

# 2006年中国调味品市场研究报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2006年中国调味品市场研究报告》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/2876128761.html>

报告价格：电子版: 4500元 纸介版：5000元 电子和纸介版: 5500

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

目录第一章 调味品行业的相关概述	4	第一节 调味品的定义及分类	4	一、调味品的定义	4	二、调味品的分类	4	三、调味品的感官特征与市场特性	6	第二节 调味品发展历程	7	一、产品产量呈持续增长局面	10	二、生产工艺技术不断改进、生产条件不断完善	10	三、产品结构调整取得一定成绩，品种规格增加较快	10	四、“九五”期间技术改造势头良好	11	五、通过推进名牌战略，已经形成一批企业集团	11	第三节 调味品行业的投资特性分析	11	一、行业发展周期分析	11	二、盈利性分析	12	三、要素密集性分析	13	四、行业进入壁垒分析	13	五、风险性分析	15	第四节 调味品行业发展的立足点	15	一、复合调味料趋势看好标准定位要合理	15	二、市场定位要突出调味性弱化功能性	16	第五节 调味品行业的SWOT分析	17	一、行业优势	17	二、行业劣势	18	三、行业机会	18	四、行业面临的威胁	19	第二章 国外调味品市场发展分析	20	第一节 欧美市场	20	一、番茄酱市场	20	二、酱油市场	21	三、欧美食醋市场概况	21	四、欧洲酱料和沾酱市场	22	第二节 韩国泡菜市场分析	23	第三节 日本调味品市场分析	25	第四节 国际调味品行业发展趋势分析	30	第三章 中国调味品关联产业发展分析	31	第一节 2004-2005年餐饮业发展分析	31	一、2004年餐饮业市场情况及主要特点分析	31	二、2005年餐饮市场运行情况及2006年趋势展望	35	第二节 调味品包装市场分析	37	第三节 方便食品发展分析	39	第四章 中国调味品原料市场发展分析	41	第一节 我国大豆市场分析	41	一、2004年大豆市场发生价格“地震”	41	二、外资加快大豆业垄断布局	42	三、我国大豆食品产业发展前景广阔	44	第二节 我国小麦市场分析	45	一、影响当前小麦市场价格的几个重要因素	45	二、我国小麦消费市场新格局初步显现	47	三、2006年我国优质小麦供需形势分析	48	第三节 我国玉米市场分析	49	一、我国玉米的生产概况	49	二、我国玉米市场供求关系转变及其影响分析	53	三、我国玉米收购市场情况	56	四、从基本面分析后期国内玉米市场状况	57	第四节 我国稻米市场分析	59	一、当前我国稻米市场的主要特点	59	二、2005年国内稻米市场供需平衡状况分析	60	三、国内稻米市场走势原因分析	62	第五章 2004-2005年中国调味品发展现状分析	64	第一节 中国调味品市场现阶段的特点	64	一、发展迅速，市场规模不断扩大	64	二、行业集中度低，企业规模较小	65	三、质量问题和假冒伪劣问题严重	66	四、跨国公司纷纷进入中国调味品市场	67	五、调味品企业开始注重品牌经营和知识产权保护	70	六、技术还比较落后	72	第二节 2004-2005年我国调味品市场各项经济指标分析	73	一、行业规模	73	二、行业效益	83	三、其他经济指标	97	第六章 中国调味品细分市场分析	109	第一节 酱油市场分析	109	一、酱油市场现状	109	二、2004-2005年各省市产量	111	三、跨国公司进入酱油市场	142	四、高档酱油生产分析	143	五、酱油消费存在五大误区	145	六、酱油中的氯丙醇问题	
------------------	---	---------------	---	----------	---	----------	---	-----------------	---	-------------	---	---------------	----	-----------------------	----	-------------------------	----	------------------	----	-----------------------	----	------------------	----	------------	----	---------	----	-----------	----	------------	----	---------	----	-----------------	----	--------------------	----	-------------------	----	------------------	----	--------	----	--------	----	--------	----	-----------	----	-----------------	----	----------	----	---------	----	--------	----	------------	----	-------------	----	--------------	----	---------------	----	-------------------	----	-------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	---------------------------	----	---------------	----	--------------	----	-------------------	----	--------------	----	---------------------	----	---------------	----	------------------	----	--------------	----	---------------------	----	-------------------	----	---------------------	----	--------------	----	-------------	----	----------------------	----	--------------	----	--------------------	----	--------------	----	-----------------	----	-----------------------	----	----------------	----	---------------------------	----	-------------------	----	-----------------	----	-----------------	----	-----------------	----	-------------------	----	------------------------	----	-----------	----	-------------------------------	----	--------	----	--------	----	----------	----	-----------------	-----	------------	-----	----------	-----	-------------------	-----	--------------	-----	------------	-----	--------------	-----	-------------	--

146七、技术标准问题	147八、补铁酱油及其影响	152九、酱油新产品	155第二节
味精市场分析	156一、2004-2005年味精产量	156二、味精行业发展现状	
177三、味精行业污染治理	179第三节 食醋市场分析	181第四节 鸡精市场分析	187第五节
其他调味品市场分析	192一、酱和酱菜类市场	192二、复合调味品	193第七章
中国调味品消费者分析	195第一节	中国人口及家庭结构分析	195第二节
消费者口味偏好分析	198一、典型市场消费者口味分析	198二、中国的饮食习惯分析	
200三、饮食方面的变化	202四、中国现代白领的饮食观念	204五、消费者最看重的因素	
205六、对调味品发展趋势的影响	205第三节	调味品消费分析	
206一、消费者对调味品认知和购买种类		206二、消费者购买行为分析	
210三、居民调味品消费支出分析	215第四节	调味品家庭消费销售渠道分析	
217一、渠道模式	217二、经销商的管理策略	220三、终端策略	222四、超市策略
225五、零售业变化趋势	227第八章	国内主要调味品企业分析	230第一节
江苏恒顺醋业股份有限公司	230第二节	河南莲花味精股份有限公司	235第三节
佛山市海天调味食品有限公司	238第四节	北京王致和食品集团有限公司	240第五节
石家庄珍极酿造集团	245第六节	上海太太乐调味品有限公司	250第九章
中国调味品行业发展趋势分析	261第一节 行业发展趋势	261第二节 竞争格局发展趋势	
266第三节	我国调味品消费市场发展趋势分析	269一、多样化	269二、高档化
269三、方便化	269四、复合化	270五、营养化	270部分图表目录图表
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计工业总产值图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计企业单位数图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计全部从业人员平均人数图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计资产图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计负债图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计产品销售收入图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计利润总额图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造产值利税率图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造资产负债率图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造资金利润率图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造成本费用利润率图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造产成品资金占用率图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计产成品图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计产品销售成本图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计产品销售费用图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计亏损企业单位数图表			
2005年1-12月调味品、发酵制品制造累计亏损企业亏损总额图表			

2005年1-12月调味品、发酵制品制造人均销售率图表  
2005年安徽省酱油合计图表  
2005年北京市酱油合计图表  
2005年福建省酱油合计图表  
2005年甘肃省酱油合计图表  
2005年广东省酱油合计图表  
2005年广西酱油合计图表  
2005年贵州省酱油合计图表  
2005年海南省酱油合计图表  
2005年河北省酱油合计图表  
2005年河南省酱油合计图表  
2005年黑龙江酱油省合计图表  
2005年湖北省酱油合计图表  
2005年湖南省酱油合计图表  
2005年吉林省酱油合计图表  
2005年江西省酱油合计图表  
2005年辽宁省酱油合计图表  
2005年内蒙古酱油合计图表  
2005年宁夏酱油合计图表  
2005年青海省酱油合计图表  
2005年山东省酱油合计图表  
2005年山西省酱油合计图表  
2005年陕西省酱油合计图表  
2005年上海市酱油合计图表  
2005年四川省酱油合计图表  
2005年天津市酱油合计图表  
2005年新疆酱油合计图表  
2005年云南省酱油合计图表  
2005年浙江省酱油合计图表  
2005年重庆市酱油合计图表  
2005年全国味精产量合计图表  
2005年安徽省味精产量合计图表  
2005年福建省味精产量合计图表  
2005年广东省味精产量合计图表  
2005年河北省味精产量合计图表  
2005年湖北省味精产量合计图表  
2005年湖南省味精产量合计图表  
2005年吉林省味精产量合计图表  
2005年辽宁省味精产量合计图表  
2005年山东省味精产量合计图表  
2005年上海市味精产量合计图表  
2005年四川省味精产量合计图表  
2005年天津市味精产量合计图表  
2005年浙江省味精产量合计图表  
2005年重庆市味精产量合计图表  
2004年全国酱油合计图表  
2004年味精全国合计图表  
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  
2004年各季度餐饮业零售额比重图表  
2004年各月餐饮业零售额图表  
2004年三大区域餐饮业增长贡献率比较图表  
2004年全国各省份餐饮业零售额情况图表  
2004年全国各城市餐饮市场情况图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计工业总产值（当年价格）图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计企业单位数图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计全部从业人员平均人数图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计资产图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计负债图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计产品销售收入图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计利润总额图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造产值利税率图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造资产负债率图表

2004年1-12月调味品、发酵制品制造资金利润率图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造成本费用利润率图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造产成品资金占用率图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计产成品图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计产品销售成本图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计产品销售费用图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计亏损企业单位数图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造累计亏损企业亏损总额图表  
2004年1-12月调味品、发酵制品制造人均销售率图表 不同年龄口味偏好图表  
消费者最喜欢吃的其它调味品图表 消费者使用调味品的主要场合和时间图表  
消费者对调味品的利益认知图表 最喜爱吃调味品的性别年龄分布图表  
消费者购买时最关注的因素图表 消费者购买鸡精因素分析图表 消费者需要的调味品图表  
调味品消费渠道售点细分表图表 餐饮店渠道售点的影响因素图表  
餐饮客户调味品进货一览表图表 上海太太乐调味品有限公司餐饮渠道售点细分和定位图表  
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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2876128761.html>