

2008年中国调味品市场预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国调味品市场预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析

。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2867028670.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

引言近年来，我国调味品业表现出强劲发展势头，成为食品行业中增幅最快的门类之一。调味品市场风起云涌，市场的需求也在发生着重大的变化。2003年380亿元，2004年590亿元，2005年880亿元，2006年销售额冲破千亿元大关。根据国家统计局的数据显示：

2006年1-12月全国调味品、发酵制品制造工业总产值为722.47亿元;2006年1-12月全国调味品、发酵制品制造产品销售收入为686.47亿元;2006年1-12月全国调味品、发酵制品制造利润总额为50.6亿元.根据国家统计局的最新数据显示: 2007年1-8月全国调味品、发酵制品制造工业总产值为560.75亿元;2007年1-8月全国调味品、发酵制品制造产品销售收入为546.65亿元;2007年1-8月全国调味品、发酵制品制造利润总额为27亿元.随着消费者越来越注重生活质量的发展趋势，调味品表现出向高档化发展的趋势，中高档调味品市场容量在进一步扩大，品牌产品的市场份额将进一步提高。调味品产品多元化、专业化发展的趋势也显露出来，而企业销售渠道重心也将分散，有全渠道发展的趋势。国家规范调味品行业，使得门槛逐步提高，国内大厂借机整合市场，外资进入中国市场多采用资本整合方式，一批小企业将被淘汰出局，调味品行业将由分散逐渐走向集中。全国品牌、区域品牌、外资品牌将是市场博弈的主角。未来几年，随着食品业和餐饮业的发展，调味品行业将会在现有基础上有更快的发展。其发展也将呈如下几个特点：一是调味品逐步功能化、细分化；二是调味品更趋向中高档化；三是调味品多元化趋势渐显；四是调味品原料将越来越丰富；五是调味品销售渠道重心分散；六是调味品大企业整合加剧；七是调味品工业化大趋势已势在必行。本报告依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中国食品工业协会、中国调味品行业协会等公布的基础信息和提供的大量资料，对国际、国内调味品行业的市场发展状况、发展环境、营销策略、细分市场、领先企业、发展趋势等方面进行了深入的分析，并分门别类地对中国调味品行业主要细分市场予以了重点分析。结合新时期的各方面因素，用数字说话，对中国调味品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。全文列示了大量图表，图文并茂。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，是调味品行业生产经营企业、调味品零售企业及相关研究单位极具参考价值的专业性报告。目录第一章 国外调味品市场发展分析第一节 欧美调味品市场分析一、番茄酱市场二、酱油市场三、欧美食醋市场概况四、欧洲酱料和沾酱市场五、国外微生物鲜味剂产业最新进展第二节 韩国调味品市场分析一、韩国酱类争国际标准二、韩国泡菜发展分析三、韩国调味品市场潜力分析第三节 日本调味品市场分析一、日本酱油市场二、日本味之素进军中国调味品市场三、日式米酱粉的生产和应用第四节 其他地区调味品市场分析一、印度香料出口情况二、危地马拉调味料生产情况三、2007年以色列调味品出口第二章 中国调味品行业发展环境分析第一节 中国调味品行业政策环境分析一、调味品行业新标准二、食醋卫生标准三、食醋生产许可证审查细则四、味精工业污染物排放标准五、酱油标准六、鸡精调味料行业标准第二节 调味品行业技术环境一、风味香辣酱生产技术的应用二、模内标签的全球市场及应用现状三、糖化增香曲为酱油生产企业创效益

四、固体酱油的制法五、减盐酱油和少盐酱油原料制备及加工工艺六、特鲜酱油粉的调味机理及应用七、酱油生产技术问题第三节 中国调味品加工业技术环境分析一、酱油制曲过程探究二、原味纯鸡粉在鸡精（粉）中的应用三、中国固态发酵食醋工艺分析四、“酶解”在调味料生产中的运用第三章 中国调味品关联产业发展分析第一节 2006-2007年餐饮业发展分析一、2006年我国餐饮业运行情况二、2007年上半年餐饮业运行情况三、2008-2010年中国餐饮业发展趋势第二节 调味品包装市场分析一、国内调味品包装的主要形式及问题二、我国调味品包装的发展分析三、调味品外包装的革新形式第三节

方便食品发展分析一、方便面行业发展现状与趋势二、方便面企业战略第四章

中国调味品原料市场发展分析第一节 我国大豆市场分析一、我国大豆产量分析二、我国大豆新品种产量分析三、我国大豆产业的特点、隐忧和出路第二节2006-2007年我国小麦市场分析一、2006-2007年我国小麦粉产量分析二、2007年我国小麦进出口分析三、2007年小麦成本收益情况调查分析第三节 2007年我国玉米市场分析一、2007年8月玉米市场分析二、2007年玉米生产形势预测三、玉米消费结构分析第四节 我国稻米市场分析一、稻米市场形势与价格走势分析二、我国新陈稻米市场价格走势分析三、稻米市场中问题的分析第五章

中国调味品市场发展现状分析第一节 中国调味品市场现阶段的特点一、发展迅速，市场规模不断扩大二、行业集中度低，企业规模较小三、质量问题和假冒伪劣问题严重四、跨国公司纷纷进入中国调味品市场五、调味品企业开始注重品牌经营和知识产权保护六、技术还比较落后第二节 2006-2007年中国调味品、发酵制品制造主要经济指标分析一、2006-2007年中国调味品、发酵制品制造产销情况二、2006-2007年中国调味品、发酵制品制造成本费用情况三、2006-2007年中国调味品、发酵制品制造资产负债情况四、2006-2007年中国调味品、发酵制品制造行业规模情况五、2006-2007年中国调味品、发酵制品制造行业效益情况六、2006-2007年中国调味品、发酵制品制造亏损情况第三节 中国调味品前景分析第四节 中国调味品企业的出路分析第六章

中国调味品市场消费者分析第一节

我国调味品消费市场现状分析第二节 调味品家庭消费销售渠道分析一、渠道模式二、经销商的管理策略三、终端策略四、超市策略五、零售业变化趋势第七章

中国调味品市场营销分析第一节 中国调味品市场急需

0

大市场二、“大营销” 莸 貂舀 弱势调味品的终端营销攻略一、前期以便利店和食杂店为主二、合围卖场，选择有利时机进入超市三、运用整合的宣传策略和更因引人入胜的促销手段第三节 中小型调味品企业拓展市场策略第四节 酱醋酿造行业营销渠道存在的问题及对策一、酱醋酿造行业营销渠道概述二、酱醋酿造行业营销渠道的现状及其问题分析三、酱醋酿造行业营销渠道存在问题的对策第五节 区域性调味品品牌与外来品牌竞争策略一、品牌：双品牌策略二、渠道：自营化策略三、产品：多元化策略四、终端：无缝化策略五、传播：全

息化策略第八章 酱油市场分析第一节 2006-2007年我国酱油产量分析第二节

酱油产业市场现状分析一、中外品牌争夺市场二、业内人才缺乏三、市场空间较大第三节

台湾酱油行业现状分析一、台湾酱油行业概况二、台湾酱油标准三、台湾酱油品质四、黑豆

酱油第四节 酱油消费误区分析第五节 酱油标准主要指标分析第六节 铁强化酱油一、我国今后三年内将推广铁强化酱油二、铁强化酱油的推广对酱油行业的影响第七节 酱油品牌竞争格局分析第八节 优势品牌与企业分析一、佛山市海天调味品有限公司——海天酱油（一）企业介绍（二）品牌分析（三）营销分析二、加加酱业（长沙）有限公司——加加（一）企业介绍（二）经营状况/品牌分析三、李锦记食品有限公司——李锦记（一）企业介绍（二）经营状况/品牌分析四、北京王致和食品集团有限公司——金狮（一）企业介绍（二）经营状况/品牌分析五、石家庄珍极酿造集团有限公司——珍极（一）企业介绍（二）经营状况/品牌分析六、开平味事达调味品有限公司——味事达七、广东省食品进出口集团公司——珠江桥（一）企业介绍（二）经营状况/品牌分析八、上海淘大食品有限公司——淘大（一）企业介绍（二）经营状况/品牌分析九、广州致美斋食品有限公司——致美斋第九章 味精市场分析第一节 2006-2007年味精产量一、2006-2007年我国味精总体产量二、2006-2007年我国味精地区产量第二节 我国味精市场动态分析第三节 我国味精生产技术的发展趋势一、我国味精技术进展情况二、我国味精生产技术与国际间差距三、我国味精生产技术的发展方向第四节 味精行业走出困境的策略分析第五节 优热企业与品牌分析一、河南省莲花味精集团有限公司（一）企业介绍（二）2006-2007年财务分析（三）发展动态（四）莲花味精名牌战略分析二、河北梅花味精集团有限公司（一）企业介绍（二）梅花味精的快消品战略发展分析三、广州奥桑味精食品有限公司（一）企业介绍（二）双桥味精之争分析四、江苏菊花味精集团公司五、江苏天香集团有限公司（一）企业介绍（二）经营状况六、沈阳红梅味精股份有限公司七、山东铃兰味精工业公司八、珠海市益力集团有限公司第十章 食醋市场分析第一节 食醋业发展概况一、发展历程二、食醋的分类三、我国食醋的特点四、世界名醋的特色简介第二节 中国食醋市场发展现状一、我国醋产业发展潜力巨大二、我国醋产业面临五大问题发展第三节 中国食醋业困局分析一、危机四伏的市场现状二、老陈醋的营销难题三、老陈醋突围的策略第四节 食醋酿造技术的发展趋势第五节 优势企业与优势品牌一、恒顺醋业（一）公司介绍（二）2004-2006年财务分析（三）发展动态二、山西水塔老陈醋公司（一）公司介绍（二）山西老陈醋营销文化（三）山西老陈醋的品牌分析第十一章 鸡精市场分析第一节 中国鸡精市场概况一、高速增长的中国鸡精（调味品）市场二、鸡精取代味精趋势日益明显三、中国鸡精（调味品）市场演变趋势四、中国调味品（鸡精）高速发展动因解析五、中国鸡精行业基本特点六、中国调味品（鸡精）企业基本营销模式第二节 鸡精（调味品）目标消费群体研究分析一、目标消费群体二、目标群体购买动因三、购买偏好四、广告认知途径五、促销认同分析六、市场主要品牌第三节 我国鸡精产业链分析第四节 我国鸡精市场SWOT分析一、竞争对手分析二、优势劣势与威胁机会分析第五节 优势品牌及企业一、豪吉鸡精（一）企业介绍（二）品牌分析二、太太乐鸡精（一）企业介绍（二）发展历程（三）发展动态（四）终端营销分析第十二章 其他调味品市场分析第一节 番茄酱市场一、2007年番茄酱全球产量分析二、番茄产业发展现状三、发展番茄产业的条件和优

势四、番茄产业存在的问题五、我国番茄产业未来展望第二节 胡椒、辣椒干货类调味品市场一、我国胡椒的生产与消费现状二、我国胡椒的国际竞争力分析三、影响我国胡椒国际竞争力的主要因素四、对提升我国胡椒产品国际竞争力的建议第三节

酱菜和酱类市场一、国外调味酱市场分析与预测二、我国酱菜市场状况第十三章

调味品市场投资分析第一节 调味品行业的投资特性分析一、行业发展周期分析二、盈利性分析三、要素密集性分析四、行业进入壁垒分析五、风险性分析第二节 调味品行业的SWOT分析一、行业优势二、行业劣势三、行业机会四、行业面临的威胁第三节

中国调味品行业重点投资方向推荐一、鸡精市场二、含铁酱油市场第十四章

中国调味品行业发展趋势分析第一节 中国调味品市场发展趋势一、调味品行业步入快速发展期二、调味品购买力增强，产品趋向中高档化三、调味品多元化、专业化发展渐显趋势四、餐饮业的发展直接拉动调味品市场的快速发展五、销售渠道重心分散六、调味品行业竞争加剧，业内大厂整合市场第二节 我国调味品消费市场发展趋势一、多样化二、高档化三、方便化四、复合化五、营养化第三节 复合型调味品发展趋势部分图表目录图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造产成品图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造工业总产值图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造产品销售收入图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造销售成本图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造销售费用图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造管理费用图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造财务费用图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造资产总计图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造负债合计图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造资产负债率图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造资本保值增值率图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造企业单位数图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造全部从业人员平均人数图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造利润总额图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造产值利税率图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造成本费用利润率图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造资金利润率图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造产成品资金占用率图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造亏损单位数图表

2006年1-12月中国调味品、发酵制品制造亏损企业亏损总额图表

2006年全国酱油产量合计图表

2006年北京市酱油产量合计图表

2006年天津市酱油产量合计图表

2006年河北省酱油产量合计图表

2006年山西省酱油产量合计图表

2006年吉林省酱油产量合计图表

2006年上海市酱油产量合计图表

2006年浙江省酱油产量合计图表

2006年福建省酱油产量合计图表

2006年山东省酱油产量合计图表

2006年湖北省酱油产量合计图表

2006年广东省酱油产量合计图表

2006年海南省酱油产量合计图表

2006年四川省酱油产量合计图表

2006年云南省酱油产量合计图表

2006年甘肃省酱油产量合计图表

2006年宁夏区酱油产量合计图表

2006年全国味精产量合计图表

2006年河北省味精产量合计图表

2006年上海市味精产量合计图表

2006年浙江省味精产量合计图表

2006年福建省味精产量合计图表

2006年河南省味精产量合计图表

2006年湖南省味精产量合计图表

2006年广西区味精产量合计图表

2006年四川省味精产量合计图表

2006年宁夏区味精产量合计图表

2006年辽宁省酱油产量合计图表

2006年黑龙江酱油产量合计图表

2006年江苏省酱油产量合计图表

2006年安徽省酱油产量合计图表

2006年江西省酱油产量合计图表

2006年河南省酱油产量合计图表

2006年湖南省酱油产量合计图表

2006年广西区酱油产量合计图表

2006年重庆市酱油产量合计图表

2006年贵州省酱油产量合计图表

2006年陕西省酱油产量合计图表

2006年新疆区酱油产量合计图表

2006年内蒙古酱油产量合计图表

2006年天津市味精产量合计图表

2006年辽宁省味精产量合计图表

2006年江苏省味精产量合计图表

2006年安徽省味精产量合计图表

2006年山东省味精产量合计图表

2006年湖北省味精产量合计图表

2006年广东省味精产量合计图表

2006年重庆市味精产量合计图表

2006年新疆区味精产量合计图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造产成品图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造工业总产值图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造产品销售收入图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造销售成本图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造销售费用图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造管理费用图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造财务费用图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造资产总计图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造负债合计图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造资产负债率图表

2007年1-8月中国食调味品、发酵制品制造资本保值增值率图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造企业单位数图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造全部从业人员平均人数图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造利润总额图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造产值利税率图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造成本费用利润率图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造资金利润率图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造产成品资金占用率图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造亏损单位数图表

2007年1-8月中国调味品、发酵制品制造亏损企业亏损总额图表

2007年2-8月全国酱油产量合计图表

2007年2-8月北京市酱油产量合计图表

2007年2-8月天津市酱油产量合计图表

2007年2-8月河北省酱油产量合计图表

2007年2-8月山西省酱油产量合计图表

2007年2-8月辽宁省酱油产量合计图表

2007年2-8月吉林省酱油产量合计图表

2007年2-8月黑龙江酱油产量合计图表

2007年2-8月上海市酱油产量合计图表

2007年2-8月江苏省酱油产量合计图表

2007年2-8月浙江省酱油产量合计图表

2007年2-8月安徽省酱油产量合计图表

2007年2-8月福建省酱油产量合计图表

2007年2-8月江西省酱油产量合计图表

2007年2-8月山东省酱油产量合计图表

2007年2-8月河南省酱油产量合计图表

2007年2-8月湖北省酱油产量合计图表

2007年2-8月湖南省酱油产量合计图表

2007年2-8月广东省酱油产量合计图表

2007年2-8月广西区酱油产量合计图表

2007年2-8月海南省酱油产量合计图表

2007年2-8月重庆市酱油产量合计图表

2007年2-8月四川省酱油产量合计图表

2007年2-8月贵州省酱油产量合计图表

2007年2-8月云南省酱油产量合计图表

2007年2-8月陕西省酱油产量合计图表

2007年2-8月甘肃省酱油产量合计图表

2007年2-8月新疆区酱油产量合计图表

2007年2-8月宁夏区酱油产量合计图表

2007年2-8月内蒙古酱油产量合计图表

2007年2-8月全国味精产量合计图表

2007年2-8月天津市味精产量合计图表

2007年2-8月河北省味精产量合计图表

2007年2-8月辽宁省味精产量合计图表

2007年2-8月上海市味精产量合计图表

2007年2-8月江苏省味精产量合计图表

2007年2-8月浙江省味精产量合计图表

2007年2-8月安徽省味精产量合计图表

2007年2-8月福建省味精产量合计图表

2007年2-8月山东省味精产量合计图表

2007年2-8月河南省味精产量合计图表

2007年2-8月湖北省味精产量合计图表

2007年2-8月湖南省味精产量合计图表

2007年2-8月广东省味精产量合计图表

2007年2-8月广西区味精产量合计图表

2007年2-8月重庆市味精产量合计图表

2007年2-8月四川省味精产量合计图表

2007年2-8月新疆区味精产量合计图表

2007年2-8月宁夏区味精产量合计图表

2004-2006年莲花味精成长性分析图表

2004-2006年莲花味精经营能力分析图表

2004-2006年莲花味精盈利能力分析图表

2004-2006年莲花味精偿债能力分析图表

2007年上半年莲花味精主营收入情况图表

2007年上半年莲花味精净利润和基本每股收益情况图表

2007年上半年天香集团主营收入情况图表
2007年上半年天香集团净利润和基本每股收益情况图表
2004-2006年恒顺醋业成长性分析图表 2004-2006年恒顺醋业经营能力分析图表
2004-2006年恒顺醋业盈利能力分析图表 2004-2006年恒顺醋业偿债能力分析图表
2007年上半年恒顺醋业主营收入情况图表
2007年上半年恒顺醋业净利润和基本每股收益情况图表 2006年餐饮业企业景气指数图表
2006年餐饮业月度零售额对比情况图表 2006年各季度餐饮业零售额比重图表
2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较图表
2006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序图表
2006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序图表 2004-2006年餐饮业结构变化情况图表
1994-2006年餐饮行业零售额情况图表 2006年1-12月方便面产量图表
2007年1-07月方便面产量图表 2006年1-12月小麦粉产量图表
2007年1-07月小麦粉产量图表 2007年主产区每亩小麦成本收益情况图表
2007年1-7月我国玉米进出口表图表
2005中国调味品协会评选的中国鸡精十强品牌企业图表
相关国家1999-2004年胡椒国际市场占有率图表
相关国家1999-2004年的贸易专业化指数图表
相关国家1999-2004年度显示比较优势之比较图表 相关国家1999-2004年胡椒单产对比图表
相关国家1999-2004年胡椒收获面积对比图表 相关国家1999-2004年胡椒产量对比图表
2004年调味品制造业经济效益图表 2004年大型调味品制造业企业经济效益图表
目标消费群体购买鸡精动因图表 目标群体购买重要动因排序图表
北京调味品市场调查品牌提及率图表 食醋质量检验项目表图表
东中西部地区餐饮业增长率比较图表 1994-2007年餐饮业零售额“跨千亿元台阶”情况图表
食醋理化指标表图表 食醋微生物指标表图表 公司对渠道的控制能力指标图表
公司对渠道的控制能力调查结果图表 经销商的经营产品的积极性指标图表
经销商的经营产品的积极性指标调查结果图表
公司目前对销售人员实施的激励机制是否合理指标图表
公司目前对销售人员实施的激励机制是否合理调查结果图表
公司在市场信息共享、反馈与研究方面指标图表
公司在市场信息共享、反馈与研究方面调查结果图表 公司终端形象建设质量指标图表
公司终端形象建设质量指标图表 酱醋酿造行业渠道层级分级图表
酱醋酿造行业经销商ABC分类

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2867028670.html>