

权威版-中国调味品行业供需与投资 前景报告2014-2019年

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

《权威版-中国调味品行业供需与投资前景报告2014-2019年》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/F29847AOGV.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

第一部分 市场现状 1

第一章 中国调味品市场现状分析 2

1.1 市场现状 2

1.1.1 市场规模 2

1.1.2 行业成长性 3

1.1.3 企业情况 3

1.1.4 行业优势 7

1.1.5 市场发展 7

1.2 2011-2013年中国调味品行业运行 9

1.2.1 2011-2013中国调味品产值规模变化/趋势分析 9

1.2.2 2011-2013中国调味品资产规模变化/趋势分析 9

1.2.3 2011-2013中国调味品行业销售规模变化/趋势分析 11

1.2.4 2011-2013中国调味品业成本变化/趋势分析 13

1.2.5 2011-2013中国调味品利润变化/趋势分析 14

1.2.6 2011-2013中国调味品业企业规模变化/趋势分析 15

1.3 2011-2013年调味品工业结构及变化趋势 16

1.3.1 2011-2013大型企业发展分析 16

1.3.2 2011-2013中型企业发展分析 18

1.3.3 2011-2013小型企业发展分析 19

1.4 2011-2013年调味品工业不同所有制性质企业经济运行及趋势分析 21

1.4.1 2011-2013国有企业发展分析 21

1.4.2 2011-2013集体企业发展分析 22

1.4.3 2011-2013股份合作企业发展分析 24

1.4.4 2011-2013私营企业发展分析 26

第二部分 市场细分 28

第二章 中国酱油市场分析 29

2.1 中国酱油市场分析 29

2.1.1 酱油市场现状 29

- 2.1.2 酱油产销情况 30
- 2.1.3 酱油区域市场 32
- 2.1.4 酱油对外贸易 36
- 2.1.5 酱油市场竞争 37
- 2.1.6 存在问题分析 46
- 2.2 广式酱油市场分析 46
 - 2.2.1 市场规模 46
 - 2.2.2 知名品牌 46
 - 2.2.3 独特风味 47
 - 2.2.4 优势分析 47
- 2.3 酱油国际市场 47
 - 2.3.1 各地区市场分析 47
 - 2.3.2 国际品牌分析 48
- 2.4 酱油优势品牌 50
 - 2.4.1 海天酱油——佛山市海天调味品有限公司 50
 - 2.4.1.1 基本情况 50
 - 2.4.1.2 经营状况/品牌分析 51
 - 2.4.2 加加酱油——加加酱业（长沙）有限公司 52
 - 2.4.2.1 基本情况 52
 - 2.4.2.2 经营状况/品牌分析 53
 - 2.4.3 李锦记酱油——李锦记（新会）食品有限公司 53
 - 2.4.3.1 基本情况 53
 - 2.4.3.2 经营状况/品牌分析 54

第三章中国食醋市场分析 57

- 3.1 中国食醋市场分析 57
 - 3.1.1 市场规模 57
 - 3.1.2 产地分析 57
- 3.2 食醋产业发展分析 57
 - 3.2.1 地域性限制 57
 - 3.2.2 市场竞争 58
 - 3.2.3 技术科研 59

- 3.2.4 品牌打造 60
- 3.2.5 行业规模 60
- 3.3 食醋对外贸易 61
 - 3.3.1 2013年醋进出口情况分析 61
 - 3.3.2 2013年醋进出口情况分析 62
- 3.4 优势品牌 64
 - 3.4.1 恒顺醋业 64
 - 3.4.1.1 基本情况 64
 - 3.4.1.2 员工构成 64
 - 3.4.1.3 财务状况 65
 - 3.4.1.4 经营状况 66
 - 3.4.2 山西水塔老陈醋公司 67
 - 3.4.2.1 基本情况 67
 - 3.4.2.2 产地保护 69

第四章 中国味精市场 71

- 4.1 中国味精市场分析 71
 - 4.1.1 中国味精市场 71
 - 4.1.2 味精销售情况 72
 - 4.1.3 味精区域市场 73
- 4.2 2013年中国味精出口分析 84
 - 4.2.1 2013年中国味精进出口总体情况 84
 - 4.2.2 2013年中国味精出口关区、收发货地分析 85
 - 4.2.3 2013年中国味精出口产销国及贸易方式分析 87
 - 4.2.4 2013年中国味精进口关区、收发货地分析 88
 - 4.2.5 2013年中国味精进口产销国及贸易方式分析 89
- 4.3 2013年中国味精进口分析 90
 - 4.3.1 2013年中国味精进出口情况 90
 - 4.3.2 2013年中国味精出口产销国及贸易方式关分析 91
 - 4.3.3 2013年中国味精出口关区、收发货地区分析 92
 - 4.3.4 2013年中国味精进口产销国及贸易方式分析 93
 - 4.3.5 2013年中国味精进口关区、收发货地区分析 95

- 4.4 行业动态 96
 - 4.4.1 味精行业新标准 96
 - 4.4.2 新法生产“工业味精”项目 97
 - 4.4.3 上海市味精质量专项监督抽查 97
- 4.5 技术趋势 98
 - 4.5.1 技术进展 98
 - 4.5.2 技术差距 99
 - 4.5.3 发展方向 100
- 4.6 优势品牌——河南省莲花味精集团有限公司 101
 - 4.6.1 基本情况 101
 - 4.6.2 主要产品 102
 - 4.6.3 财务状况 102
 - 4.6.4 经营状况 104

第五章 鸡精市场分析 106

- 5.1 市场规模 106
- 5.2 区域市场 106
- 5.3 鸡精行业SWOT分析 107
 - 5.3.1 竞争对手分析 107
 - 5.3.2 优势劣势与威胁机会分析 108
- 5.4 鸡精消费者分析 113
 - 5.4.1 购买偏好 114
 - 5.4.2 广告认知途径 114
 - 5.4.3 促销认同分析 115
- 5.5 优势品牌/企业 115
 - 5.5.1 豪吉鸡精——豪吉集团 115
 - 5.5.2 太太乐鸡精——上海太太乐调味食品有限公司 116

第六章 番茄酱市场分析 117

- 6.1 产业发展 117
- 6.2 市场需求 118
- 6.3 对外贸易 118

6.3.1 中国番茄酱出口 118

6.3.2 新疆番茄酱出口 124

6.4 加工企业 126

6.5 原料供应 127

6.6 国际市场 127

6.7 竞争优势 127

6.8 面临挑战 128

第七章 胡椒市场分析 130

7.1 中国胡椒市场市场现状分析 130

7.1.1 市场现状 130

7.1.2 市场地位 130

7.1.3 市场需求 130

7.2 全球胡椒市场分析 131

7.2.1 全球胡椒市场分析 131

7.2.2 越南胡椒市场分析 131

7.3 中国胡椒市场分析 132

7.3.1 中国胡椒国际竞争力 132

7.3.2 中国胡椒行业进口 135

7.3.3 海南胡椒情况分析 135

7.3.4 海南胡椒产业结构的新变化 136

第八章 酱菜和酱类市场分析 138

8.1 国外调味酱市场分析 138

8.2 中国酱菜市场状况 140

8.3 酱菜包装市场分析 140

8.4 辣椒酱市场分析 141

8.5 鱼子酱市场分析 142

第九章 调味品区域市场分析 145

9.1 上海调味品市场 145

9.1.1 上海调味品行业发展 145

- 9.1.2 上海味精市场竞争 145
- 9.1.3 上海调味品行业发展方向 147
- 9.2 郑州调味品市场 148
 - 9.2.1 郑州调味品市场发展 148
 - 9.2.2 郑州调味品市场竞争态势 149
 - 9.2.3 郑州调味品渠道分布及特征 150
- 9.3 武汉调味品市场 152
 - 9.3.1 武汉调味品市场发展 152
 - 9.3.2 武汉市场的竞争格局 153
 - 9.3.3 武汉调味品市场消费者分析 153
 - 9.3.4 武汉调味品市场渠道及推广特点 155
 - 9.3.5 武汉市场的发展机遇与前景 156
- 9.4 北京调味品市场 157
- 9.5 广东调味品市场 158
- 9.6 沈阳调味品市场 160

第十章 中国调味品包装市场 161

- 10.1 中国调味品包装现状分析 161
 - 10.2 未来调味品包装的发展趋势分析 166
- ### 第三部分 市场营销 171

第十一章 中国调味品消费市场 172

- 11.1 中国调味品消费市场分析 172
- 11.2 调味品品牌对消费市场影响分析 174
- 11.3 调味品广告促销对消费市场影响分析 175
- 11.4 调味品定价对消费市场影响分析 176

第十二章 调味品消费者分析 178

- 12.1 中国居民调味品消费状况 178
 - 12.1.1 2013年中国人均食品费用支出及变化分析 178
 - 12.1.2 中国居民饮食结构 180
 - 12.1.3 中国居民食品需求发展趋势 181

- 12.2 消费者行为分析 182
 - 12.2.1 消费者细分 182
 - 12.2.2 城市消费者渠道选择 183
 - 12.2.3 消费者购买调味品心理 185
 - 12.2.4 调味品选择偏好度分析 189
 - 12.2.5 重点调味品消费市场调查 190
- 12.3 2013年12月调味品消费者市场调查分析 193
- 12.4 酱油消费者市场调查分析 198

第十三章 中国调味品营销分析 212

- 13.1 中国调味品品牌营销分析 212
 - 13.2 渠道售点定位分析—上海太太乐渠道研究 216
 - 13.2.1 餐饮渠道的售点细分和定位 216
 - 13.2.2 零售渠道的售点细分和定位 219
 - 13.3 酱醋行业营销渠道分析 221
 - 13.3.1 酱醋酿造行业营销渠道概述 221
 - 13.3.2 酱醋酿造行业营销渠道的现状及其问题分析 226
 - 13.3.3 酱醋酿造行业营销渠道存在问题及对策 227
 - 13.4 营销案例分析 230
 - 13.4.1 山西老陈醋——营销的缺失 230
 - 13.4.2 成功案例——加加酱油等小企业 232
 - 13.5 调味品区域市场营销分析 237
- ### 第四部分 市场竞争 242

第十四章 中国调味品市场竞争状况 243

- 14.1 调味品行业竞争分析 243
 - 14.1.1 中国调味品企业排名 243
 - 14.1.2 中国不同类别调味品十强企业排名 243
- 14.2 调味品市场竞争格局 246
 - 14.2.1 我国调味品市场新格局 246
 - 14.2.2 我国调味品市场竞争策略 247
 - 14.2.3 我国调味品市场竞争趋向 249

14.3 调味品企业如何应对洋企业的入侵 250

14.4 中国鸡粉市场竞争 253

第十五章 中国调味品业面临的危机及解决对策 255

15.1 调味品企业面临的危机及出路分析 255

15.1.1 调味品企业存在的问题 255

15.1.2 调味品企业的出路 255

15.1.3 中小调味品企业如何冲出重围 256

15.2 海天酱油危机后的解决对策 260

第五部分 行业环境 264

第十六章 中国调味品市场政策环境 265

16.1 中国调味品行业相关政策环境分析 265

16.1.1 食品产业政策 265

16.1.2 调味品行业新标准 266

16.1.3 进口食品管理相关政策 268

16.2 “苏丹红”事件对我国调味品行业的影响 269

16.2.1 “苏丹红”事件的发生对我国调味品市场发展提出的几个问题 269

16.2.2 “苏丹红”事件给我国调味品行业带来的机会 270

16.2.3 “苏丹红”事件后各主要调味品市场分析 270

16.3 WTO对中国调味品市场的影响 272

16.3.1 入世后调味品行业如何做好贸易及对待贸易中的争端 272

16.3.2 入世后我国调味品行业利弊分析 273

16.3.3 入世后我国调味品行业采取的应对措施 275

16.3.4 加入WTO后“洋”调味品企业的进攻策略 276

第十七章 中国调味品加工业技术环境分析 278

17.1 酱油制曲过程探究 278

17.2 原味纯鸡粉在鸡精（粉）中的应用 279

17.3 中国固态发酵食醋工艺剖析 283

17.4 “酶解”在调味料生产中的运用 286

第六部分 投资与趋势 288

第十八章 中国调味品行业投资状况分析 289

18.1 跨国公司在华投资调味品特点分析 289

18.2 中国调味品行业重点投资方向推荐 290

18.2.1 鸡精市场 290

18.2.2 含铁酱油市场 291

第十九章 中国调味品市场趋势预测 293

19.1 中国调味品市场趋势和机会分析 293

19.1.1 产品品种趋势 293

19.1.2 调味品生产技术趋势 294

19.1.3 新产品研究趋势 294

19.2 调味品行业发展趋势分析 295

19.2.1 行业并购重组趋势 295

19.2.2 品类经营趋势 296

19.2.3 品项创新趋势 297

19.2.4 产品研发趋势 297

19.2.5 渠道运营趋势 297

19.2.6 区域品牌趋势 298

19.2.7 企业整合趋势 298

19.3 中国复合型调味品发展趋势 299

19.4 中国调味品包装发展趋势 301

19.5 调味品营销趋势 306

19.6 中国调味品市场发展预测 307

19.6.1 2014-2019年我国餐饮业销售额预测 307

19.6.2 2014-2019年我国调味品行业销售额趋势 308

19.6.3 2014-2019年中国番茄酱市场预测 309

19.6.4 2014-2019年我国食糖行业的发展趋势预测 310

19.6.5 2014-2019年我国鸡精、鸡粉行业趋势预测 310

图表目录

图表 2013年调味品行业信用等级评价结果 3

图表 中国调味品企业销售排名 4

图表 中国酱油企业产量排名 5

图表 中国调味品企业出口排名 6

图表 2013年调味品、发酵制品制造工业主营业务收入统计 9

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造工业主营业务收入统计 9

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业应收帐款统计 9

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业应收帐款统计 10

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业产成品统计 10

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业产成品统计 10

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业流动资产统计 10

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业流动资产统计 10

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业资产统计 11

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业资产统计 11

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业负债统计 11

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业负债统计 11

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业销售产值统计 12

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业销售产值统计 12

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业主营业务成本统计 12

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业主营业务成本统计 12

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业营业费用统计 12

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业营业费用统计 13

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业累计产品销售税金及附加统计 13

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业累计产品销售税金及附加统计 13

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业管理费用统计 13

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业管理费用统计 14

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业财务费用统计 14

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业财务费用统计 14

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业利润总额统计 14

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业利润总额统计 15

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业亏损企业单位数、亏损总额统计 15

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造行业亏损企业单位数、亏损总额统计 15

图表 2013年调味品、发酵制品制造从业人员平均人数、企业单位数统计 15

图表 2013年1-12月调味品、发酵制品制造从业人员平均人数、企业单位数统计 16

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业大型企业单位数统计 16

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业大型企业工业销售产值统计 16

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业大型企业利润总额统计 17

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业大型企业主营业务收入统计 17

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业中型企业单位数统计 18

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业中型企业销售产值统计 18

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业中型企业利润总额统计 18

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业中型企业主营业务收入统计 19

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业小型企业单位数统计 19

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业小型企业销售产值统计 19

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业小型企业利润总额统计 20

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业小型企业主营业务收入统计 20

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业国有企业单位数统计 21

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业国有企业销售产值统计 21

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业国有企业利润总额统计 21

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业国有企业主营业务收入统计 22

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业集体企业单位数统计 22

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业集体企业销售产值统计 23

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业集体企业利润总额统计 23

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业集体企业主营业务收入统计 24

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业股份合作企业单位数统计 24

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业股份合作企业销售产值统计 24

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业股份合作企业利润总额统计 25

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业股份合作企业主营业务收入统计 25

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业私营企业单位数统计 26

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业私营企业销售产值统计 26

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业私营企业利润总额统计 26

图表 2011-2013年1-12月调味品、发酵制品制造业私营企业主营业务收入统计 27

图表 2013年1-12月酱油全国产量合计 31

图表 2013年1-12月酱油全国产量合计 31

图表 2013年1-12月北京市酱油产量合计 33

图表 2013年1-12月北京市酱油产量合计 33

图表 2013年1-12月上海市酱油产量合计 34

图表 2013年1-12月上海市酱油产量合计 34

图表 2013年1-12月四川省酱油产量合计 34

图表 2013年1-12月四川省酱油产量合计 35

图表 2013年1-12月广东省酱油产量合计 35

图表 2013年1-12月广东省酱油产量合计 36

图表 2013年酱油十强品牌排名 37

图表 2013年中国酱油竞争力企业排行 37

图表 中国北京、上海及市场三大核心城市酱油的畅销品牌 45

图表 亚洲主要主要国家和地区酱油的产量 单位：万吨 47

图表 中国内地出口西方的酱油百分比 48

图表 加加集团（长沙）有限公司基本情况 52

图表 加加集团实现产销总额、上交税金情况 53

图表 李锦记集团获奖情况 56

图表 2013年醋及用醋酸制得的醋代用品进出口统计 61

图表 2013年醋及用醋酸制得的醋代用品进/出口量线形图 62

图表 2013年醋及用醋酸制得的醋代用品进/出口美元线形图 62

图表 2013年醋及用醋酸制得的醋代用品进出口统计 62

图表 2013年醋及用醋酸制得的醋代用品进/出口量线形图 63

图表 2013年醋及用醋酸制得的醋代用品进/出口美元线形图 63

图表 2013年恒顺醋业集团经营范围 64

图表 2013年恒顺醋业集团员工构成 64

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业主营业务成本统计 65

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业主营业务税金及附加统计 65

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业管理费用统计 65

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业财务费用统计 66

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业营业利润统计 66

图表 2009恒顺醋业营业外收入统计 66

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业营业外支出统计 66

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业投资收益情况 66

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业主营业务收入统计 66

图表 2009年恒顺醋业主营业务构成分析 66

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业利润总额统计 67

图表 2011-2013年1-12月恒顺醋业净利润统计 67

图表 2013年1-12月味精产量全国合计 72

图表 味精企业销售前10名 72

图表 2013年度调味品、发酵品（醋、酱油、味精）最具市场竞争力品牌 73

图表 2013年1-12月天津味精产量合计 73

图表 2013年1-12月河北味精产量合计 74

图表 2013年1-12月内蒙古味精产量合计 74

图表 2013年1-12月味辽宁精产量合计 75

图表 2013年1-12月黑龙江味精产量合计 75

图表 2013年1-12月上海味精产量合计 76

图表 2013年1-12月江苏味精产量合计 76

图表 2013年1-12月浙江味精产量合计 77

图表 2013年1-12月福建味精产量合计 77

图表 2013年1-12月江西味精产量合计 78

图表 2013年1-12月山东味精产量合计 78

图表 2013年1-12月河南味精产量合计 79

图表 2013年1-12月湖北味精产量合计 79

图表 2013年1-12月湖南味精产量合计 80

图表 2013年1-12月广东味精产量合计 81

图表 2013年1-12月广西味精产量合计 81

图表 2013年1-12月重庆味精产量合计 82

图表 2013年1-12月四川味精产量合计 82

图表 2013年1-12月陕西味精产量合计 83

图表 2013年1-12月宁夏味精产量合计 83

图表 2013年1-12月新疆味精产量合计 84

图表 2013年1-12月味精(谷氨酸钠)进出口统计 84

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口统计 85

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口关区统计 86

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口收发货地区统计 86

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口产销国统计 87

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口贸易方式统计 87

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)进口统计 88

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠) 进口关区统计 88

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠) 进口收发货地区统计 89

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠) 进口产销国统计 89

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠) 进口贸易方式统计 90

图表 2013年1-12月味精(谷氨酸钠)进出口统计 90

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口统计 91

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口产销国统计 91

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口贸易方式统计 92

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口关区统计 93

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)出口收发货地区统计 93

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)进口统计 94

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)进口产销国统计 94

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)进口贸易方式统计 95

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)进口关区统计 95

图表 2013年12月味精(谷氨酸钠)进口收发货地区统计 96

图表 2013年莲花味精集团经营范围 102

图表 2010/2013莲花味精集团主营业务成本统计 102

图表 2010/2013莲花味精集团主营业务税金及附加统计 103

图表 2010/2013莲花味精集团营业费用统计 103

图表 2010/2013莲花味精集团管理费用统计 103

图表 2010/2013莲花味精集团财务费用统计 103

图表 2010/2013莲花味精集团营业利润统计 103

图表 2010/2013莲花味精集团营业外收入统计 103

图表 2010/2013莲花味精集团营业外支出统计 104

图表 2010/2013莲花味精集团投资收益情况 104

图表 2010/2013莲花味精集团主营业务收入统计 104

图表 2013年莲花味精集团分地区主营业务收入统计 104

图表 2010/2013莲花味精集团主营业务构成分析 104

图表 2010/2013莲花味精集团利润总额统计 104

图表 2010/2013莲花味精集团净利润统计 105

图表 川内市场鸡精的品牌市场点有率分析 106

图表 中国调味品协会评选的中国鸡精十强品牌 112

图表 目标消费群体购买鸡精动因分析 113

图表 餐饮场所购买决策分析 113

图表 2013年我国番茄酱出口市场统计 119

图表 2008-2013年中国番茄酱出口统计 119

图表 2008-2013年中国番茄酱出口统计 119

图表 2013年12月份我国番茄酱出口分国别统计 120

图表 2013年12月份我国番茄酱进口分国别统计 120

图表 我国胡椒总产量世界排名 130

图表 胡椒人均年消费量 130

图表 相关国家胡椒单产对比（单位：百克/公顷） 133

图表 相关国家胡椒收获面积对比（单位：公顷） 133

图表 相关国家胡椒产量对比（单位：吨） 134

图表 武汉市场各渠道调味品销售排名 156

图表 消费者认为最好的调味品品牌所占百分比 174

图表 消费者购买调味品价位分析 176

图表 单个家庭每月购买调味品的花费 177

图表 2013年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 178

图表 2006-2013年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度 178

图表 2006-2013年农村居民人均纯收入及其增长速度 178

图表 2006-2013年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 179

图表 城镇居民主要食品消费量 单位：公斤 180

图表 消费者购买食品选择的途径 183

图表 消费者购买食品选择的场所 184

图表 消费者购买食品细心比例 186

图表 消费者在厨房吃调味品占的比例 187

图表 消费者认为吃调味品的各类好处百分比 187

图表 消费者在购买调味品时最关注的因素 189

图表 消费者最喜欢吃的调味品类别占比情况 190

图表 味精品牌上海市场占有率排名 190

图表 鸡精品牌上海市场占有率排名 191

图表 食醋品牌上海市场占有率排名 191

图表 酱油品牌上海市场占有率排名 192

图表 调味酱品牌上海市场占有率排名 193

图表 2013年消费者最信赖的调味品品牌 194

图表 2013年调味品消费者经常用调味品的比例 195

图表 2013年调味品消费者遇到质量问题的频率 195

图表 2013年消费者遇到食品安全问题解决方式 196

图表 2013年消费者遇到食品安全问题不能得到满意解决选择投诉的单位 197

图表 2013年消费者对调味品行业整体满意度 198

图表 消费者吃的最多的酱油品牌 199

图表 消费者吃海天酱油的主要原因 199

图表 消费者吃金狮酱油的主要原因 200

图表 消费者吃李锦记酱油的主要原因 200

图表 消费者吃老抽酱油多于生抽 201

图表 消费者吃老抽、生抽的男女性比率 202

图表 分不清老抽、生抽的消费者年龄对比 203

图表 消费者认为好的酱油产品应具备的核心条件 204

图表 消费者希望在酱油里加入铁这种微量元素的比例 205

图表 消费者希望在酱油里加入铁元素的男女性比率 205

图表 不希望在酱油里加入铁元素的消费者年龄对比 206

图表 消费者认为酱油产品还需要做哪方面场细分 207

图表 消费者酱油产品的容量多少毫升一瓶最合适 208

图表 消费者对酱油产品的价格认可 209

图表 消费者认为现有酱油产品的主要不足 210

图表 上海太太乐调味品有限公司餐饮渔产售点细分和定位 218

图表 餐饮客户调味品进货一览表 218

图表 上海太太乐调味品有限公司产品相对应餐饮渠道售点细分和定位 219

图表 产品在零售渠道运用 220

图表 中国调味品行业龙头企业分布 243

图表 2013年调味品、发酵制品制造行业企业排名（按销售收入） 243

图表 酱油十强品牌企业排名 244

图表 食醋十强品牌企业排名 244

图表 鸡精十强品牌企业排名 244

图表 腐乳十强品牌企业排名 245

图表 复合调味料十强品牌企业排名 245

图表 2013年我国餐饮业销售预测 308

图表 2013年我国调味品行业销售额增长趋势图 308

图表 2013年我国普通食糖与功能性食糖销量增长趋势图 310

图表 2013年我国鸡精、鸡粉行业销量统计及预测 310

图表 2013年我国鸡精、鸡粉产品市场需求量统计311

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/F29847AOGV.html>