

2016-2022年中国辣酱行业 前景研究与市场需求预测报告

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年中国辣酱行业前景研究与市场需求预测报告》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/5591657Y9W.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，2014年全国辣酱产量为480万吨。

本辣酱行业研究报告共十四章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。本中国辣酱行业研究报告是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。

本研究数据研究中心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。

报告揭示了中国辣酱行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国辣酱行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国辣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2012-2013年中国调味品市场发展动态分析23

第一节2012-2013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2012-2013年辣酱行业发展形势总体分析34

第一节2012-2013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2012-2013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2012-2013年中国辣酱市场发展深度研究50

第一节2012-2013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2012-2013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2012-2013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2012-2013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2012-2013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2012-2013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2012-2013年中国辣酱行业市场竞争格局分析112

第一节2012-2013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2012-2013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2012-2013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2012-2013年中国辣酱企业市场竞争策略分析124

第一节2012-2013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2012-2013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、企业基本情况	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2012-2013年中国辣酱行业投资环境分析235

第一节2012-2013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2012-2013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（ZYCSM）	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	286

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/5591657Y9W.html>