



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国小磨香油产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国小磨香油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/283509.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

小磨香油是汉族传统名产，起源于三国时代。目前主要产地是河南，河北。

香油按制作方法分为小磨香油和机榨香油，小磨香油因香气扑鼻、香味浓郁诱人而得名。因以芝麻为原料，故称"芝麻油""麻油"。古人把芝麻叫做"胡麻""脂麻"，称芝麻油便是"胡麻油""脂麻油"。香油堪称油类之上品，人们把芝麻尊称为"油料作物皇后"，把芝麻油尊称为"植物油油脂国王"。

小磨香油就是通过石磨磨制出来的香油，据介绍石磨磨制的最大好处就是低温研磨，石磨磨制的整个过程只有60--65摄氏度左右，在这一温度下，香油中的主要芳香物质及功能性营养成分几乎不受任何损失。而且越磨越香。接下来就到最关键的环节了，这些经过磨制流程研磨出来的物质叫做酱胚。要提炼香油的话必须在酱胚中倒入一定比例的优质饮用水，利用水和油比重不同这一特点，在经过反复物理振动后，水将油从酱胚中置换出来，这就是所谓的水代法。小磨香油取油过程无需添加任何化学溶剂，所以不存在任何化学溶剂的残留。将油取出来以后，剩下的就是大量的水和酱的混合物——香油渣。这种东西人不能食用，但却是很好的动物饲料和植物肥料，一般用作鸡饲料或猪饲料。 小磨香油工艺流程图

小磨香油在国内主要产地是以河南、河北地区为主，其中河南省以驻马店市平舆县小磨香油最为纯正，河北省以大慈阁香油最为纯正。

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 小磨香油市场宏观环境分析

第一节 国内宏观经济环境

一、GDP历史变动轨迹

二、固定资产投资历史变动轨迹 2015-2016年上半年我国固定资产投资增速

三、进出口贸易历史变动轨迹

四、2017-2022年我国宏观经济发展预测

第二节 小磨香油产业政策

一、产业"十三五"发展规划

二、产业发展鼓励政策

三、相关税收政策

四、相关投资政策

第三节 小磨香油市场发展波特五力模型

一、市场内竞争

二、买方议价能力

三、卖方议价能力

四、进入威胁

五、替代威胁

第四节 小磨香油市场发展影响因素

第五节 2017-2022年我国小磨香油市场发展趋势

第二章 全国小磨香油市场整体运行情况分析

第一节 2011-2015年中国小磨香油市场基本情况

一、市场发展现状

二、市场总体运行情况

三、市场资产及负债状况

四、市场销售及利润状况

五、市场成本费用构成情况

第二节 2011-2015年中国小磨香油市场偿债能力分析

第三节 2011-2015年中国小磨香油市场盈利能力分析

第三章 中国小磨香油市场供给分析

第一节 2011-2015年小磨香油市场总产量分析

芝麻是中国传统的消费食品之一,芝麻油的独特风味广受消费者喜爱。据世界粮农组织(FAO)统计:2013年我国香油(芝麻油)产量为21.29万吨,2014年产品产量为21.05万吨,产量较上年同期有所下滑。 2004-2014年中国香油产量走势图

第二节 2011-2015年小磨香油市场产出结构变动分析

第三节 2011-2015年小磨香油市场产能过剩情况分析

第四节 2011-2015年小磨香油市场产销率与产品库存分析

第五节 2011-2015年小磨香油市场生产成本变动分析

第六节 2017-2022年我国小磨香油市场产量预测

第四章 中国小磨香油市场需求分析

第一节 2011-2015年小磨香油市场总消费量分析

第二节 2011-2015年小磨香油市场消费特点与消费趋势分析

第三节 2011-2015年小磨香油市场供需错位情况分析

第四节 2011-2015年小磨香油市场需求满足率与潜在需求量分析

一、市场满足率分析

二、市场潜在需求量分析

第五节 2011-2015年小磨香油市场市场价格变动分析

第六节 2017-2022年我国小磨香油市场消费量预测

第五章 中国小磨香油市场供需状况分析

第一节 2011-2015年小磨香油市场供需状况

一、供给状况

二、需求状况

三、供需缺口分析

第二节 2017-2022年我国小磨香油供给变化趋势预测

第三节 2017-2022年我国小磨香油需求变化趋势预测

第四节 2017-2022年我国小磨香油供需缺口变化趋势预测

第五节 市场供需影响因素分析

第六章 中国小磨香油市场价格行情分析

第一节 2011-2015年小磨香油市场平均价格走势分析

第二节 2011-2015年小磨香油市场价格走势分析

第三节 价格形成机制分析

第四节 2017-2022年小磨香油市场价格走势预测

第五节 2017-2022年小磨香油主要产品价格走势预测

第七章 中国小磨香油市场进出口分析

第一节 2011-2015年小磨香油市场国际贸易市场分析

第二节 2011-2015年小磨香油市场进出口量分析

第三节 2011-2015年国内外进出口相关政策分析

第四节 2011-2015年小磨香油市场进出口特点分析

第五节 2011-2015年小磨香油市场进出口结构变动分析

第六节 2017-2022年我国小磨香油市场进出口预测

第八章 中国小磨香油市场区域市场分析

第一节 2011-2015年我国各区域产品生产分析

第二节 2011-2015年我国各区域产品消费分析

第三节 2011-2015年我国主要城市产品市场价格分析

第四节 2011-2015年我国各区域产品竞争程度分析

第九章 2015年小磨香油市场区域市场运行情况分析

第一节 2015年华东地区小磨香油市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第二节 2015年华中地区小磨香油市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第三节 2015年华北地区小磨香油市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第四节 2015年东北地区小磨香油市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第五节 2015年西北地区小磨香油市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第六节 2015年西南地区小磨香油市场运行情况分析

一、市场规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第十章 中国小磨香油市场竞争格局分析

第一节 2015年国内外主要市场企业分析

第二节 小磨香油市场历史竞争格局综述

一、市场集中度分析

二、市场竞争程度

第三节 小磨香油市场企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第四节 市场代表性企业经营发展模式分析

第五节 近期企业并购分析

第六节 国内外企业发展的SWOT模型分析

第七节 2017-2022年小磨香油市场竞争格局展望

一、市场集中度展望

二、市场竞争格局对产品价格的影响展望

第十一章 中国小磨香油市场产品技术发展分析

第一节 我国小磨香油技术发展现状

第二节 我国小磨香油产品技术成熟度分析

第三节 中外小磨香油技术差距及原因分析

第四节 我国小磨香油技术发展对策及建议

第五节 中外主要小磨香油生产商生产设备配置对比分析

第六节 我国小磨香油产品研发、设计发展趋势分析

第十二章 中国小磨香油市场产品营销分析

第一节 小磨香油市场国内营销模式分析

第二节 小磨香油市场主要销售渠道分析

第三节 小磨香油市场广告与促销方式分析

第四节 小磨香油市场价格竞争方式分析

第五节 小磨香油市场国际化营销模式分析

第十三章 中国小磨香油市场消费者偏好调查

第一节 小磨香油市场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 小磨香油市场产品的品牌市场调查

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、小磨香油市场品牌忠诚度调查

六、小磨香油市场品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 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

第十四章 中国小磨香油市场重点企业分析

第一节 企业基本情况及经营状况

- 一、基本情况及经营状况
- 二、资产负债分析
- 三、成本费用分析
- 四、收入及利润分析
- 五、现金流分析
- 六、竞争优势分析

第二节 企业基本情况及经营状况

- 一、基本情况及经营状况
- 二、资产负债分析
- 三、成本费用分析
- 四、收入及利润分析
- 五、现金流分析
- 六、竞争优势分析

第十五章 2017-2022年小磨香油市场发展趋势预测分析

第一节 2015年小磨香油市场发展趋势与预测

- 一、市场的发展趋势
- 二、研发趋势
- 三、产品市场预测

第二节 2017-2022年小磨香油市场发展趋势与预测

- 一、未来小磨香油市场发展方向预测
- 二、2017-2022年小磨香油市场发展预测
- 三、2017-2022年小磨香油市场竞争预测（AKLT）

部分图表目录：

图表：2011-2015年中国小磨香油市场规模及增速
图表：2017-2022年中国小磨香油市场规模及增速预测
图表：2011-2015年中国小磨香油行业重点企业市场份额
图表：2015年中国小磨香油行业区域结构
图表：2015年中国小磨香油行业渠道结构
图表：2011-2015年中国小磨香油市场需求总量
图表：2017-2022年中国小磨香油市场需求总量预测
图表：2011-2015年中国小磨香油市场需求集中度
图表：2011-2015年中国小磨香油市场需求增长速度
图表：2011-2015年中国小磨香油市场饱和度
图表：2011-2015年中国小磨香油市场供给总量
图表：2011-2015年中国小磨香油市场供给增长速度
图表：2017-2022年中国小磨香油行业供给量预测
图表：2011-2015年中国小磨香油行业供给集中度
图表：2011-2015年中国小磨香油行业销售量
图表：2011-2015年中国小磨香油行业库存量
更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283509.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。