

2012-2016年食品安全监测仪器行业市场供需预测 及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年食品安全监测仪器行业市场供需预测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/119288.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

在需求不旺及食品安全事件的影响之下，2012年一季度以来，食品加工制造行业整体处于需求不振、库存相对积累的过程中，部分子行业内企业受益于成本下降获得较快增长。食品行业目前正处于筑底过程中，作为具备刚性需求的必需型消费品，食品行业在2012年下半年消费旺季有望迎来回暖。2012年1-3月全国食品制造业运行平稳，1-3月全国食品制造业销售产值为3472.98亿元，较上年同期销售产值增加638.74亿元，同比增长25.38%，较上年同期增幅回落4.14个百分点。七个子行业销售产值额较上年同期均有所增加，但是除了方便食品制造业之外，其他六个子行业销售产值增速较上年同期均有所下降，调味品、发酵制品制造业累计销售产值增幅较上年同期下降幅度最大。但总体来看，截止2012年3月全国农副产品市场供应充足，食品加工业相关行业销售产值完成情况较好，销售产值增长水平在二成以上。

2012年一季度，市场虽然处于淡季，但是较同期仍有一定程度的增长。检测仪器市场的繁荣一方面是因为地方食品加工企业加大了对食品安全仪器设备、科研经费的投入；另一方面，国产低端检测仪器进入市场，价格杠杆撬动了市场需求的攀升。当前食品安全各项指标中，残留农药、兽药、渔药、食品添加剂等参数的检测最受关注，因此，中低端快速检测仪器技术水平的提高是推动市场成长的必然要素。根据《农产品质量安全发展“十二五”规划》和《全国农产品质量安全检验检测体系建设规划（2011-2015年）》等文件，“十二五”期间，新建329个地（市）级综合质检中心，每个地市级综合检测中心将投资1000万元；新建960个县（场）级综合质检站，每个质检站设备投资不低于200万元，合计投资52亿元。另外，“十二五”期间，还要求完成全国所有乡镇农产品质量安全监管公共服务机构建设任务。每个乡镇至少要有2-3名专业技术人员、2-3套速测仪器、1间检测用房以及督导、巡查、抽样、办公的设施设备。

食品检测行业投资目前主要集中在检测仪器设备及配套试剂方面。中国在工商注册的正规食品加工企业有几十万家，除企业之外，各级食品和农产品质量监督检验机构、进出口检验检疫局、高校和科研机构都是检测仪器设备市场的主要客户。食品检测仪器的采购主要有常规理化分析仪器、快速筛查检测仪器、食品品质成分检测仪器，各类农药、兽药、食品添加剂、重金属、微生物等检测仪器，涉及种类繁多。其中既有快速筛查专用设备，也有可用于石化、环境、医药等多种领域的通用分析仪器，投资潜力不仅仅局限于食品安全一个领域。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年食品安全监测仪器行业市场供需预测及投资战略研究报告》共九章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国仪器仪表协会、国家信息中心、中国机械制作协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及发电设备行业专业研究单位等公布和提供的大量资料。

本食品检测仪器行业报告，对我国食品检测仪器行业的发展环境、供给与需求状况、营销情

况、从业企业以及国家相关产业发展状况等进行了研究。报告还重点分析了食品检测仪器行业竞争格局，详解了行业发展模式，并对食品检测仪器行业的发展趋势进行了研判，使食品检测仪器生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前食品检测仪器行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

第一章 2011-2012年中国食品制造行业现状分析

第一节 食品制造行业现状

- 一、食品制造行业地位
- 二、食品制造行业发展现状
- 三、食品制造行业技术水平

第二节 2008-2012年中国食品制造行业数据监测分析

- 一、2008-2012年中国食品制造行业规模分析
- 二、2012年一季度中国食品制造行业结构分析
- 三、2008-2012年中国食品制造行业产值分析
- 四、2008-2012年中国食品制造行业成本费用分析
- 五、2008-2012年中国食品制造行业盈利能力分析

第三节 2008-2012年中国食品业产量数据分析

- 一、乳制品
- 二、方便食品
- 三、饼干及糕点
- 四、米面及肉制品

第四节 中国食品工业存在问题解析

- 一、中国食品工业发展需要关注的突出问题
- 二、中国食品工业的薄弱环节
- 三、中国食品产业发展需突破四大瓶颈
- 四、食品工业面临的挑战
- 五、制约食品产业发展的深层矛盾

第五节 我国食品行业发展思路

- 一、食品工业发展的建议
- 二、食品行业发展的政策措施
- 三、食品工业发展基本原则与方向
- 四、中国食品工业的发展战略分析
- 五、中国食品行业诚信体系建设的建议
- 六、中小食品企业经营创新思路

第二章 2011-2012年中国食品安全及食品安全检测分析

第一节 食品安全问题及其影响

一、食品安全事件层出不穷

二、食品安全主要问题分析

三、食品安全问题主要原因

四、食品安全问题产生的影响

第二节 食品安全检测现状与趋势

一、食品安全检测现状分析

二、食品安全检测技术水平

三、食品安全检测发展趋势

第三章 2011-2012年中国食品安全检测仪器行业PEST分析

第一节 行业政治法律环境分析

一、行业政府管制

二、行业法律法规

三、行业发展规划

第二节 行业经济环境分析

一、国内经济增长

二、居民收入水平

三、城镇化水平

四、消费者信心指数

第三节 行业社会环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第四节 行业技术环境分析

一、国家对技术研发的支持

二、行业自主知识产权的突破

三、行业新产品与新技术动向

第四章 2011-2012年中国食品安全检测仪器行业发展总体状况

第一节 科学检测仪器行业发展状况分析

一、行业发展概况

二、行业发展规模

三、行业发展趋势

第二节 食品安全检测仪器行业供需状况

一、行业发展概况

二、行业供需情况

三、行业发展特点

第三节 食品安全检测仪器采购方式分析

第四节 食品安全检测仪器行业发展趋势

一、行业发展前景预测

二、行业发展趋势分析

第五章 2011-2012年中国食品安全检测仪器行业竞争状况分析

第一节 国际市场竞争格局分析

一、国际市场发展概况

二、国际市场竞争格局

第二节 外资企业在华竞争分析

一、美国安捷伦 (Angilent)

二、美国赛默飞世尔科技公司 (thermofisher)

三、日本岛津 (SHIMADZU)

四、美国沃特世 (Waters)

五、美国ABSCIEX公司

第三节 行业国内市场竞争格局

一、行业内部竞争格局

二、仪器市场竞争格局

第四节 行业并购与重组整合分析

一、行业并购整合动向

二、行业并购整合特征

三、行业并购整合趋势

第六章 食品安全检测仪器行业细分市场分析

第一节 食品安全检测仪器行业产品分类

第二节 食品安全检测通用仪器市场分析

一、光谱仪市场分析

二、色谱仪市场分析

三、质谱仪市场分析

四、其它仪器市场分析

第三节 按用途分类细分产品市场分析

一、农药残留检测仪器市场分析

二、食品有毒有害物质检测仪器市场分析

三、致病菌、

四、转基因食品检测仪器市场分析

五、农产品品质和营养成分分析仪器市场分析

六、食品安全快速检测仪器市场分析

七、其它食品安全检测仪器市场分析

第七章 2011-2012年中国食品安全检测仪器行业需求分析

第一节 食品安全检测仪器主要需求客户分析

第二节 食品安全检测机构对食品安全检测仪器需求分析

一、检测机构对食品安全检测仪器的需求现状

二、检测机构对食品安全检测仪器的需求趋势

第三节 食品加工企业内部对食品安全检测仪器需求分析

一、乳制品行业对检测仪器的需求现状与趋势

二、食品添加剂行业对检测仪器的需求现状与趋势

三、肉类加工行业对检测仪器的需求现状与趋势

四、饮料行业对检测仪器的需求现状与趋势

五、食用植物油行业对检测仪器的需求现状与趋势

六、粮食加工行业对检测仪器的需求现状与趋势

七、酿酒行业对检测仪器的需求现状与趋势

八、罐头行业对检测仪器的需求现状与趋势

九、水产品工业行业对检测仪器的需求现状与趋势

十、焙烤糖制品行业对检测仪器的需求现状与趋势

第四节 其它领域对食品安全检测仪器需求分析

一、餐饮服务行业对食品安全检测仪器需求分析

二、食品销售终端对食品安全检测仪器需求分析

三、高校和科研机构对食品安全检测仪器的需求

第八章 2012-2016年中国食品安全检测仪器行业投融资前景分析

第一节 食品安全检测仪器行业投资机会与建议

一、行业投资特征分析

二、行业投资机会剖析

三、行业投资风险预警

四、行业主要投资建议

第二节 食品安全检测仪器行业融资现状与潜力

一、行业主要融资渠道

二、行业融资潜力分析

三、影响企业融资方式选择的因素

四、融资方式选择策略

五、上市机遇与危害并存

第九章 2011-2012年中国食品安全检测仪器领先企业经营分析

第一节 企业发展总体状况分析

一、食品安全检测仪器企业规模排名

二、食品安全检测仪器企业创新能力

第二节 领先企业个案经营分析

一、北京普析通用仪器有限责任公司

二、聚光科技（杭州）股份有限公司

三、北京北分瑞利分析仪器（集团）有限责任公司

四、赛默飞世尔科技（中国）有限公司

五、沃特世科技（上海）有限公司

六、其它企业

图表目录

图表：2009-2012年3月食品制造业企业单位数

图表：2008-2012年3月食品制造业出口交货值

图表：2010年食品进口统计表

图表：2011年食品进口统计表

图表：2012年1-4月食品进口统计表

图表：2010年食品出口统计表

图表：2011年食品出口统计表

图表：2012年1-4月食品出口统计表

图表：2008-2012年食品制造业资产规模

图表：2008-2012年食品制造业销售产值

图表：2008-2012年食品制造业成本费用

图表：2008-2012年食品制造业盈利能力

图表：2008年1-11月乳制品产量总计

图表：2009年1-11月乳制品产量总计

图表：2010年1-11月乳制品产量总计

图表：2011年1-12月乳制品产量总计

图表：2012年1-3月乳制品产量总计

图表：2008年1-11月方便面产量总计

图表：2009年1-11月方便面产量总计

图表：2010年1-11月方便面产量总计

图表：2011年1-12月方便面产量总计

图表：2012年1-3月方便面产量总计

图表：2008年1-11月饼干产量总计

图表：2009年1-11月饼干产量总计

图表：2010年1-11月饼干产量总计

图表：2008年1-11月糕点产量总计

图表：2009年1-11月糕点产量总计

图表：2010年1-11月糕点产量总计

图表：2008年1-11月糕点产量总计

图表：2009年1-11月糕点产量总计

图表：2010年1-11月糕点产量总计

图表：2011年1-12月糕点产量总计

图表：2012年1-3月糕点产量总计

图表：2008年1-11月肉制品产量总计

图表：2009年1-11月肉制品产量总计

图表：2010年1-11月肉制品产量总计

图表：2011年1-12月肉制品产量总计

图表：2012年1-3月肉制品产量总计

图表：产品与客户导向

图表：食品安全产业链

图表：2011年国内生产总值同比增长速度

图表：2011-2012年全国居民消费价格指数

图表：2011-2012年城镇居民消费价格指数

图表：2011-2012年农村居民消费价格指数

图表：2011年农村居民收入情况

图表：2011年城镇居民收入情况

图表：2011年农村与城镇收入对比

图表：2011年中国城乡居民家庭恩格尔系数

图表：2011年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2011-2012年城镇固定资产投资情况

图表：2011年食品工业完成固定资产投资情况

图表：2011-2012年财政收入情况

图表：2011年9月-2012年4月货币供应量

图表：2007-2011年金融机构人民币存款基准利率

图表：2007-2011年金融机构人民币贷款基准利率

图表：2011-2012年存款准备金率历次调整

图表：2011年社会消费品零售总额

图表：2011年对外贸易进口情况

图表：2011年对外贸易出口情况

图表：质谱仪分类

图表：餐饮服务食品安全现场快速检测设备配备基本标准

图表：2011年食品安全检测仪器生产规模排名

图表：2011年食品安全检测仪器销售规模排名

图表：2011年食品安全检测仪器利润总额排名

图表：2011-2012年聚光科技（杭州）股份有限公司最新财务指标

图表：2011-2012年聚光科技（杭州）股份有限公司债务状况

图表：2011-2012年聚光科技（杭州）股份有限公司获利能力

图表：2011-2012年聚光科技（杭州）股份有限公司运营能力

图表：2011-2012年聚光科技（杭州）股份有限公司财务能力

图表：2011-2012年聚光科技（杭州）股份有限公司成长状况

图表：2011-2012年聚光科技（杭州）股份有限公司现金流量

略.....

通过《2012-2016年食品安全监测仪器行业市场供需预测及投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/119288.html>