



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国谷氨酸产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2015-2020年中国谷氨酸产业发展现状及市场监测报告》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/270604.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

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

谷氨酸，是一种酸性氨基酸。分子内含两个羧基，化学名称为 α -氨基戊二酸。谷氨酸是里索逊1856年发现的，为无色晶体，有鲜味，微溶于水，而溶于盐酸溶液，等电点3.22。大量存在于谷类蛋白质中，动物脑中含量也较多。谷氨酸在生物体内的蛋白质代谢过程中占重要地位，参与动物、植物和微生物中的许多重要化学反应。味精中含少量谷氨酸。

医学上谷氨酸主要用于治疗肝性昏迷，还用于改善儿童智力发育。食品工业上，味精是常用的食品增鲜剂，其主要成分是谷氨酸钠盐。过去生产味精主要用小麦面筋（谷蛋白）水解法进行，现改用微生物发酵法来进行大规模生产。

L-谷氨酸主要用于生产味精、香料,以及用作代盐剂、营养增补剂和生化试剂等。L-谷氨酸本身可用作药物,参与脑内蛋白质和糖的代谢,促进氧化过程,该品在体内与氨结合成无毒的谷酰胺,使血氨下降,减轻肝昏迷症状。

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。

报告目录：

第一章 国内谷氨酸行业品牌发展环境分析

第一节 产品/行业特征

1、产品/行业定义

1、产品/行业消费特征

第二节 经济环境特征

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、恩格尔系数分析

第三节 政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、谷氨酸行业相关政策分析

第四节 谷氨酸行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 谷氨酸行业技术环境特征

第二章 国内谷氨酸行业品牌产品市场规模分析

第一节2012—2014年谷氨酸市场规模分析

第二节2013年我国谷氨酸区域结构分析

第三节谷氨酸区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节2015-2020年谷氨酸市场规模预测

第三章 国内谷氨酸行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节2012—2014年谷氨酸产量统计分析

第二节2012—2014年谷氨酸历年消费量统计分析

第二节2012—2014年国内谷氨酸行业品牌产品平均价格走势分析

第三节谷氨酸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

第四节谷氨酸产品的品牌市场调查

一、消费者对谷氨酸品牌认知度宏观调查

二、消费者对谷氨酸产品的品牌偏好调查

三、消费者对谷氨酸品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、谷氨酸品牌忠诚度调查

六、谷氨酸品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国内谷氨酸行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对谷氨酸行业品牌发展的重要性

第三节 谷氨酸行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节 2012—2014年中国谷氨酸行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节2013年国内谷氨酸行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第五章 国内谷氨酸行业进出口市场情况分析

第一节2012—2014年国内谷氨酸行业进出口量分析

一、2012—2014年国内谷氨酸行业进口分析

二、2012—2014年国内谷氨酸行业出口分析

第二节2015-2020年国内谷氨酸行业进出口市场预测分析

一、2015-2020年国内谷氨酸行业进口预测

二、2015-2020年国内谷氨酸行业出口预测

第六章 国内谷氨酸行业优势品牌企业分析

企业可根据客户要求调研。

第一节品牌一

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第二节品牌二

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第三节品牌三

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第四节品牌四

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第五节品牌五

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第七章 国内谷氨酸行业品牌竞争格局分析

第一节谷氨酸行业历史竞争格局概况

- 一、谷氨酸行业集中度分析
- 二、谷氨酸行业竞争程度分析

第二节谷氨酸行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第三节2015-2020年国内谷氨酸行业品牌竞争格局展望

第八章 2015-2020年国内谷氨酸行业品牌发展预测

第一节 2015-2020年谷氨酸行业品牌市场财务数据预测

一、2015-2020年谷氨酸行业品牌市场规模预测

二、2015-2020年谷氨酸行业总产值预测

三、2015-2020年谷氨酸行业利润总额预测

四、2015-2020年谷氨酸行业总资产预测

第二节 2015-2020年谷氨酸行业供需预测

一、2015-2020年谷氨酸产量预测

二、2015-2020年谷氨酸需求预测

三、2015-2020年谷氨酸供需平衡预测

五、2015-2020年主要谷氨酸产品进出口预测

第三节 2015-2020年谷氨酸行业投资机会

一、2015-2020年谷氨酸行业主要领域投资机会

二、2015-2020年谷氨酸行业出口市场投资机会

三、2015-2020年谷氨酸行业企业的多元化投资机会

第四节 影响谷氨酸行业发展的主要因素

一、2015-2020年影响谷氨酸行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响谷氨酸行业运行的稳定因素分析

三、2015-2020年影响谷氨酸行业运行的不利因素分析

四、2015-2020年我国谷氨酸行业发展面临的挑战分析

五、2015-2020年我国谷氨酸行业发展面临的机遇分析

第五节 谷氨酸行业投资风险及控制策略分析

一、2015-2020年谷氨酸行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年谷氨酸行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年谷氨酸行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年谷氨酸行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年谷氨酸行业同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年谷氨酸行业其他风险及控制策略

第九章 2015-2020年国内谷氨酸行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节谷氨酸行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节谷氨酸行业投资价值分析

一、2015-2020年谷氨酸市场趋势总结

二、2015-2020年谷氨酸发展趋势分析

三、2015-2020年谷氨酸市场发展空间

四、2015-2020年谷氨酸产业政策趋向

五、2015-2020年谷氨酸技术革新趋势

六、2015-2020年谷氨酸价格走势分析

第四节谷氨酸行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节谷氨酸行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

1、投资额度建议

2、技术性风险建议

3、项目可行性分析

第十章 业内专家对国内谷氨酸行业总结及企业经营战略建议

第一节谷氨酸行业问题总结

第二节2015-2020年谷氨酸行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2015-2020年谷氨酸行业企业的资本运作模式

一、谷氨酸行业企业国内资本市场的运作建议

1、谷氨酸行业企业的兼并及收购建议

2、谷氨酸行业企业的融资方式选择建议

二、谷氨酸行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2015-2020年谷氨酸行业企业营销模式建议

一、谷氨酸行业企业的国内营销模式建议

1、谷氨酸行业企业的渠道建设

2、谷氨酸行业企业的品牌建设

二、谷氨酸行业企业海外营销模式建议

1、谷氨酸行业企业的海外细分市场选择

2、谷氨酸行业企业的海外经销商选择

第五节谷氨酸市场的重点客户战略实施

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

图表目录:

图表2012—2014年谷氨酸市场规模变化

图表2012—2014年谷氨酸市场规模变化图

图表2013年谷氨酸市场产量区域分布图

图表2013年谷氨酸市场产量区域分布图

图表2012—2014年东北地区谷氨酸销售收入变化

图表2012—2014年东北地区谷氨酸销售收入变化图

图表2012—2014年华北地区谷氨酸销售收入变化

图表2012—2014年华北地区谷氨酸销售收入变化图

图表2012—2014年华东地区谷氨酸销售收入变化

图表2012—2014年华东地区谷氨酸销售收入变化图

图表2012—2014年华中地区谷氨酸销售收入变化

图表2012—2014年华中地区谷氨酸销售收入变化图

图表2012—2014年华南地区谷氨酸销售收入变化

图表2012—2014年华南地区谷氨酸销售收入变化图

图表2012—2014年西部地区谷氨酸销售收入变化

图表2012—2014年西部地区谷氨酸销售收入变化图

图表2015-2020年谷氨酸市场规模预测图

图表2012—2014年谷氨酸产量变化 -

图表2012—2014年谷氨酸产量变化图

图表2012—2014年谷氨酸消费量变化

图表2012—2014年谷氨酸消费量变化图

图表调研样本说明

图表谷氨酸产品采购人员年龄调查

图表2014年不同地区客户消费特征调查

图表2014年消费者对谷氨酸品牌认知度调查

图表2014年消费者对谷氨酸的品牌偏好调查

图表2014年消费者对谷氨酸的品牌偏好调查

图表2014年消费者对谷氨酸品牌的首要认知渠道调查

图表2014年份消费者经常买的谷氨酸品牌调查

图表2014年份消费者经常买的品牌调查

图表2014年消费者品牌忠诚度调查

图表2014年消费者品牌忠诚度调查 -

图表2014年谷氨酸牌市场占有率

图表2014年谷氨酸消费者性别比例调查分析

图表消费者升级谷氨酸的频率分析

图表谷氨酸消费者产品价格认同情况调查分析

图表谷氨酸产品包装影响程度分析

图表谷氨酸产品品牌的影响程度分析

图表谷氨酸产品购买场所分布图

图表谷氨酸产品广告影响程度分析

图表谷氨酸产品包装影响程度分析

图表谷氨酸行业成本构成

图表2012—2014年谷氨酸进口统计表

图表2012—2014年谷氨酸进口分析

图表2012—2014年谷氨酸出口统计表

图表2012—2014年谷氨酸出口分析

图表2015-2020年谷氨酸进口预测图

图表2015-2020年谷氨酸出口预测图

图表2012—2014年公司一效益指标分

图表2012—2014年公司一在谷氨酸的市场占有率分析

图表2013年我国谷氨酸市场集中度分析

图表2015-2020年谷氨酸产量预测图

图表2015-2020年我国谷氨酸行业总资产预测图

图表2015-2020年我国谷氨酸产值预测图

图表2015-2020年我国谷氨酸行业销售收入预测图

图表2014年我国谷氨酸行业盈利能力情况

图表2014年我国谷氨酸行业偿债能力情况

图表2014年我国谷氨酸行业发展能力情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270604.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）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。