

2017-2022年中国调味品市场 调查与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国调味品市场调查与投资前景评估报告》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/X05043O3T5.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

调味品作为日常生活中不可缺少的存在，是家家户户的必备品，吃饭的时候少了它们感觉这顿饭吃的非常难受。作为美食大国，我国调味品行业发展现状却并不符合我国现象。据调查，我国复合调味品仅占全球市场份额的20%，国内市场潜力还未完全开发。为完善我国调味品产业结构，提升国际竞争力，行业已逐渐呈现三大趋势。

目前酱油全国产量为900多万吨，醋为将近400万吨，料酒为200多万吨。随着在外就餐占比提升，行业量增仍有空间。根据统计，我国目前在外就餐占比相比美国仍有1倍以上的提升空间，而在外就餐对调味品的人均消费量是家庭消费的1.5倍，在外就餐对量增贡献明显。

调味品行业细分是遵循地域的饮食习惯以及新兴的饮食潮流而来。突出“健康”、“自然”、“绿色”和个性化等元素，使调味品行业呈多元化方向发展。比如酱油行业的从酱油到老抽，从老抽到草菇老抽的几次演变，说明产品的细分化将会更加明显。预计细分的趋势将会沿着不同的细分人群去细分，现在市场已经有儿童酱油等，当然也会沿着不同的健康、保健方向进行细分，如铁化酱油等。

我国调味品市场构成结构

中国调味品使用渗透率

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国调味品市场调查与投资前景评估报告》共二十章。首先介绍了调味品相关概念及发展环境，接着分析了中国调味品规模及消费需求，然后对中国调味品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国调味品面临的机遇及发展前景。您若想对中国调味品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2013-2015年中国调味品发展环境及政策回顾

第一节 2013-2015年我国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2013-2015年我国农业发展回顾

二、2013-2015年我国工业和建筑业发展回顾

- 三、2013-2015年我国固定资产投资发展回顾
- 四、2013-2015年我国国内贸易发展回顾
- 五、2013-2015年我国对外经济发展回顾
- 六、2013-2015年我国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2013-2015年我国教育和科学技术发展回顾
- 八、2013-2015年我国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2013-2015年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2013-2015年我国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2013-2015年我国货币信贷环境发展回顾

第二章 2013-2015年国际调味品市场分析

第一节 2013-2015年欧美调味品市场分析

- 一、西欧调味品市场概述
- 二、欧盟调味品行业出台新规
- 三、加拿大进口调味品的比较分析
- 四、欧美食醋发展概况
- 五、法国鹅肝酱产业发展迅速

第二节 2013-2015年日本调味品市场分析

- 一、日本天然调味料市场持续扩大
- 二、日本酱油市场概况
- 三、2008日本修订酱油质量标签标准
- 四、2009年日本再次修订酱油质量标签标准
- 五、日本复合调味品介绍

第三节 2013-2015年韩国调味品市场分析

- 一、韩国泡菜的发展及地位
- 二、韩国颁布泡菜卫生新标准
- 三、韩国泡菜贸易逆差加大
- 四、韩国泡菜发展的成功经验

第四节 2013-2015年中国台湾调味品市场分析

- 一、台湾调味品行业概况
- 二、台湾酱油行业生产状况
- 三、台湾酱油的标准与品质

四、2015年台湾下调番茄酱进口关税

五、2015年台湾修订酱油类产品卫生标准

第五节 2013-2015年其他国家调味品市场分析

一、2015年泰国调味品市场综述

二、2015年越南胡椒市场平稳增长

三、印度辣椒生产简况

第三章 2013-2015年我国调味品行业发展分析

第一节 2013-2015年我国中国调味品行业发展概况

一、我国调味品行业发展回顾

二、中国调味品行业发展现状

三、2015年国内调味品行业重点企业分析

四、金融危机成中国调味品行业发展新契机

五、《调味品经销商经营管理规范》2015年实施

六、调味品生产模式的改造分析

第二节 2013-2015年我国调味品市场概况

一、我国调味品市场发展特点

二、国内调味品市场进入调整阶段

三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展

四、消费升级带动调味品市场细分趋势

第三节 2013-2015年我国调味品行业竞争分析

一、我国调味品市场竞争加剧

二、调味品行业出现专业化兼并重组现象

三、外资挺进中国调味品市场

四、调味品区域品牌竞争策略

五、中小调味品企业竞争策略

第四节 2013-2015年我国调味品包装市场发展分析

一、调味品包装发展概况

二、包装成为调味品行业发展动力

三、调味品包装运用中存在的问题

四、塑料软管包装成调味品包装新趋势

第四章 2013-2015年我国酱油行业发展分析

第一节 2013-2015年我国酱油概述

一、酱油的概念

二、酱油的分类

三、酱油的生产工艺及流程

第二节 2013-2015年我国酱油行业发展分析

一、我国酱油行业的发展环境

二、中国酱油行业发展概况

酱油行业内海天占据龙头地位，2015年，海天酱油产量占全国酱油产量的13.63%。渠道上占据广东市场20-25%的市场份额，覆盖全国市场2000多县市，尤其华东地区市场占有率较高，厨邦酱油占据广东20%的市场份额，省外竞争力偏弱，加加强势区域在华中的湖南地区；李锦记占据高端酱油，海天高端占比也不断提升，厨邦以中高端为主。

2015年中国酱油市场份额

酱油不同渠道占比

三、中、日酱油行业发展比较

四、酱油生产企业发展策略

五、国内新兴酱油产品

第三节 2013-2015年我国酱油市场分析

一、小酱油可造就大市场

二、我国酱油市场竞争格局

三、外资并购冲击中国酱油市场

四、国内酱油市场“海天”独大

第四节 2013-2015年我国国内部分酱油消费市场分析

一、河南酱油市场

二、湖北酱油市场

三、广东酱油市场

四、山西酱油市场

第五节 2013-2015年我国铁强化酱油行业发展分析

一、卫生部启动铁酱油计划

二、“铁酱油”推广多年增速缓慢

三、铁强化酱油发展又逢新契机

四、铁酱油符合调味品行业发展趋势

第五章 2013-2015年我国食醋市场营运分析

第一节 2013-2015年我国食醋概述

- 一、食醋的概念
- 二、食醋的分类
- 三、食醋的生产工艺
- 四、世界名醋特色简介

第二节 2013-2015年我国食醋行业发展分析

- 一、我国食醋行业概况
- 二、国内食用醋酸发展简述
- 三、我国醋行业发展中存在的问题
- 四、促进食醋业发展的措施建议
- 五、中小食醋企业的生存与发展

第三节 2013-2015年我国食醋市场发展分析

- 一、我国主要食醋品牌市场运作情况
- 二、中国名醋企业联手打造醋市场
- 三、香港名醋进军内地食醋市场

第四节 2013-2015年我国山西老陈醋市场分析

- 一、山西老陈醋的生产工艺和产品特色
- 二、山西老陈醋与镇江香醋的比较分析
- 三、山西老陈醋的发展困境
- 四、山西醋业发展对策
- 五、山西老陈醋的未来发展方向

第五节 2013-2015年我国食醋行业技术与工艺介绍

- 一、中国食醋酿造技术概况
- 二、固态发酵法生产食醋技术
- 三、食醋酿造技术的革新与发展
- 四、我国食醋酿造技术发展趋势

第六章 2013-2015年我国味精市场分析

第一节 2013-2015年我国味精行业发展概况

- 一、我国味精行业发展回顾
- 二、我国味精行业总体发展分析
- 三、中国味精行业贯彻实施新国标
- 四、我国味精行业区域生产状况
- 五、我国逐步淘汰纯度80%味精

第二节 2013-2015年我国味精市场发展分析

- 一、国内味精市场需求依然巨大
- 二、2015年欧盟向中国出口味精征收反倾销税
- 三、2015年国内味精市场价格分析
- 四、我国味精进口状况浅析
- 五、我国味精出口状况浅析

第七章 2013-2015年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

第一节 2013-2015年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

- 一、我国鸡精（鸡粉）行业总体状况
- 二、我国鸡精行业基本特点
- 三、中国鸡精行业标准之路
- 四、我国鸡粉行业步入有序竞争期

第二节 2013-2015年我国鸡精市场分析

- 一、我国鸡精市场发展综述
- 二、国内鸡精市场的总体格局
- 三、华南鸡精市场品牌竞争状况
- 四、鸡精市场消费分析
- 五、鸡精企业营销模式分析

第三节 2013-2015年我国鸡精行业SWOT分析

- 一、优势（Strength）
- 二、劣势（Weakness）
- 三、机遇（Opportunity）
- 四、威胁（Threats）

第四节 2013-2015年我国鸡精（鸡粉）行业生产技术及工艺

- 一、鸡精（鸡粉）生产配方及检验标准
- 二、鸡精的生产配料

- 三、鸡精生产工艺
- 四、肉香型鸡精生产新工艺
- 五、鸡精生产技术发展趋势

第八章 2013-2015年我国其他调味品行业发展概况分析

第一节 2013-2015年我国番茄酱行业发展概况

- 一、我国番茄酱行业概况
- 二、2015年我国番茄酱出口价格上扬
- 三、2015年我国番茄酱行业发展简况
- 四、制约我国番茄酱出口的瓶颈因素
- 五、我国番茄酱行业发展策略

第二节 2013-2015年我国胡椒行业发展概况

- 一、中国胡椒生产概况
- 二、我国胡椒生产中遇到的主要问题
- 三、影响中国胡椒国际竞争力的因素
- 四、提升中国胡椒产品国际竞争力的建议

第三节 2013-2015年我国复合调味料行业发展概况

- 一、复合调味品市场主要产品
- 二、复合调味品市场占有率较低的原因
- 三、复合调味品企业须增强精品意识
- 四、复合调味品发展呈现的趋势

第四节 2013-2015年我国香辛料行业发展概况

- 一、调味品领域的几种主要香辛料
- 二、我国香辛料加工行业概况
- 三、香辛料调味品开发应注意的问题
- 四、发展香辛料行业的对策

第五节 2013-2015年我国酱腌菜行业发展概况

- 一、2015年酱腌菜行业新标准实施
- 二、涪陵榨菜获酱腌菜行业首个“中国驰名商标”
- 三、酱腌菜行业分销渠道存在的问题
- 四、酱腌菜的质量问题及对策

第九章 2013-2015年我国调味品主要消费地区分析

第一节 2013-2015年我国上海调味品消费分析

- 一、上海调味品制造业概述
- 二、上海调味品老字号面临传承危机
- 三、上海调味品市场发展趋势

第二节 2013-2015年我国郑州调味品消费分析

- 一、郑州调味品市场概况
- 二、郑州调味品市场竞争态势
- 三、郑州调味品市场渠道分布及特征
- 四、郑州调味品市场消费渠道分析

第三节 2013-2015年我国武汉调味品消费分析

- 一、武汉调味品市场发展概况
- 二、武汉调味品市场背景分析
- 三、武汉调味品市场的竞争格局
- 四、武汉调味品市场消费者分析
- 五、武汉调味品市场的推广特点

第四节 2013-2015年我国山东调味品消费分析

- 一、山东调味品行业发展概况
- 二、山东调味品企业重视品牌建设
- 三、山东调味品行业面临的挑战
- 四、山东调味品突破地域屏障是关键
- 五、山东酿造调味品行业应加快整合步伐

第五节 2013-2015年我国其他调味品消费分析

- 一、江苏调味品市场
- 二、广东调味品市场
- 三、广西天然香料市场
- 四、四川特色调味品市场

第十章 2013-2015年我国调味品原料市场分析

第一节 2013-2015年我国大豆市场分析

- 一、中国大豆产业发展综述
- 二、2015年中国大豆市场行情回顾

三、2015年中国大豆市场运行状况

四、2015年我国大豆市场运行状况

五、2017-2022年大豆市场展望

第二节 2013-2015年我国小麦市场分析

一、中国的小麦分布及产量状况

二、2015年我国小麦市场回顾

三、2015年我国小麦市场运行状况

四、2015年我国小麦市场运行特征

五、影响小麦价格的因素分析

第三节 2013-2015年我国玉米市场分析

一、2015年国内玉米市场回顾

二、2015年国内玉米市场价格分析

三、2015年我国玉米市场概况

四、玉米价格的影响因素分析

五、中国玉米生产发展趋势

第四节 2013-2015年我国稻米市场分析

一、2015年国内稻米市场概述

二、2015年国内稻米市场运行特征

三、2015年中国稻米市场分析

四、我国稻米市场的主要发展特点

五、我国稻米进出口贸易简析

第十一章 2013-2015年我国调味品相关行业发展分析

第一节 2013-2015年我国餐饮业发展分析

一、我国餐饮业发展取得的成就

二、2015年我国餐饮市场运行分析

三、2015年中国餐饮业发展特征

四、家庭消费推动餐饮业大众化趋势

五、我国餐饮业发展面临的机遇与挑战

六、全国餐饮业发展规划纲要

第二节 2013-2015年我国方便食品市场发展分析

一、方便食品逐渐成为生活必备

- 二、中国方便面行业发展概况
- 三、方便面企业挺进中式餐饮连锁市场
- 四、国内速冻食品市场格局
- 五、华东地区方便粉丝行业SWOT分析
- 六、方便食品市场前景广阔

第三节 2013-2015年我国食品添加剂发展分析

- 一、中国食品添加剂行业发展综述
- 二、中国食品添加剂行业发展概况
- 三、食品添加剂行业发展中存在的问题
- 四、食品添加剂行业必须实现由大转强
- 五、食品添加剂行业未来走向

第十二章 2013-2015年我国调味品行业营销分析

第一节 2013-2015年我国调味品行业的营销渠道

- 一、家庭消费渠道分析
- 二、餐饮业渠道分析

第二节 2013-2015年我国调味品行业消费者分析

- 一、消费者如何认定产品品质
- 二、消费者是怎么看待品牌
- 三、消费结构与使用的理由

第三节 2013-2015年我国调味品行业经销商分析

- 一、调味品经销商简述
- 二、大型调味品经销商的经营特点
- 三、调味品经销商逐步转型
- 四、家族式调味品经销商发展策略

第四节 2013-2015年我国以太太乐为例分析调味品售点营销模式

- 一、主要终端渠道的售点细分和定位
- 二、餐饮渠道的售点细分和定位
- 三、零售渠道的售点细分和定位

第五节 2013-2015年我国调味品行业营销案例分析

- 一、华南调味品市场营销策略大战
- 二、梅花味精的绿色营销

三、加加酱油凭借独特成就经典

四、“年份调味品”营销策略的误区

第十三章 2013-2015年中国调味品制造行业数据监测分析

第一节 2013-2015年中国调味品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2013-2015年中国调味品制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2013-2015年中国调味品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2013-2015年中国调味品制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2013-2015年中国调味品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第十四章 2013-2015年中国调味品优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 佛山市海天（高明）调味食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 贵阳南明老干妈风味食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/X05043O3T5.html>