争，没有协同意识2、行业整合成长，集中度提升3、行业供给侧改革初见成效5.2 2015-2019年味精行业发展现状5.2.1 2015-2019年中国味精行业发展热点5.2.2 2015-2019年中国味精行业发展现状5.2.3 2015-2019年中国味精企业发展分析5.3 味精行业替代品及互补产品分析5.3.1 味精行业替代品分析1、替代品种类2、主要替代品对味精行业的影响3、替代品发展趋势分析5.3.2 味精行业互补产品分析1、行业互补产品种类2、主要互补产品对味精行业的影响3、互补产品发展趋势分析5.4 味精行业渠道与行业品牌分析5.4.1 味精行业渠道分析1、渠道形式2、渠道要素对比3、各区域主要代理商情况5.4.2 味精行业品牌分析1、品牌数量分析2、品牌推广方式分析3、品牌美誉度分析4、品牌的选择情况5.5 中国味精行业发展问题及对策建议5.5.1 中国味精行业发展制约因素5.5.2 中国味精行业存在问题分析1、行业产能过剩2、高成本低效益3、生产污染严重5.5.3 中国味精行业发展对策建议

第六章 中国味精所属行业运行指标分析及预测

6.1 中国味精所属行业企业数量分析6.1.1 2015-2019年中国味精所属行业企业数量情况6.1.2 2015-2019年中国味精所属行业企业竞争结构6.2 2015-2019年中国味精所属行业财务指标总体分析6.2.1 行业盈利能力分析6.2.2 行业偿债能力分析6.2.3 行业营运能力分析6.2.4 行业发展能力分析6.3 中国味精所属行业市场规模分析及预测6.3.1 2015-2019年中国味精所属行业市场规模分析6.3.2 2022-2028年中国味精所属行业市场规模预测6.4 2015-2019年中国味精区域市场规模分析6.4.1 东北地区市场规模分析6.4.2 华北地区市场规模分析6.4.3 华东地区市场规模分析6.4.4 华中地区市场规模分析6.4.5 华南地区市场规模分析6.4.6 西部地区市场规模分析6.5 中国味精所属行业市场供需分析及预测6.5.1 中国味精所属行业市场供给分析1、2015-2019年中国味精所属行业供给规模分析2

、2022-2028年中国味精所属行业供给规模预测6.5.2 中国味精所属行业市场需求分析1

、2015-2019年中国味精所属行业需求规模分析2、2022-2028年中国味精所属行业需求规模预测6.6 2015-2019年中国味精所属行业产品价格分析6.6.1 2015-2019年中国味精行业产品价格回顾6.6.2 2015-2019年中国味精产品当前市场价格统计分析6.6.3 2015-2019年中国味精产品价格影响因素分析6.6.4 2022-2028年中国味精产品价格预测6.7 味精所属行业进出口分析6.7.1 所属行业出口分析1、2015-2019年味精所属行业出口总况分析2、2015-2019年味精所属行业出口量及增长情况3、2015-2019年味精细分所属行业出口情况4、所属行业出口流向结构5、所属行业出口产品品牌分析6、主要出口企业分析7、出口价格特征分析6.7.2 所属行业进口分析1、2015-2019年味精所属行业进口总况分析2、2015-2019年味精所属行业进口量及增长情况3、2015-2019年味精细分所属行业进口情况4、国家进口结构5、进口产品结构 第七章 中国互联网+味精行业发展现状及前景7.1 互联网给味精行业带来的冲击和变革分析7.1.1 互联网时代味精行业大环境变化分析7.1.2 互联网给味精行业带来的突破机遇分析7.1.3 互联网给味精行业带来的挑战分析7.1.4 互联网+味精行业渠道形势变革分析7.1.5 互联网+味精行业营销模式变革分析7.2 中国互联网+味精行业市场发展现状分析7.2.1 中国互联网+味精行业投资布局分析1、中国互联网+味精行业投资切入方式2、中国互联网+味精行业投资规模分析3、中国互联网+味精行业投资业务布局7.2.2 味精行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3 中国互联网+味精行业市场规模分析7.2.4 中国互联网+味精行业竞争格局分析1、中国互联网+味精行业参与者结构2、中国互联网+味精行业竞争者类型3、中国互联网+味精行业市场占有率7.2.5 中国味精垂直电商平台分析1、天猫商城2、淘宝商城3、京东商城4、苏宁易购5、亚马逊7.2.6 中国味精企业互联网战略案例分析7.3 中国互联网+味精行业市场发展前景分析7.3.1 中国互联网+味精行业市场增长动力分析7.3.2 中国互联网+味精行业市场发展瓶颈剖析7.3.3 中国互联网+味精行业市场发展趋势分析 第八章 中国味精行业消费市场调查8.1 味精市场消费需求分析8.1.1 味精市场的消费需求变化8.1.2 味精行业的需求情况分析8.1.3 味精品牌市场消费需求分析8.2 味精消费市场状况分析8.2.1 味精行业消费特点8.2.2 味精行业消费结构分析8.2.3 味精行业消费的市场变化8.2.4 味精市场的消费方向8.3 味精行业产品的品牌市场调查8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道8.3.4 味精行业品牌忠诚度调查8.3.5 消费者的消费理念调研 第九章 中国味精行业市场竞争格局分析9.1 中国味精行业竞争格局分析9.1.1 味精行业区域分布格局9.1.2 味精行业企业规模格局9.1.3 味精行业企业性质格局9.1.4 味精国际竞争格局分析1、国际味精品牌格局2、国际味精区域格局3、国际味精市场集中度分析4、中国味精市场国产品牌占比分析9.2 中国味精行业竞争五力分析9.2.1 味精行业上游议价能力9.2.2 味精行业下游议价能力9.2.3 味精行业新进入者威胁9.2.4 味精行业替代产品威胁9.2.5 味精行业现有企业竞争9.3 中国味精行业竞争SWOT分析9.3.1 味精行业优势分析

(S) 9.3.2 味精行业劣势分析 (W) 9.3.3 味精行业机会分析 (O) 9.3.4 味精行业威胁分析 (T)

9.4 中国味精行业投资兼并重组整合分析9.4.1 投资兼并重组现状9.4.2 投资兼并重组案例9.5 中国味精行业竞争策略建议

第十章 中国味精行业领先企业竞争力分析10.1 河南莲花健康产业股份有限公司竞争力分析10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业主要产品分析10.1.3 企业竞争优势分析10.1.4 企业经营状况分析10.2 梅花生物科技集团股份有限公司竞争力分析10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业主要产品分析10.2.3 企业竞争优势分析10.2.4 企业经营状况分析10.3 山东阜丰发酵有限公司竞争力分析10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业主要产品分析10.3.3 企业竞争优势分析10.3.4 企业经营状况分析10.4 沈阳红梅食品有限公司竞争力分析10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业主要产品分析10.4.3 企业竞争优势分析10.4.4 企业经营状况分析10.5 上海太太乐食品有限公司竞争力分析10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业主要产品分析10.5.3 企业竞争优势分析10.5.4 企业经营状况分析10.6 山东齐鲁生物科技集团有限公司竞争力分析10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业主要产品分析10.6.3 企业竞争优势分析10.6.4 企业经营状况分析10.7 菱花集团有限公司竞争力分析10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业主要产品分析10.7.3 企业竞争优势分析10.7.4 企业经营状况分析10.8 重庆飞亚实业有限公司竞争力分析10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业主要产品分析10.8.3 企业竞争优势分析10.8.4 企业经营状况分析10.9 加加食品集团股份有限公司竞争力分析10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业主要产品分析10.9.3 企业竞争优势分析10.9.4 企业经营状况分析10.10 福建省建阳武夷味精有限公司竞争力分析10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业主要产品分析10.10.3 企业竞争优势分析10.10.4 企业经营状况分析

第十一章 2022-2028年中国味精行业发展趋势与投资机会研究11.1 2022-2028年中国味精行业市场发展潜力分析11.1.1 中国味精行业市场空间分析11.1.2 中国味精行业竞争格局变化11.1.3 中国味精行业互联网+前景11.2 2022-2028年中国味精行业发展趋势分析11.2.1 中国味精行业品牌格局趋势11.2.2 中国味精行业渠道分布趋势11.2.3 中国味精行业市场趋势分析11.3 2022-2028年中国味精行业投资机会与建议11.3.1 中国味精行业投资前景展望11.3.2 中国味精行业投资机会分析11.3.3 中国味精行业投资建议

第十二章 2022-2028年中国味精行业投资分析与风险规避12.1 中国味精行业关键成功要素分析12.2 中国味精行业投资壁垒分析12.3 中国味精行业投资风险与规避12.3.1 宏观经济风险与规避12.3.2 行业政策风险与规避12.3.3 上游市场风险与规避12.3.4 市场竞争风险与规避12.3.5 技术风险分析与规避12.3.6 下游需求风险与规避12.4 中国味精行业融资渠道与策略12.4.1 味精行业融资渠道分析12.4.2 味精行业融资策略分析

第十三章 2022-2028年中国味精行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外味精行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外味精行业成长情况调查13.1.2 经营模式借鉴13.1.3 国外投资新趋势动向13.2 中国味精行业商业模式探讨13.2.1 行业主要商业模式分析13.2.2 味精行业商业模式创新分析13.3 中国味精行业投资发展战略规划13.3.1 战略优势分析13.3.2 战略机遇分析13.3.3 战略规划目标13.3.4

战略措施分析13.4 最优投资路径设计13.4.1 投资对象13.4.2 投资模式13.4.3 预期财务状况分析13.4.4 风险资本退出方式 第十四章 研究结论及建议()14.1 研究结论14.2 味精行业投资可行性评估14.3 建议14.3.1 行业发展策略建议14.3.2 行业投资方向建议14.3.3 行业投资方式建议() 图表目录：图表：2015-2019年中国味精行业进口规模分析图表：2015-2019年中国味精行业出口规模分析图表：2015-2019年中国味精行业供给规模分析图表：2022-2028年中国味精行业供给规模预测图表：2015-2019年中国味精行业需求规模分析图表：2022-2028年中国味精行业需求规模预测图表：2015-2019年中国味精行业企业数量情况图表：2015-2019年中国味精行业企业竞争结构图表：2015-2019年味精行业重要数据指标比较图表：2015-2019年中国味精行业竞争力分析图表：2022-2028年中国味精行业产能预测图表：2022-2028年中国味精行业消费量预测图表：2022-2028年中国味精市场价格走势预测图表：2022-2028年中国味精行业发展趋势预测更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/259261.html>