

# 2016-2022年中国辣椒酱市 场深度调查与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国辣椒酱市场深度调查与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/44104398A5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

### 前言

辣椒酱，辣椒因收获有季节性，许多国家的人们为了常年食用，开发了各种不同的加工方法，辣酱便是辣椒系列产品之一，由民间开发并为广大群众所喜爱，具有独特地方风味的佐餐调味品，有着广泛的市场基础，其经济价值不容忽视。

常见的有牛肉辣椒酱、五香辣椒酱，由于加入的配料不是固定的，这种复合调味品的辣椒酱产品可说是琳琅满目，如蒜味辣椒酱、海鲜辣椒酱、榨菜辣椒酱、果味辣椒酱、骨肉泥丁鲜辣酱等。现在食品的发展越来越趋向于保健的方向，在这种趋势下也出现了多种新型高营养型的辣椒酱。草菇姜味辣椒酱，经常食用可增强人体的免疫能力，能够抑制癌细胞的生长。鸡骨辣椒酱，采用整鸡分割后的副产品一鸡的骨架，它的加入改善了辣椒酱的风味及口感，增加了辣椒酱的营养，并且也使得副产物得以有效利用，可谓一举多得。

近几年我国辣椒酱产量快速增长，据相关资料统计显示，2011年我国辣椒酱产量达到365万吨，同比2010年增长14.06%。2012年我国辣椒酱产量达到416万吨，2013年行业产量达到458万吨，2015年全国辣酱产量为514万吨。

本对辣椒酱行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国对辣椒酱行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国对辣椒酱行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国对辣椒酱行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国对辣椒酱行业发展前景预测。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。

### 报告目录：

第一篇 辣椒酱产业现状篇 1

第一章 2015年中国调味品业整体运行状况分析 1

第一节 2015年中国调味品市场运行总况	1
一、中国调味品市场发展特点	1
二、国内调味品市场进入调整阶段	3
三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展	4
四、消费升级带动调味品市场细分趋势	5
第二节 2015年中国调味品区域市场发展状况	6
一、山东调味品产业发展状况	6
二、湖北省调味品业发展状况	7
三、新疆番茄酱出口量分析	8
第三节 2015年中国调味品包装分析	10
一、调味品包装发展概况	10
二、包装成为调味品行业发展动力	11
三、调味品包装运用中存在的问题	12
四、塑料软管包装成调味品包装新趋势	12
第四节 金融危机对调味品企业的影响分析	13
一、金融危机下调味品产业的发展机遇	13
二、调味品企业善于从危机中抓时机	15
三、危机下调味品业发展利好前瞻	17
第二章 2009-2015年中国辣椒酱制造行业数据监测分析	18
第一节 2009-2015年中国辣椒酱制造行业规模分析	18
一、企业数量增长分析	18
二、从业人数增长分析	18
三、资产规模增长分析	19
第二节 2015年中国辣椒酱制造行业结构分析	19
一、企业数量结构分析	19
1、不同类型分析	19
2、不同所有制分析	20
二、销售收入结构分析	20
1、不同类型分析	20
2、不同所有制分析	20
第三节 2009-2015年中国辣椒酱制造行业产值分析	21

一、产成品增长分析	21
二、工业销售产值分析	22
三、出口交货值分析	22
第四节 2009-2015年中国辣椒酱制造行业成本费用分析	23
一、销售成本统计	23
二、费用统计	23
第五节 2009-2015年中国辣椒酱制造行业盈利能力分析	24
一、主要盈利指标分析	24
二、主要盈利能力指标分析	24
第三章 2015年中国辣酱产业运行态势分析	25
第一节 2015年全球辣酱市场运行简况	25
一、浅析国际辣酱市场法规	25
二、国际辣酱市场供需情况分析	26
三、国际辣酱市场贸易分析	27
四、美国辣椒市场动态分析	28
五、韩国辣酱出口贸易分析	31
第二节 2015年我国辣酱市场运行分析	32
一、我国辣椒酱市场供情况分析	32
二、我国辣酱市场品牌现状分析	33
三、品牌辣椒酱价格走势分析	35
四、辣椒酱市场存在问题与应对	35
第四章 2015年中国辣酱产业链剖析	36
第一节 2015年中国辣椒酱市场情况	36
一、辣椒酱产区分布	36
二、辣椒酱的出厂价、批发价和零售价	36
三、中国产辣椒酱的原材料	36
四、中国辣椒酱的品种	50
五、中国辣椒酱的包装情况	50
第二节 2014年中国辣椒市场供求关系分析	51
一、辣椒市场供求分析	51

二、影响辣椒市场行情变化的因素	52
第三节 辣酱消费者市场及策略分析	53
一、销售目标对象分析	53
二、目标市场策略分析	54
第五章 2009-2015年中国辣椒酱相关产品进出口贸易数据分析	55
第一节 2009-2015年中国鲜或冷藏的辣椒进出口数据监测分析(070960)	55
一、鲜或冷藏的辣椒进出口数量分析	55
二、鲜或冷藏的辣椒进出口金额分析	55
三、鲜或冷藏的辣椒进出口国家及地区分析	56
第二节 2009-2015年中国辣椒干进出口数据监测分析(090421)	57
一、辣椒干进出口数量分析	57
二、辣椒干进出口金额分析	58
三、辣椒干进出口国家及地区分析	58
第三节 2009-2015年中国辣椒粉进出口数据监测分析(090422)	60
一、辣椒粉进出口数量分析	60
二、辣椒粉进出口金额分析	60
三、辣椒粉进出口国家及地区分析	61
第六章 2012-2015年中国辣酱细分市场调查调研	63
第一节 2012年中国辣酱市场调查分析	63
一、辣酱产品总体畅销情况分析	63
二、辣酱市场总体品牌分布	64
三、辣酱重点企业市场占有率	65
第二节 2013年中国辣椒酱市场调查分析	66
一、辣椒酱产品畅销情况	66
二、辣椒酱市场品牌排名	67
三、辣椒酱重点企业市场占有率	67
第三节 2014年中国辣椒酱市场调查分析	68
一、辣椒酱产品畅销情况	68
二、辣椒酱市场品牌排名	69
三、辣椒酱重点企业市场占有率	70

#### 第四节 2015年中国辣椒酱市场调查分析 71

- 一、辣椒酱产品畅销情况 71
- 二、辣椒酱市场品牌排名 72
- 三、辣椒酱重点企业市场占有率 72

#### 第七章 2015年中国辣酱区域市场情况分析 74

##### 第一节 2015年湖南辣椒产业运行分析 74

- 一、湖南辣椒酱特色分析 74
- 二、湖南创造中国辣椒标准 76
- 三、湖南辣椒行业年产值情况分析 76
- 四、湖南辣椒产业投资优势分析 77

##### 第二节 2015年中国石柱辣椒产业运行分析 77

- 一、石柱辣椒产业概况 77
- 二、石柱辣椒平稳度过艰难期，基地规模不断扩大 80
- 三、石柱辣椒产业呈现“六喜” 80
- 四、石柱辣椒深加工投资分析 81

##### 第三节 2015年中国永丰辣酱产业发展分析 81

- 一、永丰辣酱概述 81
- 二、特色产业形成的基本条件 82
- 三、开发特色产品需解决的主要问题 84
- 四、永丰辣酱市场兴衰的调查思考 85

##### 第四节 其他地区辣椒产业发展分析 88

- 一、遵义县辣椒产业发展分析 88
- 二、瓮安县辣椒产业发展分析 92
- 三、安集海辣椒产业发展分析 93
- 四、大方县辣椒产业发展分析 93
- 五、鸭江镇辣椒产业发展分析 96

#### 第八章 2015年中国辣酱消费市场透析 97

##### 第一节 2015年中国辣酱消费者收入分析 97

- 一、中国人口、人民生活分析 97
- 二、全国居民收入情况分析 97

三、居民消费信心指数分析	99
第二节 2014年中国调味品消费分析	100
一、调味品消费者认知情况分析	100
二、调味品消费者选择偏好度	101
三、调味品行业首发消费券	101
第三节 2015年中国辣椒酱消费市场分析	102
一、消费者对品牌的认识	102
二、消费者最喜欢辣椒酱产品分布	103
三、消费者对产品看法的标准	103
四、消费者对调味酱吃法调查	104
五、消费者主要食用时间调查	105
六、购买产品的主要原因调查	105
七、消费者心中最合理的定价	106
八、核心消费群体的年龄阶段	107
九、现有产品的首要不足问题	107
十、对中小食品企业的营销建议	108
第二篇 辣椒酱产业竞争篇	109
第九章 2015年中国调味品市场竞争新格局透析	109
第一节 2015年中国调味品市场竞争现状	109
一、调味品细分市场品牌竞争分析	109
二、外资角逐调味品市场分析	110
三、调味品行业亮出重大资产重组牌	111
四、鸡精和味精产品消费者需求差异对比分析	112
第二节 2014年中国调味品集中度分析	116
一、市场集中度分析	116
二、生产企业集中度分析	116
第三节 2016-2022年中国调味品市场竞争趋势分析	117
第十章 2015年中国辣酱重点企业竞争力对比及关键性财务数据分析	119
第一节 贵州老干爹食品有限公司	119
一、企业概况	119



二、企业主要经济指标分析	120
三、企业盈利能力分析	120
四、企业偿债能力分析	121
五、企业运营能力分析	121
六、企业成长能力分析	121
第二节 桂林花桥食品有限公司	122
一、企业概况	122
二、企业主要经济指标分析	122
三、企业盈利能力分析	123
四、企业偿债能力分析	123
五、企业运营能力分析	123
六、企业成长能力分析	124
第三节 青岛多元食品有限公司	124
一、企业概况	124
二、企业主要经济指标分析	125
三、企业盈利能力分析	125
四、企业偿债能力分析	125
五、企业运营能力分析	126
六、企业成长能力分析	126
第四节 青岛青洋食品有限公司	126
一、企业概况	126
二、企业主要经济指标分析	127
三、企业盈利能力分析	127
四、企业偿债能力分析	127
五、企业运营能力分析	128
六、企业成长能力分析	128
第五节 青岛农一食品有限公司	128
一、企业概况	128
二、企业主要经济指标分析	129
三、企业盈利能力分析	129
四、企业偿债能力分析	130
五、企业运营能力分析	130

六、企业成长能力分析	130
第六节 青岛兆丰农产有限公司	131
一、企业概况	131
二、企业主要经济指标分析	131
三、企业盈利能力分析	131
四、企业偿债能力分析	132
五、企业运营能力分析	132
六、企业成长能力分析	132
第七节 李锦记(广州)食品有限公司	133
一、企业概况	133
二、企业主要经济指标分析	133
三、企业盈利能力分析	134
四、企业偿债能力分析	134
五、企业运营能力分析	134
六、企业成长能力分析	134
第八节 四川省远达集团富顺县美乐食品有限公司	135
一、企业概况	135
二、企业主要经济指标分析	136
三、企业盈利能力分析	136
四、企业偿债能力分析	136
五、企业运营能力分析	137
六、企业成长能力分析	137
第九节 贵阳南明老干妈风味食品有限公司	137
一、企业概况	137
二、企业主要经济指标分析	138
三、企业盈利能力分析	138
四、企业偿债能力分析	139
五、企业运营能力分析	139
六、企业成长能力分析	139
第十节 辣妹子食品股份有限公司	139
一、企业概况	139
二、企业主要经济指标分析	141

三、企业盈利能力分析	142
四、企业偿债能力分析	142
五、企业运营能力分析	142
六、企业成长能力分析	143
第三篇 辣椒酱产业前景篇	144
第十一章 2016-2022年中国调味品行业发展趋势分析	144
第一节 2016-2022年中国调味品发展前景分析	144
一、香辛料调味品市场前景分析	144
二、调味品市场发展趋势及消费趋势分析	146
三、调味品市场容量预测	150
四、调味品的细分与整合趋势	151
第二节 2016-2022年中国调味品行业发展的趋势探析	152
一、行业洗牌太极化	152
二、品类经营专业化	153
三、品项创新细分化	154
四、产品研发高端化	154
五、渠道运营多样化	154
六、区域品牌全国化	155
七、企业整合航母化	155
第十二章 2016-2022年中国辣酱行业前景预测分析	157
第一节 2016-2022年中国辣椒市场与发展前景分析	157
一、消费群体与消耗量走势	157
二、辣椒在工业原料领域的需求	158
三、辣椒国际贸易量增长趋势分析	160
四、重庆辣椒市场供求趋势分析	161
第二节 2016-2022年中国风味香辣酱系列新产品发展趋势	163
一、以老干妈为主传统风味工业化系列发展趋势	163
二、多种风味特色化系列发展趋势	164
三、川味特色原料风味化系列发展趋势	164
四、新型风味化系列发展趋势	165

五、新型香辣酱产品的特色突破和发展方向 165

第四篇 辣酱产业投资篇 166

第十三章 2015年中国辣酱行业投资现状分析 166

第一节 2015年中国调味品行业投资特性分析 166

一、行业发展周期 166

二、行业要素分析 167

三、行业进入壁垒 169

四、酱类产品投资情况 170

五、复合调味品投资情况 172

第二节 2015年泰国辣椒酱投资方案解析 174

一、泰国辣椒酱的特点 174

二、在中国生产的优势 174

三、原材料和包装材料的采购 175

四、辣椒酱厂总投资与生产计划 175

第三节 2015年四川特色辣酱生产线投资方案解析 176

一、项目背景 176

二、项目内容 176

三、项目投资 176

四、市场预测 176

五、效益预测 177

六、建设条件 177

第十四章 2015年中国辣酱行业投资环境分析 178

第一节 2015年中国宏观经济环境分析 178

一、国民经济运行情况GDP（季度更新） 178

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 179

三、全国居民收入情况（季度更新） 182

四、恩格尔系数（年度更新） 183

五、工业发展形势（季度更新） 184

六、固定资产投资情况（季度更新） 186

七、财政收支状况（年度更新） 187

八、中国汇率调整（人民币升值）	188
九、存贷款基准利率调整情况	191
十、存款准备金率调整情况	193
十一、社会消费品零售总额	197
十二、对外贸易&进出口	198
第二节 2015年中国社会发展环境分析	199
一、居民消费饮食结构及消费观念	199
二、全国居民消费价格分析	205
三、居民消费信心指数分析	207
第三节 2015年中国辣酱市场政策环境分析	209
一、中华人民共和国食品安全法实施条例	209
二、中国调味品协会在全行业深入贯彻实施《食品安全法》	220
三、辣椒酱国家标准制定及其影响	221
四、五项调味品标准将出台	221
五、中国调味品经销商管理新规范	223
第四节 2015年中国辣酱市场社会环境分析	223
一、地域环境分析	223
二、川菜的影响分析	223
三、政治经济社会文化的因素分析	223
四、人口因素分析	224
五、科技发展分析	224
六、饮食文化和自然环境分析	224
七、营销中介分析	225
第十五章 2016-2022年中国辣酱行业投资机会与风险分析	226
第一节 2016-2022年中国辣酱行业投资风险分析	226
一、政策风险分析	226
二、市场风险分析	226
三、其它风险分析	226
第二节 2016-2022年中国辣酱行业投资机会分析	227
一、辣酱市场资源	227
二、调味品行业的投资价值	229

三、调味品行业中国市场投资分析	230
四、金融危机给调味品行业带来的机遇	232
第三节 权威专家投资建议	233
第十六章 2016-2022年中国调味品行业发展策略研究	234
第一节 2016-2022年中国调味品行业发展策略	234
一、调味品业应对餐饮遇冷的策略	234
二、调味品企业产品设计策略	236
三、调味品行业品牌策略	239
四、调味品系统经营策略	241
第二节 2016-2022年中国中型调味品企业突破品牌瓶颈的策略	243
一、品牌再塑并确定战略方向	243
二、确立品牌精神	243
三、调整品牌组合模式	244
四、产品创新之道	245
五、渠道整合（ZY202）	246

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/44104398A5.html>