

2016-2022年中国辣酱市场 竞争格局与投资前景发展战略规划研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国辣酱市场竞争格局与投资前景发展战略规划研究报告》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/5591657LFW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

辣椒原产于中拉丁美洲热带地区，原产国是墨西哥。15世纪末，哥伦布发现美洲之后把辣椒带回欧洲，并由此传播到世界其他地方。于明代传入中国。清陈淏子之《花镜》有番椒的记载。今中国各地普遍栽培，成为一种大众化蔬菜。辣椒是中轴胎座。辣椒为一年或多年生草本植物，叶子卵状披针形，花白色。果实大多像毛笔的笔尖，也有灯笼形、心脏形等。果实未熟时呈绿色，成熟后变为红色或黄色。一般有辣味，供食用和药用。

本辣椒行业研究报告共八章是智研数据研究中心的研究成果，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。智研咨询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。本中国辣椒行业研究报告是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。

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

第一部分辣酱行业发展基本概述 20

第一章辣酱行业发展阐述 20

第一节辣酱概述 20

一、辣酱定义 20

二、营养分析 20

三、适宜人群 21

四、食疗作用 21

第二节辣酱分类 21

一、辣椒酱 21

- 二、辣椒油 21
- 三、酱青辣椒 22
- 四、油红辣椒 22

第二章 2014-2015年中国调味品市场发展动态分析 23

第一节 2014-2015年中国调味品产业发展状况 23

- 一、中国调味品行业发展状况 23
- 二、CFE见证调味品行业缩影 25
- 三、中国调味品产业与市场发展问题 26

第二节 金融危机对调味品企业的影响 28

- 一、金融危机下调味品产业的发展机遇 28
- 二、调味品企业善于从危机中抓时机 30
- 三、危机下调味品业发展利好前瞻 33

第三章 2014-2015年辣酱行业发展形势总体分析 34

第一节 2014-2015年全球辣酱市场发展现状 34

- 一、各国产销及贸易量 34
- 二、各国国家辣酱法规 34
- 三、国际或地区市场潜力 35
- 四、美国辣椒产业及市场情况 36
- 五、韩国辣酱出口情况分析 37

第二节 2014-2015年中国辣酱市场发展现状 38

- 一、中国辣椒市场的产量情况 38
- 二、调味酱市场发展现状 42
- 三、调味酱市场存在问题及前景 42
- 四、中国辣酱市场品牌发展现状 43
- 五、辣椒制品价格走势分析 44
- 六、辣椒市场价格走势分析 45
- 七、辣椒酱行业发展及策略分析 45

第四章 2014-2015年中国辣酱市场发展深度研究 50

第一节 2014-2015年中国辣椒酱市场情况 50

一、辣椒酱生产厂的主要产地	50
二、辣椒酱的出厂价、批发价和零售价	50
三、中国产辣椒酱的原材料	51
四、中国辣椒酱的品种	51
五、中国辣椒酱的包装情况	51
第二节 2014-2015年中国辣椒市场供求关系分析	52
一、辣椒市场供求分析	52
二、影响辣椒市场行情变化的因素	53
第三节 2014-2015年辣酱消费者市场及策略分析	54
一、销售目标对象分析	54
二、目标市场策略分析	55
第五章2014-2015年中国辣酱市场深度调查分析	56
第一节辣酱市场调查分析	56
一、辣酱产品畅销情况	56
二、辣酱市场占有份额	57
三、辣酱重点企业市场占有份额	57
第二节 辣椒酱市场调查分析	58
一、辣椒酱产品畅销情况	58
二、辣椒酱市场占有份额	59
三、辣椒酱重点企业市场占有份额	59
第三节香辣酱市场调查分析	60
一、香辣酱产品畅销情况	60
二、香辣酱市场占有份额	61
三、香辣酱重点企业市场占有份额	61
第四节 辣椒碎市场调查分析	62
一、辣椒碎产品畅销情况	62
二、辣椒碎市场占有份额	63
三、辣椒碎重点企业市场占有份额	63
第六章2014-2015年中国辣酱区域市场情况分析	65
第一节湖南辣椒产业发展分析	65

一、湖南辣椒酱介绍	65
二、湖南创造中国辣椒标准	68
三、湖南辣椒行业年产值情况分析	70
四、湖南辣椒产业发展分析	71
第二节石柱辣椒产业发展分析	73
一、石柱辣椒产业发展现状及前景	73
二、石柱辣椒产业发展分析	78
三、石柱辣椒产业发展目标	81
四、石柱辣椒深加工投资分析	82
第三节永丰辣酱产业发展分析	83
一、永丰辣酱概述	83
二、特色产业形成的基本条件	84
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	84
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	98
四、大方县辣椒产业发展分析	99
五、鸭江镇辣椒产业发展分析	100
第七章2014-2015年中国辣酱行业消费市场分析	101
第一节中国辣酱消费者收入分析	101
一、中国人口、人民生活分析	101
二、全国居民收入情况分析	102
三、居民消费信心指数分析	102
第二节调味品消费分析	104
一、调味品消费者认知情况分析	104
二、调味品消费者选择偏好度	105
三、调味品行业首发消费券	105
第三节辣椒酱消费市场分析	106
一、消费者对品牌的认识	106

- 二、消费者最喜欢调味酱产品 107
- 三、消费者对产品看法的标准 107
- 四、消费者对调味酱吃法调查 108
- 五、消费者主要食用时间调查 108
- 六、购买产品的主要原因调查 108
- 七、消费者心中最合理的定价 109
- 八、核心消费群体的年龄阶段 109
- 九、现有产品的首要不足问题 109
- 十、对中小食品企业的营销建议 110

第二部分辣酱行业市场竞争格局 112

第八章2014-2015年中国辣酱行业市场竞争格局分析 112

第一节2014-2015年调味品市场竞争分析 112

- 一、中国调味品企业排名 112
- 二、细分市场品牌竞争分析 113
- 三、内外资角逐调味品市场 115
- 四、中国调味品市场竞争格局 119

第二节2014-2015年中国辣酱行业竞争格局综述 120

- 一、辣酱市场不正当竞争分析 120
- 二、辣酱市场主要竞争对手分析 121

第三节2014-2015年辣酱市场竞争分析 122

- 一、辣酱市场竞争分析 122
- 二、辣椒酱市场竞争分析 122
- 三、香辣酱市场竞争分析 122
- 四、辣椒碎市场竞争分析 122

第九章2014-2015年中国辣酱企业市场竞争策略分析 124

第一节2014-2015年调味品市场竞争策略分析 124

- 一、调味品企业的竞争策略 124
- 二、调味品区域市场竞争策略分析 127

第二节辣酱领先者市场竞争策略 134

- 一、维护高质量形象 134

二、扩大市场需求总量 135

三、保护市场份额 136

四、扩大市场份额 137

第三节辣酱挑战者市场竞争策略 137

一、正面进攻 137

二、侧翼攻击 138

三、包围进攻 138

四、迂回攻击 138

五、游击战 138

第十章2014-2015年中国主要辣酱品牌竞争力分析 139

第一节 贵州老干爹食品有限公司 139

一、企业基本概况 139

二、公司主要财务指标分析 140

三、企业成本费用指标 143

第二节 桂林花桥食品有限公司 146

一、企业基本概况 146

二、公司主要财务指标分析 147

三、企业成本费用指标 150

第三节 青岛多元食品有限公司 153

一、企业基本概况 153

二、公司主要财务指标分析 154

三、企业成本费用指标 157

第四节 青岛青洋食品有限公司 160

一、企业基本概况 160

二、公司主要财务指标分析 160

三、企业成本费用指标 163

第五节 青岛农一食品有限公司 166

一、企业基本概况 166

二、公司主要财务指标分析 167

三、企业成本费用指标 170

第六节 青岛兆丰农产有限公司 173

一、企业基本情况	173
二、公司主要财务指标分析	174
三、企业成本费用指标	177
第七节 李锦记（广州）食品有限公司	180
一、企业基本情况	180
二、公司主要财务指标分析	180
三、企业成本费用指标	183
第八节 四川省远达集团富顺县美乐食品有限公司	186
一、企业基本情况	186
二、公司主要财务指标分析	187
三、企业成本费用指标	190
第九节 贵阳南明老干妈风味食品有限公司	193
一、企业基本情况	193
二、公司主要财务指标分析	194
三、企业成本费用指标	197
第十节 辣妹子食品股份有限公司	200
一、企业基本情况	200
二、公司主要财务指标分析	202
三、企业成本费用指标	205
第三部分 行业趋势预测	209
第十一章 2016-2022年中国调味品行业发展趋势分析	209
第一节 2016-2022年中国调味品行业发展前景	209
一、香辛料调味品市场前景分析	209
二、中国调味品市场前景分析	211
第二节 2016-2022年中国调味品发展趋势分析	214
一、调味品市场发展趋势分析	214
二、调味品市场容量预测	219
三、调味品的细分与整合趋势	219
四、调味品行业未来发展趋势分析	221
第十二章 2016-2022年中国辣酱行业发展趋势分析	226

第一节辣椒产业发展前景	226
一、辣椒用途广泛	226
二、辣椒市场需求分析	226
第二节辣椒市场与发展前景分析	228
一、消费群体与消耗量走势	228
二、辣椒在工业原料领域的需求	228
三、辣椒国际贸易量增长趋势分析	228
四、重庆辣椒市场供求趋势分析	229
第三节风味香辣酱系列新产品发展趋势	231
一、以老干妈为主传统风味工业化系列发展趋势	231
二、多种风味特色化系列发展趋势	232
三、川味特色原料风味化系列发展趋势	232
四、新型风味化系列发展趋势	233
五、新型香辣酱产品的特色突破和发展方向	233
第四部分投资战略研究	235
第十三章 2014-2015年中国辣酱行业投资环境分析	235
第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析	235
一、中国GDP分析	235
二、消费价格指数分析	236
三、城乡居民收入分析	243
四、社会消费品零售总额	246
五、全社会固定资产投资分析	248
六、进出口总额及增长率分析	252
第二节社会发展环境分析	255
一、人口环境分析	255
二、教育环境分析	256
三、文化环境分析	257
四、生态环境分析	258
第三节2014-2015年中国辣酱政策法规环境分析	259
一、中华人民共和国食品安全法实施条例	259
二、中国调味品协会在全行业深入贯彻实施《食品安全法》	272

三、辣椒酱国家标准制定及其影响 275

四、五项调味品标准将出台 276

五、中国调味品经销商管理新规范 277

第十四章2016-2022年中国辣酱行业投资机会与风险分析 279

第一节2016-2022年中国辣酱行业投资风险分析 279

一、政策风险分析 279

二、市场风险分析 280

三、其它风险分析 280

第二节2016-2022年中国辣酱行业投资机会分析 281

一、辣酱市场资源 281

二、调味品行业的投资价值 281

三、调味品行业中国市场投资分析 281

四、金融危机给调味品行业带来的机遇 284

第三节 2016-2022年中国辣酱行业投资战略研究（ZYCSM） 286

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/5591657LFW.html>