



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国辣酱市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国辣酱市场需求及投资前景分析报告》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/275525.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

辣椒原产于中拉丁美洲热带地区，原产国是墨西哥。15世纪末，哥伦布发现美洲之后把辣椒带回欧洲，并由此传播到世界其他地方。于明代传入中国。清陈淏子之《花镜》有番椒的记载。今中国各地普遍栽培，成为一种大众化蔬菜。辣椒是中轴胎座。辣椒为一年或多年生草本植物，叶子卵状披针形，花白色。果实大多像毛笔的笔尖，也有灯笼形、心脏形等。果实未熟时呈绿色，成熟后变为红色或黄色。一般有辣味，供食用和药用。 2009-2014年中国辣椒供需平衡表（万吨）

年份

产量

进口

出口

表观消费

2009年

1450

0.03

5.91

1444.12

2010年

1497.8

0

7.13

1490.67

2011年

1552

0

8.59

1543.41

2012年

1560

0

6.44

1553.56

2013年

1580

0

6.81

1573.19

2014年

1600

0

7.08

1592.92 资料来源：FAO、中国海关

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。

报告揭示了中国辣椒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国辣椒行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国辣椒行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分辣酱行业发展基本概述 20

第一章辣酱行业发展阐述 20

第一节辣酱概述 20

一、辣酱定义 20

二、营养分析 20

三、适宜人群 21

四、食疗作用 21

第二节辣酱分类 21

一、辣椒酱 21

二、辣椒油 21

三、酱青辣椒 22

四、油红辣椒 22

第二章 2014-2015年中国调味品市场发展动态分析 23

第一节 2014-2015年中国调味品产业发展状况 23

一、中国调味品行业发展状况 23

二、CFE见证调味品行业缩影 25

三、中国调味品产业与市场发展问题 26

第二节 金融危机对调味品企业的影响 28

一、金融危机下调味品产业的发展机遇 28

二、调味品企业善于从危机中抓时机 30

三、危机下调味品业发展利好前瞻 33

第三章 2014-2015年辣酱行业发展形势总体分析 34

第一节 2014-2015年全球辣酱市场发展现状 34

一、各国产销及贸易量 34

二、各国国家辣酱法规 34

三、国际或地区市场潜力 35

四、美国辣椒产业及市场情况 36

五、韩国辣酱出口情况分析 37

第二节 2014-2015年中国辣酱市场发展现状 38

一、中国辣椒市场的产量情况 38

二、调味酱市场发展现状 42

三、调味酱市场存在问题及前景 42

四、中国辣酱市场品牌发展现状 43

五、辣椒制品价格走势分析 44

六、辣椒市场价格走势分析 45

七、辣椒酱行业发展及策略分析 45

第四章 2014-2015年中国辣酱市场发展深度研究 50

第一节 2014-2015年中国辣椒酱市场情况 50

一、辣椒酱生产厂的主要产地 50

| | |
|----------------------------|----|
| 二、辣椒酱的出厂价、批发价和零售价 | 50 |
| 三、中国产辣椒酱的原材料 | 51 |
| 四、中国辣椒酱的品种 | 51 |
| 五、中国辣椒酱的包装情况 | 51 |
| 第二节 2014-2015年中国辣椒市场供求关系分析 | 52 |
| 一、辣椒市场供求分析 | 52 |
| 二、影响辣椒市场行情变化的因素 | 53 |
| 第三节 2014-2015年辣酱消费者市场及策略分析 | 54 |
| 一、销售目标对象分析 | 54 |
| 二、目标市场策略分析 | 55 |
| | |
| 第五章2014-2015年中国辣酱市场深度调查分析 | 56 |
| 第一节辣酱市场调查分析 | 56 |
| 一、辣酱产品畅销情况 | 56 |
| 二、辣酱市场占有份额 | 57 |
| 三、辣酱重点企业市场占有份额 | 57 |
| 第二节 辣椒酱市场调查分析 | 58 |
| 一、辣椒酱产品畅销情况 | 58 |
| 二、辣椒酱市场占有份额 | 59 |
| 三、辣椒酱重点企业市场占有份额 | 59 |
| 第三节香辣酱市场调查分析 | 60 |
| 一、香辣酱产品畅销情况 | 60 |
| 二、香辣酱市场占有份额 | 61 |
| 三、香辣酱重点企业市场占有份额 | 61 |
| 第四节 辣椒碎市场调查分析 | 62 |
| 一、辣椒碎产品畅销情况 | 62 |
| 二、辣椒碎市场占有份额 | 63 |
| 三、辣椒碎重点企业市场占有份额 | 63 |
| | |
| 第六章2014-2015年中国辣酱区域市场情况分析 | 65 |
| 第一节湖南辣椒产业发展分析 | 65 |
| 一、湖南辣椒酱介绍 | 65 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 二、湖南创造中国辣椒标准 | 68 |
| 三、湖南辣椒行业年产值情况分析 | 70 |
| 四、湖南辣椒产业发展分析 | 71 |
| 第二节石柱辣椒产业发展分析 | 73 |
| 一、石柱辣椒产业发展现状及前景 | 73 |
| 二、石柱辣椒产业发展分析 | 78 |
| 三、石柱辣椒产业发展目标 | 81 |
| 四、石柱辣椒深加工投资分析 | 82 |
| 第三节永丰辣酱产业发展分析 | 83 |
| 一、永丰辣酱概述 | 83 |
| 二、特色产业形成的基本条件 | 84 |
| 三、开发特色产品需解决的主要问题 | 84 |
| 四、永丰辣酱市场兴衰的调查思考 | 84 |
| 第四节其他地区辣椒产业发展分析 | 88 |
| 一、遵义县辣椒产业发展分析 | 88 |
| 二、瓮安县辣椒产业发展分析 | 92 |
| 三、安集海辣椒产业发展分析 | 98 |
| 四、大方县辣椒产业发展分析 | 99 |
| 五、鸭江镇辣椒产业发展分析 | 100 |
| | |
| 第七章2014-2015年中国辣酱行业消费市场分析 | 101 |
| 第一节中国辣酱消费者收入分析 | 101 |
| 一、中国人口、人民生活分析 | 101 |
| 二、全国居民收入情况分析 | 102 |
| 三、居民消费信心指数分析 | 102 |
| 第二节调味品消费分析 | 104 |
| 一、调味品消费者认知情况分析 | 104 |
| 二、调味品消费者选择偏好度 | 105 |
| 三、调味品行业首发消费券 | 105 |
| 第三节辣椒酱消费市场分析 | 106 |
| 一、消费者对品牌的认识 | 106 |
| 二、消费者最喜欢调味酱产品 | 107 |

- 三、消费者对产品看法的标准 107
- 四、消费者对调味酱吃法调查 108
- 五、消费者主要食用时间调查 108
- 六、购买产品的主要原因调查 108
- 七、消费者心中最合理的定价 109
- 八、核心消费群体的年龄阶段 109
- 九、现有产品的首要不足问题 109
- 十、对中小食品企业的营销建议 110

第二部分辣酱行业市场竞争格局 112

第八章2014-2015年中国辣酱行业市场竞争格局分析 112

第一节2014-2015年调味品市场竞争分析 112

- 一、中国调味品企业排名 112
- 二、细分市场品牌竞争分析 113
- 三、内外资角逐调味品市场 115
- 四、中国调味品市场竞争格局 119

第二节2014-2015年中国辣酱行业竞争格局综述 120

- 一、辣酱市场不正当竞争分析 120
- 二、辣酱市场主要竞争对手分析 121

第三节2014-2015年辣酱市场竞争分析 122

- 一、辣酱市场竞争分析 122
- 二、辣椒酱市场竞争分析 122
- 三、香辣酱市场竞争分析 122
- 四、辣椒碎市场竞争分析 122

第九章2014-2015年中国辣酱企业市场竞争策略分析 124

第一节2014-2015年调味品市场竞争策略分析 124

- 一、调味品企业的竞争策略 124
- 二、调味品区域市场竞争策略分析 127

第二节辣酱领先者市场竞争策略 134

- 一、维护高质量形象 134
- 二、扩大市场需求总量 135

三、保护市场份额 136

四、扩大市场份额 137

第三节辣酱挑战者市场竞争策略 137

一、正面进攻 137

二、侧翼攻击 138

三、包围进攻 138

四、迂回攻击 138

五、游击战 138

第十章2014-2015年中国主要辣酱品牌竞争力分析 139

第一节 贵州老干爹食品有限公司 139

一、企业基本情况 139

二、公司主要财务指标分析 140

三、企业成本费用指标 143

第二节 桂林花桥食品有限公司 146

一、企业基本情况 146

二、公司主要财务指标分析 147

三、企业成本费用指标 150

第三节 青岛多元食品有限公司 153

一、企业基本情况 153

二、公司主要财务指标分析 154

三、企业成本费用指标 157

第四节 青岛青洋食品有限公司 160

一、企业基本情况 160

二、公司主要财务指标分析 160

三、企业成本费用指标 163

第五节 青岛农一食品有限公司 166

一、企业基本情况 166

二、公司主要财务指标分析 167

三、企业成本费用指标 170

第六节 青岛兆丰农产有限公司 173

一、企业基本情况 173

| | |
|------------------------------|-----|
| 二、公司主要财务指标分析 | 174 |
| 三、企业成本费用指标 | 177 |
| 第七节 李锦记（广州）食品有限公司 | 180 |
| 一、企业基本情况 | 180 |
| 二、公司主要财务指标分析 | 180 |
| 三、企业成本费用指标 | 183 |
| 第八节 四川省远达集团富顺县美乐食品有限公司 | 186 |
| 一、企业基本情况 | 186 |
| 二、公司主要财务指标分析 | 187 |
| 三、企业成本费用指标 | 190 |
| 第九节 贵阳南明老干妈风味食品有限公司 | 193 |
| 一、企业基本情况 | 193 |
| 二、公司主要财务指标分析 | 194 |
| 三、企业成本费用指标 | 197 |
| 第十节 辣妹子食品股份有限公司 | 200 |
| 一、企业基本情况 | 200 |
| 二、公司主要财务指标分析 | 202 |
| 三、企业成本费用指标 | 205 |
| 第三部分 行业趋势预测 | 209 |
| 第十一章 2016-2022年中国调味品行业发展趋势分析 | 209 |
| 第一节 2016-2022年中国调味品行业发展前景 | 209 |
| 一、香辛料调味品市场前景分析 | 209 |
| 二、中国调味品市场前景分析 | 211 |
| 第二节 2016-2022年中国调味品发展趋势分析 | 214 |
| 一、调味品市场发展趋势分析 | 214 |
| 二、调味品市场容量预测 | 219 |
| 三、调味品的细分与整合趋势 | 219 |
| 四、调味品行业未来发展趋势分析 | 221 |
| 第十二章 2016-2022年中国辣酱行业发展趋势分析 | 226 |
| 第一节 辣椒产业发展前景 | 226 |

- 一、辣椒用途广泛 226
- 二、辣椒市场需求分析 226
- 第二节辣椒市场与发展前景分析 228
 - 一、消费群体与消耗量走势 228
 - 二、辣椒在工业原料领域的需求 228
 - 三、辣椒国际贸易量增长趋势分析 228
 - 四、重庆辣椒市场供求趋势分析 229
- 第三节风味香辣酱系列新产品发展趋势 231
 - 一、以老干妈为主传统风味工业化系列发展趋势 231
 - 二、多种风味特色化系列发展趋势 232
 - 三、川味特色原料风味化系列发展趋势 232
 - 四、新型风味化系列发展趋势 233
 - 五、新型香辣酱产品的特色突破和发展方向 233

- 第四部分投资战略研究 235
- 第十三章 2014-2015年中国辣酱行业投资环境分析 235
 - 第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析 235
 - 一、中国GDP分析 235
 - 二、消费价格指数分析 236
 - 三、城乡居民收入分析 243
 - 四、社会消费品零售总额 246
 - 五、全社会固定资产投资分析 248
 - 六、进出口总额及增长率分析 252
 - 第二节社会发展环境分析 255
 - 一、人口环境分析 255
 - 二、教育环境分析 256
 - 三、文化环境分析 257
 - 四、生态环境分析 258
 - 第三节2014-2015年中国辣酱政策法规环境分析 259
 - 一、中华人民共和国食品安全法实施条例 259
 - 二、中国调味品协会在全行业深入贯彻实施《食品安全法》 272
 - 三、辣椒酱国家标准制定及其影响 275

四、五项调味品标准将出台 276

五、中国调味品经销商管理新规范 277

第十四章2016-2022年中国辣酱行业投资机会与风险分析 279

第一节2016-2022年中国辣酱行业投资风险分析 279

一、政策风险分析 279

二、市场风险分析 280

三、其它风险分析 280

第二节2016-2022年中国辣酱行业投资机会分析 281

一、辣酱市场资源 281

二、调味品行业的投资价值 281

三、调味品行业中国市场投资分析 281

四、金融危机给调味品行业带来的机遇 284

第三节 2016-2022年中国辣酱行业投资战略研究 286

图表目录：

图表：2014-2015年中国GDP总额及其同比增速

图表：2014-2015年中国全社会固定资产投资总额及其增长速度

图表：2014-2015年中国辣酱行业亏损企业数量及亏损面情况

图表：2014-2015年中国辣酱行业累计从业人数及增长情况

图表：2014-2015年中国辣酱行业销售收入及增长趋势

图表：2014-2015年中国辣酱行业毛利率变化趋势

图表：2014-2015年中国辣酱行业利润总额及增长趋势

图表：2014-2015年中国辣酱行业总资产利润率变化

图表：2014-2015年中国辣酱行业总资产及增长趋势

图表：2014-2015年中国辣酱行业亏损企业对比

图表：2014-2015年我国辣酱消费结构

图表：2014-2015年中国辣酱供给总量

图表：2016-2022年中国辣酱供给总量预测

图表：2014-2015年中国辣酱产量

图表：2016-2022年中国辣酱产量预测

图表：2014-2015年中国辣酱消费量

图表：2016-2022年中国辣酱消费量预测

图表：2014-2015年中国辣酱市场规模

图表：2016-2022年中国辣酱市场规模预测

图表：2014-2015年中国辣酱行业投资规模

图表：2016-2022年中国辣酱行业投资规模预测

图表：2016-2022年中国辣酱市场前景预测

图表：2016-2022年中国辣酱市场价格走势预测图表：2016-2022年中国辣酱发展前景预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/275525.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。