

中国调味品市场行情动态及投资前景评估报告（2012-2016）

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《中国调味品市场行情动态及投资前景评估报告（2012-2016）》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/canyin/139767139767.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国调味品市场经过几轮的行业整合和国内、国际资本整合之后，已经从一个相对滞后的行业，大跨越地转型为激烈的市场竞争行业。随着消费的不断升级，市场竞争的加剧,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进一步提高。随着国家对调味品行业的不断规范，使得门槛逐步提高，加上国际化、专业化的并购重组相继上演，调味品行业集中度将逐步提高，中小企业的优胜劣汰也将加速。传统调味品生产企业纷纷投资进行技术改造，调味品产品的技术含量日益增强，产品质量进一步提高。外资对国内调味品市场的渗透力度加大，但由于中国调味品消费的区域性特色明显，在未来相当长时期内，国内名优品牌仍将占据主导地位。

中国报告网发布的《中国调味品市场行情动态及投资前景评估报告（2012-2016）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行

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。

第一章 调味品行业发展概述

第一节 调味品的定义及分类

一、调味品的定义

二、调味品的分类

三、调味品的特性

第二节 调味品产业链分析

第三节 调味品行业发展成熟度分析

第二章 2012年全球调味品行业市场分析

第一节 2010年全球调味品市场分析

第二节 2011年全球调味品市场分析

第三节 主要国家地区调味品市场分析

一、2010-2011年美国调味品市场分析

二、2010-2011年欧洲调味品市场分析

三、2010-2011年日本调味品市场分析

- 四、2010-2011年韩国调味品市场分析
- 五、2010-2011年其他国家调味品市场
- 第三章 2011年中国调味品行业发展现状
- 第一节 2011年中国调味品行业发展现状
- 一、调味品行业品牌发展现状
- 二、调味品行业消费市场现状
- 三、调味品市场消费层次分析
- 四、中国调味品市场走向分析
- 第二节 2009-2011年调味品业发展情况分析
- 第三节 2010-2011年调味品行业运行分析
- 一、2010-2011年调味品业产销存运行分析
- 二、2010-2011年调味品行业利润情况分析
- 三、2010-2011年调味品行业发展周期分析
- 四、2012-2016年调味品行业发展机遇分析
- 五、2012-2016年调味品行业利润增速预测
- 第四章 2011年中国调味品市场发展研究
- 第一节 2010年中国调味品市场发展研究
- 第二节 2011年中国调味品市场情况
- 第三节 2011年中国调味品市场结构和价格走势分析
- 第四节 2011年中国调味品业市场发展特点分析
- 第五章 2011年中国调味品市场调查分析
- 第一节 2011年中国调味品市场调查分析
- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析
- 第二节 2011年中国调味品市场调查分析
- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第六章 2011年调味品行业经济运行分析

第一节 2010-2011年调味品产量分析

第二节 2010-2011年调味品行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年中国调味品行业绩效分析

一、2010-2011年行业产销情况

二、2010-2011年行业规模情况

三、2010-2011年行业盈利能力

四、2010-2011年行业经营发展能力

五、2010-2011年行业偿债能力分析

第七章 2011年中国调味品行业细分市场分析

第一节 酱油市场分析

第二节 味精市场分析

第三节 鸡精市场分析

第四节 食醋市场分析

第五节 番茄酱市场分析

第六节 胡椒、辣椒干货类调味品市场分析

第七节 酱菜和酱类市场分析

第八节 香辛料调味品市场分析

第八章 2011年调味品区域市场情况分析

第一节 华北地区

第二节 东北地区

第三节 华东地区

第四节 华南地区

第五节 中南地区

第六节 西南地区

第七节 西北地区

第九章 2011年中国调味品行业消费市场分析

第一节 中国调味品消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2010-2011年消费者收入水平

三、2011年消费者信心指数分析

第二节 调味品行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 调味品市场消费需求分析

一、调味品市场的消费需求变化

二、调味品行业的需求情况分析

三、2011年调味品品牌市场消费需求分析

第四节 调味品消费市场状况分析

一、调味品行业消费特点

二、调味品消费者分析

三、调味品消费结构分析

四、调味品消费的市场变化

五、调味品市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 调味品行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、调味品行业品牌忠诚度调查

六、调味品行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十章 2011年调味品市场营销分析

第一节 调味品消费者分析

一、消费者对调味品的利益认知

二、调味品选择偏好度

三、消费者购买行为分析

四、中国调味品城市消费者购买渠道选择

第二节 调味品营销的基本原则

一、单一品类创品牌

二、整合品牌形象包装

三、由点到面的精细化市场推广

四、决胜在终端

第三节 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

第四节 调味品打造营销系统竞争力的策略

一、产品层面

二、品牌层面

三、传播层面

四、销售层面

五、管控层面

第五节 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

第十一章 2011年调味品行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2011年中国调味品行业竞争格局综述

第四节 2012-2016年调味品行业竞争格局分析

第十二章 2011年主要调味品企业调研分析

第一节 佛山海天调味食品有限公司

第二节 河南莲花味精股份有限公司

第三节 江苏恒顺醋业股份有限公司

第四节 上海太太乐调味品有限公司

第五节 李锦记食品有限公司

第六节 香港加加集团（长沙）有限公司

第七节 北京王致和食品集团有限公司

第八节 石家庄珍极酿造集团

第十三章 2012-2016中国调味品行业发展趋势分析

第一节 2012-2016中国调味品行业前景与机遇分析

第二节 2012-2016年中国调味品市场趋势分析

第十四章 2012-2016中国未来调味品行业发展预测

第一节 2012-2016未来调味品需求与消费预测

第二节 2012-2016年中国调味品行业供需预测

第十五章 中国调味品行业发展环境分析

第一节 国内调味品经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国调味品经济发展预测分析

第二节 中国调味品行业政策环境分析

第十六章 2012-2016中国调味品行业投资战略研究

第一节 调味品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国调味品品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、调味品实施品牌战略的意义

三、调味品企业品牌的现状分析

四、中国调味品企业的品牌战略

五、调味品品牌战略管理的策略

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/139767139767.html>