



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国调味品产业竞争格局与投资前景分析报告

一、调研说明

《2011-2015年中国调味品产业竞争格局与投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/188436.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

调味品主要是指香草和香料。香草是各种植物的叶子。它们可以是新鲜的、风干的或磨碎的。香料是植物的种子、花蕾、果实、花朵、树皮和根。香料的味道比香草浓烈得多。有些情况下，一种植物既能用于生产香草又能用于生产香料。有些调味品由多种香料混合而成（例如红辣椒粉），或者由多种香草混合而成（例如调味袋）。在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和滋味和气味并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国调味品产业竞争格局与投资前景分析报告》共十九章。首先介绍了调味品相关概述、中国调味品市场运行环境等，接着分析了中国调味品市场发展的现状，然后介绍了中国调味品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国调味品重点企业经营状况分析，最后分析了中国调味品行业发展趋势与投资预测。您若想对调味品产业有个系统的了解或者想投资调味品行业，本报告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。

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

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 调味品行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球调味品市场发展分析

第一节 2010年全球调味品市场分析

- 一、2010年全球调味品市场回顾
- 二、2010年全球调味品消费情况
- 三、2010年全球调味品产销分析
- 四、2010年全球调味品市场规模

第二节 2011年全球调味品市场分析

- 一、2011年全球调味品需求分析
- 二、2011年全球调味品市场规模
- 三、2011年全球调味品品牌分析
- 四、2011年中外调味品市场对比

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 我国调味品行业发展现状

第一节 我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、我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

- 一、2009年调味品行业发展情况分析
- 二、2010年调味品行业发展情况分析
- 三、2011年调味品行业发展特点分析
- 四、2011年调味品行业发展情况

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、2011-2015年调味品行业发展机遇分析

五、2011-2015年调味品行业利润增速预测

第四章 我国调味品市场发展分析

第一节 2010年我国调味品市场发展分析

一、2010年1季度我国调味品市场分析

二、2010年2季度我国调味品市场分析

三、2010年3季度我国调味品市场分析

四、2010年4季度我国调味品市场分析

第二节 2011年我国调味品市场情况

一、2011年1季度我国调味品产销情况

二、2011年2季度我国调味品市场价格情况

三、2011年3季度重点城市调味品市场发展情况

四、2011年4季度我国调味品市场发展情况

第三节 2011年我国调味品市场结构和价格走势分析

一、2011年我国调味品市场结构和价格走势概述

二、2011年我国调味品市场结构分析

三、2011年我国调味品市场价格走势分析

第四节 2011年我国调味品业市场发展特点分析

一、2011年我国调味品市场格局特点

二、2011年我国调味品产品创新特点

三、2011年我国调味品市场服务特点

四、2011年我国调味品市场品牌特点

第五章 我国调味品市场调查分析

第一节 2010年我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年我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 调味品行业经济运行分析

第一节 2010-2011年调味品产量分析

一、2010年调味品产量分析

二、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

一、销售收入前十家企业分析

二、2010年调味品行业主要经济指标分析

三、2011年调味品行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年我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 我国调味品行业细分市场分析

第一节 酱油市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 味精市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 鸡精市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第四节 食醋市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第五节 番茄酱市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第六节 胡椒、辣椒干货类调味品市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第七节 酱菜和酱类市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第八节 香辛料调味品市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第八章 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 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 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、我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和问题分析
- 三、酱醋酿造行业营销渠道存在问题的对策

第十一章 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 中国调味品行业竞争格局综述

一、2010年调味品行业集中度

二、2010年调味品行业竞争程度

三、2010年调味品企业与品牌数量

四、2010年调味品行业竞争格局分析

第四节 2010-2011年调味品行业竞争格局分析

一、2010-2011年国内外调味品竞争分析

二、2010-2011年我国调味品市场竞争分析

三、2010-2011年我国调味品市场集中度分析

四、2011-2015年国内主要调味品企业动向

五、2011年国内调味品拟在建项目分析

第十二章 调味品企业竞争策略分析

第一节 调味品市场竞争策略分析

一、2011年调味品市场增长潜力分析

二、2011年调味品主要潜力品种分析

三、现有调味品产品竞争策略分析

四、潜力调味品品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 调味品企业竞争策略分析

一、金融危机对调味品行业竞争格局的影响

二、金融危机后调味品行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国调味品市场竞争趋势

四、2011-2015年调味品行业竞争格局展望

五、2011-2015年调味品行业竞争策略分析

六、2011-2015年调味品企业竞争策略分析

第十三章 主要调味品企业分析

第一节 佛山海天调味食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 河南莲花味精股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 江苏恒顺醋业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 上海太太乐调味品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 李锦记食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 香港加加集团（长沙）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 北京王致和食品集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 石家庄珍极酿造集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十四章 调味品行业发展趋势分析

第一节 我国调味品行业前景与机遇分析

一、我国调味品行业发展前景

二、我国调味品发展机遇分析

三、2011年调味品的发展机遇分析

四、金融危机对调味品行业的影响分析

第二节 2011-2015年中国调味品市场趋势分析

一、2010-2011年调味品市场趋势总结

二、2011-2015年调味品发展趋势分析

三、2011-2015年调味品市场发展空间

四、2011-2015年调味品产业政策趋向

五、2011-2015年调味品技术革新趋势

六、2011-2015年调味品价格走势分析

七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十五章 未来调味品行业发展预测

第一节 未来调味品需求与消费预测

一、2011-2015年调味品产品消费预测

二、2011-2015年调味品市场规模预测

三、2011-2015年调味品行业总产值预测

四、2011-2015年调味品行业销售收入预测

五、2011-2015年调味品行业总资产预测

第二节 2011-2015年中国调味品行业供需预测

一、2010-2015年中国调味品供给预测

- 二、2011-2015年中国调味品产量预测
- 三、2011-2015年中国调味品需求预测
- 四、2011-2015年中国调味品供需平衡预测
- 五、2011-2015年中国调味品产品价格预测

第十六章 调味品行业投资现状分析

第一节 2010年调味品行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

第二节 2011年调味品行业投资情况分析

- 一、2011年总体投资及结构
- 二、2011年投资规模情况
- 三、2011年投资增速情况
- 四、2011年分行业投资分析
- 五、2011年分地区投资分析
- 六、2011年外商投资情况

第十七章 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、2011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

第十八章 调味品行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2011年相关产业活力系数比较
- 二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2011年相关产业投资收益率比较

二、2009-2010行业投资收益率分析

第三节 调味品行业投资效益分析

一、2010-2011年调味品行业投资状况分析

二、2011-2015年调味品行业投资效益分析

三、2011-2015年调味品行业投资趋势预测

四、2011-2015年调味品行业的投资方向

五、2011-2015年调味品行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响调味品行业发展的主要因素

一、2011-2015年影响调味品行业运行的有利因素分析

二、2011-2015年影响调味品行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响调味品行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国调味品行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015年我国调味品行业发展面临的机遇分析

第五节 调味品行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2015年调味品行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年调味品行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年调味品行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年调味品行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年调味品行业同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年调味品行业其他风险及控制策略

第十九章 调味品行业投资战略分析

第一节 调味品行业发展战略分析

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 对我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、我国调味品企业的品牌战略

五、调味品品牌战略管理的策略

第三节 调味品行业投资战略研究

一、2011年食品行业投资战略

二、2011年调味品行业投资战略

三、2011-2015年调味品行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188436.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。