

2020年中国味精行业分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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年中国味精行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/391754391754.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

味精又称味素，是采用微生物发酵的方法由粮食制成的一种现代调味品，主要成分为谷氨酸钠。其主要作用是增加食品的鲜味，在中国菜里用的最多，也可用于汤和调味汁。

味精在调味品市场占比情况 数据来源：国家食品药品监督管理局

味精是指以粮食为原料经发酵提纯的谷氨酸钠结晶。我国自1965年以来已全部采用糖质或淀粉原料生产谷氨酸，然后经等电点结晶沉淀、离子交换或锌盐法精制等方法提取谷氨酸，再经脱色、脱铁、蒸发、结晶等工序制成谷氨酸钠结晶。

我国的味精产业起步于上世纪二十年代，规模化发展始于上世纪八十年代中期。进入九十年代以后，由于味精产品价格和利润较高，加之国家政策上的扶植，我国味精行业产能迅速增长。于1992年成为世界味精生产的第一大国。

全球味精产能布局 数据来源：国家食品药品监督管理局

多年以来，我国味精行业一直处于产能过剩状况，虽然行业经历了三轮产能整合，但总体产能仍然大于需求，行业产能利用率一直维持在 65%左右。究其原因，行业产能整合带来的是中小企业的退出，而行业中大企业却一直在扩张产能，也就是说大企业的产能扩张弥补了中小企业的产能减少。

行业整合经历三个阶段

行业整合经历三个阶段

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，另外高峰拉电，污染限产等都不利于发酵生产，这也影响到制造成本。以99%味精为例，制造成本增加959元，而价格仅上调508元，消化能力不强的企业不然亏损。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。发酵废母液或离交尾液是味精生产行业的主要污染源，于发酵废母液中含有残糖、菌体蛋白、氨基酸、铵盐及硫酸盐等。在味精生产行业，流程越长，生产的废水就多，水质差异也较大。食品工业废水属于有机废水，毒性不大，但会引起水体富营养化，而味精行业是食品工业中废水的排放大户，也是中国发酵工业的最大污染源。2007年，国内味精行业每年所产生的高浓度有机废水总量为2850万吨，年COD生总量为142万吨，每吨味精产品产生高浓度废水15——20吨。

2007年10月，国家发改委、国家环保总局发布关于淘汰四类落后产业的通知，味精赫然在列，按照国家政策产能在3万吨以下生产企业将逐步淘汰。2009年出台了限制年产能10万吨以下企业发展的政策，关闭小型味精厂，味精企业约30%—40%的产能退出市场。

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年是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》，味精企业的工业废水处理工程面临新的“紧箍咒”。

2010年至2013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。资料来源:互联网

从需求角度来看，国内味精的消费群体主要分为三类，一类是直接供应给食品加工业，这部分产品约占整个味精市场销量的50%左右。第二类是餐用消费，这部分约占整个味精市场销量的30%左右；第三才是家庭消费，这部分约占整个味精市场销量的20%左右，以小包装为主。

近年来，随着食品加工业增速放缓、国内餐饮消费疲软以及鸡精、鸡粉等符合调味品替代，国内味精需求稳中有降，年均消费量在220万吨左右。根据数据显示，统计显示，2001-2010年，我国味精需求量年复合增长率（CAGR）达5%。

我国味精下游消费分布 数据来源：国家食品药品监督管理总局

目前味精行业产能集中在前三厂家中，并且寡头格局越发明显。行业CR3为75%左右，行业集中度非常高，寡头格局越发明显。（GYWWJP）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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年中国味精行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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、中国味精行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

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

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 中国味精行业消费市场动态情况

第二节 中国味精行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 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、渠道因素

四、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、华中地区味精市场规模分析
- 四、华中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、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、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风险与营销分析

第一节 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、味精行业竞争风险分析

四、味精行业其他风险分析

第二节 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

第三节 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/shipin/391754391754.html>