



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年味精行业发展前景 分析及投资风险预测报告

## 一、调研说明

《2010-2015年味精行业发展前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/155762.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

调味品是指能够增加菜肴的色、香、味，促进食欲，有益于人体健康的辅助食品。中国大陆增鲜消费品市场的容量超过300亿元，占调味品行业总体容量的近25%；这其中，以味精为代表的传统增鲜调味品直接市场容量又占到70%以上；可以说，味精仍是目前中国大陆增鲜调味品市场最重要的品种之一。世界市场谷氨酸味精行业的转移，基本沿着日本、中国台湾、韩国为中心的历程，而目前中国大陆已成为新的产业中心。2008年国内味精需求166万吨，出口20万吨；2008年国际市场上，味之素产量约30-40万吨，味丹国际产量约20万吨。目前全球味精市场的总体容量为250万吨；加上海外一些厂商如韩国CJ和大象，国内市场占比在70%左右。2002-2008年间，我国味精行业CR10占有率由44%提升到78%；截至2009年末，具有生产能力的企业将从原有的100多家急剧缩减，75%的味精由4万吨以上的12家企业供应。与此同时，谷氨酸市场同样经历了大幅度的行业整合：2002年，中国大陆共有味精谷氨酸生产企业140多家，其中多数企业的谷氨酸年发酵能力在2万吨以下；而截至2009年，中国大陆主要谷氨酸生产企业已经减至17家；其中，年实际产能在6万吨以上的10家大公司的谷氨酸产量约占中国大陆谷氨酸发酵能力的75%，行业CR2占据了38%的市场份额。

由于同万千大众的日常消费挂钩，味精行业展现出明显的需求稳定性和复苏快速性。味精行业在经济波动中表现平稳。并且，在食品行业子行业中，是表现最为出色的子行业之一。现阶段味精需求的结构为：食品加工业消费了50%左右的味精供给，餐饮业消费了30%，家庭消费为20%左右。这三个渠道的增长，将成为带动调味品市场发展的动力。味精在食品制造行业的使用主要包括：方便食品如方便面等、火锅底料、腌渍品、速冻食品、水产品、肉制品等等；复合调味料如鸡精、鸡粉、各种汤料、增味料、酱类等。食品工业的抗周期性成为味精行业增长的重要保障。餐饮业的火爆同经济发展水平、尤其是城市化水平密切相关，经济发展和城市化进程的延续将继续提供餐饮业成长的机会。在调味品升级的趋势下，味精行业在个人家庭消费领域的增长，原因主要在于我国多元化的经济模式。目前，鸡精、鸡粉等后代调味品的需求，增长较快的地区为华东、华南等经济发达区域。这也表明，在中西部等经济次发达区域，传统调味品仍有市场空间。另一方面，随着味精有害论的瓦解，消费者将更加理性的进行调味品选择；味精作为发展最为成熟的增鲜调味品，具有较高的性价比，仍将是家庭消费的选择之一。2010-2015年，味精行业保持8%-10%左右的增速仍能持续。在味精需求仍有平稳增长的前提下，与之伴生的谷氨酸行业亦将呈现类似的增长速率。

香港和日本人均年消费味精都超过1000克，我国内地仅为500克。目前在家庭消费市场上，国外的鸡精对味精取代率超过60%，而中国的取代率不到10%。未来五年，国内市场鸡精对味精取代率也不会超过30%。鸡精市场虽然有较大的市场潜力，但味精产品的市场份额在今后

很长的时期内会一直大于鸡精产品，味精企业还远没有到盲目悲观的地步。不断升级味精产品，提炼全新的产品概念，进行精准的品牌传播是味精生产厂家未来的营销方向。2009年调查结果显示，在消费者最喜欢吃的味精品牌中莲花和红梅排在前两位，而且比率非常接近，分别占38.4%和36.5%，远远高于其它味精品牌的选择比率。可以说莲花、红梅双双领跑北京味精市场。排在消费者最喜欢吃的味精品牌第三位的是太太乐，占被调查对象选择比率的15.4%。往下依次是梅花味精占6.7%，菱花、豪吉和其它味精品牌消费者的提名率分别仅有1.0%。太太乐不仅占据北京鸡精市场的第一位，在味精消费者最经常吃的品牌中也进了前三甲。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家食品药品监督管理局、中国食品工业协会、中国烹饪协会、中国餐饮协会、中国发酵协会、中国消费者协会、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及味精研究单位等公布和提供的大量资料，结合对味精相关企业的实地调查，对我国味精行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了味精行业的前景与风险。报告揭示了味精市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 发展现状与前景分析

#### 第一章 全球味精行业发展分析

##### 第一节 2009年全球味精市场分析

###### 一、2009年全球味精市场回顾

###### 二、2009年全球味精市场环境

###### 三、2009年全球味精销售分析

###### 四、2009年全球味精市场规模

##### 第二节 2010年全球味精市场分析

###### 一、2010年全球味精需求分析

###### 二、2010年全球味精市场规模

三、2010年全球味精品牌分析

四、2010年中外味精市场对比

第三节 部分国家地区味精行业发展状况

一、2009-2010年美国味精行业发展分析

二、2009-2010年欧洲味精行业发展分析

三、2009-2010年日本味精行业发展分析

四、2009-2010年韩国味精行业发展分析

第二章 我国味精行业发展现状

第一节 我国味精行业发展现状

一、味精行业品牌发展现状

二、味精行业消费市场现状

三、味精市场消费层次分析

四、我国味精市场走向分析

第二节 我国味精行业发展状况

一、2009年中国味精行业发展回顾

二、2009年味精行业发展情况分析

三、2009年我国味精市场特点分析

四、2010年我国味精市场发展分析

第三节 中国味精行业供需分析

一、2009年中国味精市场供给总量分析

二、2009年中国味精市场供给结构分析

三、2010年中国味精市场需求总量分析

四、2010年中国味精市场需求结构分析

五、2010年中国味精市场供需平衡分析

第三章 中国味精行业经济运行分析

第一节 2009-2010年味精行业运行情况分析

一、2009年味精行业经济指标分析

二、2010年味精行业经济指标分析

第二节 2009-2010年味精行业产量分析

一、2009年我国味精产品产量分析

## 二、2010年我国味精产品产量分析

### 第三节 2009年味精行业进出口分析

- 一、2009年味精行业进口总量及价格
- 二、2009年味精行业出口总量及价格
- 三、2009年味精行业进出口数据统计
- 四、2010-2015年味精进出口态势展望

## 第四章 中国味精消费市场分析

### 第一节 味精行业产品目标客户群体调查

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

### 第二节 味精市场消费需求分析

- 一、味精市场的消费需求变化
- 二、味精行业的需求情况分析
- 三、2010年味精品牌市场消费需求分析

### 第三节 味精消费市场状况分析

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

### 第四节 味精行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、味精行业品牌忠诚度调查
- 六、味精行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

## 第五章 中国味精行业区域市场分析

## 第一节 华北地区味精行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

## 第二节 东北地区味精行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

## 第三节 华东地区味精行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

## 第四节 华南地区味精行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

## 第五节 华中地区味精行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

## 第六节 西南地区味精行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析

- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

#### 第七节 西北地区味精行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第六章 味精行业投资与发展前景分析

#### 第一节 2009年味精行业投资情况分析

- 一、2009年味精行业总体投资结构
- 二、2009年味精行业投资规模情况
- 三、2009年味精行业投资增速情况
- 四、2009年味精分行业投资分析
- 五、2009年味精分地区投资分析

#### 第二节 味精行业投资机会分析

- 一、味精投资项目分析
- 二、可以投资的味精模式
- 三、2010年味精投资机会
- 四、2010年味精细分行业投资机会
- 五、2010年味精投资新方向

#### 第三节 味精行业发展前景分析

- 一、味精市场发展前景分析
- 二、我国味精市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代味精市场的发展前景
- 四、2010年味精市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年味精市场面临的发展商机

### 第二部分 市场竞争格局与形势



## 第七章 味精行业竞争格局分析

### 第一节 味精行业集中度分析

#### 一、味精市场集中度分析

#### 二、味精企业集中度分析

#### 三、味精区域集中度分析

### 第二节 味精行业主要企业竞争力分析

#### 一、重点企业资产总计对比分析

#### 二、重点企业从业人员对比分析

#### 三、重点企业全年营业收入对比分析

#### 四、重点企业利润总额对比分析

#### 五、重点企业综合竞争力对比分析

### 第三节 味精行业竞争格局分析

#### 一、2009年味精行业竞争分析

#### 二、2009年中外味精产品竞争分析

#### 三、2009-2010年国内外味精竞争分析

#### 四、2009-2010年我国味精市场竞争分析

#### 五、2009-2010年我国味精市场集中度分析

#### 六、2010-2015年国内主要味精企业动向

## 第八章 2010-2015年中国味精行业发展形势分析

### 第一节 味精行业发展概况

#### 一、味精行业发展特点分析

#### 二、味精行业投资现状分析

#### 三、味精行业总产值分析

#### 四、味精行业技术发展分析

### 第二节 2009-2010年味精行业市场情况分析

#### 一、味精行业市场发展分析

#### 二、味精市场存在的问题

#### 三、味精市场规模分析

### 第三节 2009-2010年味精产销状况分析

#### 一、味精产量分析

#### 二、味精产能分析

### 三、味精市场需求状况分析

#### 第四节 产品发展趋势预测

##### 一、产品发展新动态

##### 二、技术新动态

##### 三、产品发展趋势预测

### 第三部分 赢利水平与企业分析

#### 第九章 中国味精行业整体运行指标分析

##### 第一节 2009-2010年中国味精行业总体规模分析

###### 一、企业数量结构分析

###### 二、行业生产规模分析

##### 第二节 2009-2010年中国味精行业产销分析

###### 一、行业产成品情况总体分析

###### 二、行业产品销售收入总体分析

##### 第三节 2009-2010年中国味精行业财务指标总体分析

###### 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

#### 第十章 味精行业赢利水平分析

##### 第一节 成本分析

###### 一、2009-2010年味精原材料价格走势

###### 二、2009-2010年味精行业人工成本分析

##### 第二节 产销运存分析

###### 一、2009-2010年味精行业产销情况

###### 二、2009-2010年味精行业库存情况

###### 三、2009-2010年味精行业资金周转情况

##### 第三节 盈利水平分析

###### 一、2009-2010年味精行业价格走势

###### 二、2009-2010年味精行业营业收入情况

###### 三、2009-2010年味精行业毛利率情况

- 四、2009-2010年味精行业赢利能力
- 五、2009-2010年味精行业赢利水平
- 六、2010-2015年味精行业赢利预测

## 第十一章 味精行业盈利能力分析

### 第一节 2009-2010年中国味精行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第二节 2009-2010年中国味精行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

### 第三节 2009-2010年中国味精行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

### 第四节 2009-2010年中国味精行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

## 第十二章 味精重点企业发展分析

### 第一节 莲花

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

### 第二节 梅花

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力

#### 四、2010-2015年投资风险

##### 第三节 菱花

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第四节 红梅

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第五节 双桥

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第六节 国泰

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第七节 大桥-亚太味业

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第八节 骏马-齐鲁

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第九节 菊花

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

#### 第十节 信乐

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

### 第四部分 投资策略与风险预警

#### 第十三章 味精行业投资策略分析

##### 第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

##### 第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

##### 第三节 味精行业投资效益分析

- 一、2009年味精行业投资状况分析
- 二、2009年味精行业投资效益分析
- 三、2010-2015年味精行业投资方向
- 四、2010-2015年味精行业投资建议

##### 第四节 味精行业投资策略研究

- 一、2009年味精行业投资策略
- 二、2010年味精行业投资策略
- 三、2010-2015年味精行业投资策略
- 四、2010-2015年味精细分行业投资策略

## 第十四章 味精行业投资风险预警

### 第一节 影响味精行业发展的主要因素

- 一、2010年影响味精行业运行的有利因素
- 二、2010年影响味精行业运行的稳定因素
- 三、2010年影响味精行业运行的不利因素
- 四、2010年我国味精行业发展面临的挑战
- 五、2010年我国味精行业发展面临的机遇

### 第二节 味精行业投资风险预警

- 一、2010-2015年味精行业市场风险预测
- 二、2010-2015年味精行业政策风险预测
- 三、2010-2015年味精行业经营风险预测
- 四、2010-2015年味精行业技术风险预测
- 五、2010-2015年味精行业竞争风险预测
- 六、2010-2015年味精行业其他风险预测

## 第五部分 发展趋势与规划建议

## 第十五章 味精行业发展趋势分析

### 第一节 2010-2015年中国味精市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国味精市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国味精发展趋势分析

### 第二节 2010-2015年味精产品发展趋势分析

- 一、2010-2015年味精产品技术趋势分析
- 二、2010-2015年味精产品价格趋势分析

### 第三节 2010-2015年中国味精行业供需预测

- 一、2008-2012年中国味精供给预测
- 二、2010-2015年中国味精需求预测
- 三、2010-2015年中国味精价格预测

### 第四节 2010-2015年味精行业规划建议

- 一、味精行业"十一五"整体规划
- 二、味精行业"十二五"规划预测
- 三、2010-2015年味精行业规划建议

## 第十六章 味精企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

#### 一、味精价格策略分析

#### 二、味精渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高味精企业竞争力的策略

#### 一、提高中国味精企业核心竞争力的对策

#### 二、味精企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响味精企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高味精企业竞争力的策略

### 第四节 对我国味精品牌的战略思考

#### 一、味精实施品牌战略的意义

#### 二、味精企业品牌的现状分析

#### 三、我国味精企业的品牌战略

#### 四、味精品牌战略管理的策略

## 图表目录

图表：味精产业链分析

图表：味精行业生命周期

图表：2009-2010年中国味精行业市场规模

图表：2009-2010年全球味精产业市场规模

图表：2009-2010年味精重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国味精行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国味精行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国味精行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国味精竞争力分析

图表：2010-2015年中国味精市场前景预测

图表：2010-2015年中国味精市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国味精发展前景预测

图表：2001-2009年美国味精市场销售规模

图表：2010-2015年美国味精市场销售规模预测

图表：2002-2009年英国味精市场规模

图表：2002-2009年英国味精市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年英国味精市场规模预测

图表：2008-2012年英国味精市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年德国味精市场规模

图表：2002-2009年德国味精市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年德国味精市场规模预测

图表：2008-2012年德国味精市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年日本味精市场规模

图表：2002-2009年日本味精市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年日本味精市场规模预测

图表：2010-2015年日本味精市场规模趋预测势图

图表：2002-2009年中国味精市场规模

图表：2002-2009年中国味精市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年中国味精市场规模预测

图表：2010-2015年中国味精市场规模趋预测势图

图表：2009-2010年5月味精行业销售成本分析

图表：2009-2010年5月味精行业销售费用分析

图表：2009-2010年5月味精行业管理费用分析

图表：2009-2010年5月味精行业财务费用分析

图表：2009-2010年5月味精行业销售及利润分析

图表：2009-2010年5月味精行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年5月味精行业销售利润率分析

图表：2009-2010年5月味精行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年5月味精行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年5月味精行业资产分析

图表：2009-2010年5月味精行业负债分析

图表：2009-2010年5月味精行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度



图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年5月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年5月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-12月我国味精产品进口数据

图表：2009年1-12月我国味精产品出口数据

图表：2009年1月我国味精产品进口数据

图表：2009年1月我国味精产品出口数据

图表：2009年2月我国味精产品进口数据

图表：2009年2月我国味精产品出口数据

图表：2009年3月我国味精产品进口数据

图表：2009年3月我国味精产品出口数据

图表：2009年4月我国味精产品进口数据

图表：2009年4月我国味精产品出口数据

图表：2009年5月我国味精产品进口数据

图表：2009年5月我国味精产品出口数据

图表：2009年6月我国味精产品进口数据

图表：2009年6月我国味精产品出口数据

图表：2009年7月我国味精产品进口数据

图表：2009年7月我国味精产品出口数据

图表：2009年8月我国味精产品进口数据

图表：2009年8月我国味精产品出口数据

图表：2009年9月我国味精产品进口数据

图表：2009年9月我国味精产品出口数据

图表：2009年10月我国味精产品进口数据

图表：2009年10月我国味精产品出口数据

图表：2009年11月我国味精产品进口数据

图表：2009年11月我国味精产品出口数据

图表：2009年12月我国味精产品进口数据

图表：2009年12月我国味精产品出口数据

图表：2009-2010年5月中国味精行业国有企业工业数据

图表：2009-2010年5月中国味精行业集体企业工业数据

图表：2009-2010年5月中国味精行业股份合作制企业工业数据

图表：2009-2010年5月中国味精行业股份制企业工业数据

图表：2009-2010年5月中国味精行业私营企业工业数据

图表：2009-2010年5月中国味精行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009-2010年5月中国味精行业其他类型企业工业数据

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业累计工业总产值对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业累计产品销售收入对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业累计资产总计对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业累计利润总额对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业累计工业总产值增长对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业累计利润总额增长对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业产销率对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业流动资产周转次数对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业人均销售率对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业亏损面对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业销售利润率对比

图表：2009-2010年5月中国不同所有制味精企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月味精产品产量全国统计

图表：2009年1-12月味精产品产量北京市统计

图表：2009年1-12月味精产品产量天津市统计

图表：2009年1-12月味精产品产量河北省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月味精产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量吉林省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月味精产品产量上海市统计

图表：2009年1-12月味精产品产量江苏省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量浙江省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量安徽省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量福建省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量江西省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量山东省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量河南省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量湖北省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量湖南省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量广东省统计

图表：2009年1-12月味精产品产量广西区统计  
图表：2009年1-12月味精产品产量海南省统计  
图表：2009年1-12月味精产品产量四川省统计  
图表：2009年1-12月味精产品产量云南省统计  
图表：2009年1-12月味精产品产量陕西省统计  
图表：2009年1-12月味精产品产量甘肃省统计  
图表：2009年1-12月味精产品产量青海省统计  
图表：2009年1-12月味精产品产量宁夏区统计  
图表：2009年1-12月味精产品产量新疆区统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量全国统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量北京市统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量天津市统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量河北省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量内蒙古统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量辽宁省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量吉林省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量黑龙江统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量上海市统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量江苏省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量浙江省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量安徽省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量福建省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量江西省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量山东省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量河南省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量湖北省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量湖南省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量广东省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量广西区统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量海南省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量四川省统计  
图表：2010年1-5月味精产品产量云南省统计

图表：2010年1-5月味精产品产量陕西省统计

图表：2010年1-5月味精产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-5月味精产品产量青海省统计

图表：2010年1-5月味精产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-5月味精产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/155762.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。