

# 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/2878228782.html>

报告价格：电子版: 4800元 纸介版：5300元 电子和纸介版: 5800

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

引言随着食品工业的迅速发展，人们生活水平的大幅度提高，我国的调味品工业获得了迅猛发展，在经济发达地区每消费10元的食品，其中就包含了1元的调味品消费。2004年中国调味品消费总值约为590亿元人民币，同比增长23%，是我国调味品产业发展最迅猛的一年。2005年全国规模以上食品企业产值总量持续快速增长。预计完成总产值20000亿元，同比增长25%。调味品市场呈现出新的格局，成为食品行业中新的经济增长点，发展前景非常广阔。从2004年到2005年，调味品行业发生许多变化。2005年沸沸扬扬的“苏丹红一号”风波，使大量外地的调味品陷入困境，却为本土的调味品带来新的市场转机。新的行业标准颁布执行，市场准入制度逐渐建立。跨国食品公司大举收购国内调味品企业，国内企业间的并购也在增加，新的资本正纷纷进入调味品行业。一时间，调味品市场风起云涌。市场的需求也在发生着重大的变化。调味品行业进入了一个大转变、大调整和大分化时期，面临着前所未有的机遇和挑战。趋势预测：未来的五年内，调味品发酵行业将有较快的发展，如味精，预计五年内的产量在150万吨左右。预计随着食品业和餐饮业的发展，调味品、发酵制品行业将会在现有基础上有更快的发展。本研究报告依据国家统计局、海关总署、中国消费者协会、中国调味品协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国调味品业的供给与需求状况、竞争格局、消费变化等进行了分析，并对调味品业的发展趋势与策略、重点城市的调味品业现状与趋势等方面进行了深入探讨。是调味品企业、经营调味品的相关企业和单位及计划投资于调味品的企业和个人等准确了解目前中国调味品市场发展动态，把握调味品行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的精品!

### 目 录第一章

中国调味品行业相关定义及投资特性分析第一节

调味品相关定义一、调味品定义二、调味品分类三、调味品的品质与特性第二节 调味品行业投资特性分析一、行业发展周期二、盈利性分析三、要素密集性四、行业进入壁垒五、风险性分析 六、关联产业第二章 国际调味品市场发展分析第一节

欧美调味品行业发展分析第二节 日本调味品市场发展分析一、日本酱油市场分析二、日本天然调味料发展分析三、日本味之素进军中国调味品市场第三节

韩国调味品市场发展分析一、韩国调味品市场发展分析二、2005年中韩泡菜风波第四节

国际调味品业的发展趋势分析第三章 2005年中国调味品行业发展现状分析第一节

中国调味品行业发展状况分析第二节 2005年调味品制造业经营数据分析第四章

中国调味品行业细分市场分析第一节酱油市场发展分析一、酱油市场概况二、2004-2005年酱油生产分析三、跨国公司进入酱油市场四、高档酱油生产分析五、酱油中的氯丙醇问题六、技术标准问题七、补铁酱油及其影响八、酱油新产品第二节味精市场发展分析一、2004-2005年味精生产分析二、味精行业发展与现状三、味精行业污染治理第三节

食醋市场发展分析第四节

鸡精市场发展分析一、鸡精市场发展分析二、鸡精标准的困境	第五节		
其它调味品市场发展分析一、酱和酱菜类市场二、复合调味品	第五章		
2005年中国调味品关联产业发展分析 第一节 2004-2005年餐饮业发展分析一、2004年餐饮业市场情况及主要特点分析二、2005年餐饮业市场情况及主要特点分析	第二节		
2005年食品工业发展分析第三节 2005年方便食品市场发展分析第四节 调味品包装市场分析	第六章		
2005-2006年中国调味品原辅料市场发展分析第一节 2005-2006年我国大豆市场分析及展望一、2005年大豆市场情况分析二、2006年大豆市场展望	第二节		
2005年-2006年我国小麦市场分析及展望一、2005年小麦市场情况分析二、2006年国内小麦市场展望	第三节		
2005年-2006年我国玉米市场分析一、2005年玉米市场情况分析二、2006年我国玉米市场展望	第四节		
2005年-2006年我国稻米市场分析一、2005年稻米市场情况分析二、2006年我国玉米市场展望	第五节		
中国食品添加剂市场分析一、食品添加剂使用现状及存在的问题二、食品添加剂发展趋势分析	第七章		
中国调味品业消费者分析	第一节		
2005年我国经济总体运行状分析	第二节		
中国人口及家庭结构分析	第三节		
消费者收入分析	第四节		
消费者口味偏好分析一、典型市场消费者口味分析二、中国的饮食习惯分析三、饮食方面的变化四、中国现代白领的饮食观念五、消费者最看重的因素六、对调味品发展趋势的影响	第五节		
调味品消费分析一、消费者对调味品认知和购买种类二、消费者购买行为分析三、居民调味品消费支出分析	第八章		
调味品及关联产业销售渠道分析第一节 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	第二节		
餐饮业市场渠道分析一、渠道特点二、渠道策略三、调味品专卖店	第三节		
其他营销组合分析一、产品策略 二、促销策略三、包装策略四、价格策略	第九章		
调味品市场竞争格局分析第一节			
典型区域市场分析一、北京市场二、上海市场三、重庆市场四、郑州市场	第二节		
调味品竞争格局分析一、竞争格局特点二、竞争格局发展趋势	第十章		
主要调味品企业分析第一节	江苏恒顺醋业股份有限公司	第二节	
河南莲花味精股份有限公司	第三节	佛山市海天调味食品有限公司	第四节
北京王致和食品集团有限公司	第五节	石家庄珍极酿造集团	第六节
上海太太乐调味品有限公司	第十一章	调味品行业的发展趋势和策略	第一节
行业发展趋势第二节 我国调味品消费市场发展趋势分析一、多样化二、高档化三、方便化四、复合化五、营养化	第三节	调味品包装市场发展趋势分析	第四节
调味品行业的SWOT分析	第五节	调味品企业的竞争策略	部分图表
2001-2005年国内生产总值与增长速度图表		2005年居民消费价格比上年上涨情况图表	
2005年主要农产品产量图表		2001-2005年国内粮食产量与增长速度图表	
2001-2005年社会消费品零售总额与增长速度图表			
2005年全部金融机构本外币存贷款情况图表			

2001-2005年城乡居民人民币储蓄存款余额与增长速度图表 2005年人口主要构成情况图表  
2001-2005年城乡居民生活改善情况图表 中国调味品协会产品十强品牌企业图表  
2005年1-11月份餐饮业零售额图表 2005年1-12月全国方便面产量统计图表  
2005年1-12月全国方便食品制造业经济指标图表 2005/06年度中国大豆供需平衡分析图表  
2005/06年度中国豆粕供需平衡分析图表 2002-2005年我国豆粕出厂价格示意图图表  
2005/06年度中国玉米供需平衡分析图表 2002-2005年玉米产、销区价格示意图图表  
2005年1-12月份全国调味品、发酵制品制造业经济指标（1）图表  
2005年1-12月份全国调味品、发酵制品制造业经济指标（2）图表  
2005年1-12月份全国调味品、发酵制品制造业经济指标（3）图表  
2005年1-12月份全国调味品、发酵制品制造业经济指标（4）图表  
2005年1-12月份全国酱油产量情况图表 2005年全国及各省酱油产量情况图表  
2005年1-12月份全国味精产量情况图表 2005年全国及各省味精产量情况图表  
2005年1-12月份酱油主要生产省市广东省按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份酱油主要生产省市山东省按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份酱油主要生产省市湖南省按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份酱油主要生产省市上海市按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份味精主要生产省市河北省按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份味精主要生产省市江苏省按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份味精主要生产省市浙江省按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份味精主要生产省市山东省按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份味精主要生产省市河南省按月产量及增长情况图表  
2005年1-12月份味精主要生产省市广东省按月产量及增长情况图表  
十大城市居民春节采购食品最注重的因素图表 十大城市居民春节消费的调味品图表  
酱油品牌提及率图表 鸡精市场品牌占有率图表 单个家庭每月购买调味品花费图表  
消费者购买调味品的价格分布图表 现有调味品的包装缺点图表 调味品广告的最佳方式图表  
现有调味品的不足之处图表 北京调味品市场调查品牌提及率图表  
北京人最喜欢的中餐菜系图表 不同年龄口味偏好图表 不同性别菜系的选择图表  
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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2878228782.html>