



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国调味品市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国调味品市场发展现状及战略咨询报告》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/285160.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

调味品作为日常生活中不可缺少的存在，是家家户户的必备品，吃饭的时候少了它们感觉这顿饭吃的非常难受。作为美食大国，我国调味品行业发展现状却并不符合我国现象。据调查，我国复合调味品仅占全球市场份额的20%，国内市场潜力还未完全开发。为完善我国调味品产业结构，提升国际竞争力，行业已逐渐呈现三大趋势。

目前酱油全国产量为900多万吨，醋为将近400万吨，料酒为200多万吨。随着在外就餐占比提升，行业量增仍有空间。根据统计，我国目前在外就餐占比相比美国仍有1倍以上的提升空间，而在外就餐对调味品的人均消费量是家庭消费的1.5倍，在外就餐对量增贡献明显。调味品行业细分是遵循地域的饮食习惯以及新兴的饮食潮流而来。突出"健康"、"自然"、"绿色"和个性化等元素，使调味品行业呈多元化方向发展。比如酱油行业的从酱油到老抽，从老抽到草菇老抽的几次演变，说明产品的细分化将会更加明显。预计细分的趋势将会沿着不同的细分人群去细分，现在市场已经有儿童酱油等，当然也会沿着不同的健康、保健方向进行细分，如铁化酱油等。我国调味品市场构成结构 中国调味品使用渗透率

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。

报告目录：

第一章 2013-2015年中国调味品发展环境及政策回顾

第一节 2013-2015年我国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2013-2015年我国农业发展回顾

二、2013-2015年我国工业和建筑业发展回顾

三、2013-2015年我国固定资产投资发展回顾

四、2013-2015年我国国内贸易发展回顾

五、2013-2015年我国对外经济发展回顾

六、2013-2015年我国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2013-2015年我国教育和科学技术发展回顾

八、2013-2015年我国文化、卫生和体育发展回顾

九、2013-2015年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2013-2015年我国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2013-2015年我国货币信贷环境发展回顾

第二章 2013-2015年国际调味品市场分析

第一节 2013-2015年欧美调味品市场分析

一、西欧调味品市场概述

二、欧盟调味品行业出台新规

三、加拿大进口调味品的比较分析

四、欧美食醋发展概况

五、法国鹅肝酱产业发展迅速

第二节 2013-2015年日本调味品市场分析

一、日本天然调味料市场持续扩大

二、日本酱油市场概况

三、2008日本修订酱油质量标签标准

四、2009年日本再次修订酱油质量标签标准

五、日本复合调味品介绍

第三节 2013-2015年韩国调味品市场分析

一、韩国泡菜的发展及地位

二、韩国颁布泡菜卫生新标准

三、韩国泡菜贸易逆差加大

四、韩国泡菜发展的成功经验

第四节 2013-2015年中国台湾调味品市场分析

一、台湾调味品行业概况

二、台湾酱油行业生产状况

三、台湾酱油的标准与品质

四、2015年台湾下调番茄酱进口关税

五、2015年台湾修订酱油类产品卫生标准

第五节 2013-2015年其他国家调味品市场分析

一、2015年泰国调味品市场综述

二、2015年越南胡椒市场平稳增长

三、印度辣椒生产简况

第三章 2013-2015年我国调味品行业发展分析

第一节 2013-2015年我国中国调味品行业发展概况

- 一、我国调味品行业发展回顾
- 二、中国调味品行业发展现状
- 三、2015年国内调味品行业重点企业分析
- 四、金融危机成中国调味品行业发展新契机
- 五、《调味品经销商经营管理规范》2015年实施
- 六、调味品生产模式的改造分析

第二节 2013-2015年我国调味品市场概况

- 一、我国调味品市场发展特点
- 二、国内调味品市场进入调整阶段
- 三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展
- 四、消费升级带动调味品市场细分趋势

第三节 2013-2015年我国调味品行业竞争分析

- 一、我国调味品市场竞争加剧
- 二、调味品行业出现专业化兼并重组现象
- 三、外资挺进中国调味品市场
- 四、调味品区域品牌竞争策略
- 五、中小调味品企业竞争策略

第四节 2013-2015年我国调味品包装市场发展分析

- 一、调味品包装发展概况
- 二、包装成为调味品行业发展动力
- 三、调味品包装运用中存在的问题
- 四、塑料软管包装成调味品包装新趋势

第四章 2013-2015年我国酱油行业发展分析

第一节 2013-2015年我国酱油概述

- 一、酱油的概念
- 二、酱油的分类
- 三、酱油的生产工艺及流程

第二节 2013-2015年我国酱油行业发展分析

- 一、我国酱油行业的发展环境

二、中国酱油行业发展概况

酱油行业内海天占据龙头地位，2015年，海天酱油产量占全国酱油产量的13.63%。渠道上占据广东市场20-25%的市场份额，覆盖全国市场2000多县市，尤其华东地区市场占有率较高，厨邦酱油占据广东20%的市场份额，省外竞争力偏弱，加加强势区域在华中的湖南地区；李锦记占据高端酱油，海天高端占比也不断提升，厨邦以中高端为主。 2015年中国酱油市场份额 酱油不同渠道占比

三、中、日酱油行业发展比较

四、酱油生产企业发展策略

五、国内新兴酱油产品

第三节 2013-2015年我国酱油市场分析

一、小酱油可造就大市场

二、我国酱油市场竞争格局

三、外资并购冲击中国酱油市场

四、国内酱油市场"海天"独大

第四节 2013-2015年我国国内部分酱油消费市场分析

一、河南酱油市场

二、湖北酱油市场

三、广东酱油市场

四、山西酱油市场

第五节 2013-2015年我国铁强化酱油行业发展分析

一、卫生部启动铁酱油计划

二、"铁酱油"推广多年增速缓慢

三、铁强化酱油发展又逢新契机

四、铁酱油符合调味品行业发展趋势

第五章 2013-2015年我国食醋市场营运分析

第一节 2013-2015年我国食醋概述

一、食醋的概念

二、食醋的分类

三、食醋的生产工艺

四、世界名醋特色简介

第二节 2013-2015年我国食醋行业发展分析

一、我国食醋行业概况

二、国内食用醋酸发展简述

三、我国醋行业发展中存在的问题

四、促进食醋业发展的措施建议

五、中小食醋企业的生存与发展

第三节 2013-2015年我国食醋市场发展分析

一、我国主要食醋品牌市场运作情况

二、中国名醋企业联手打造醋市场

三、香港名醋进军内地食醋市场

第四节 2013-2015年我国山西老陈醋市场分析

一、山西老陈醋的生产工艺和产品特色

二、山西老陈醋与镇江香醋的比较分析

三、山西老陈醋的发展困境

四、山西醋业发展对策

五、山西老陈醋的未来发展方向

第五节 2013-2015年我国食醋行业技术与工艺介绍

一、中国食醋酿造技术概况

二、固态发酵法生产食醋技术

三、食醋酿造技术的革新与发展

四、我国食醋酿造技术发展趋势

第六章 2013-2015年我国味精市场分析

第一节 2013-2015年我国味精行业发展概况

一、我国味精行业发展回顾

二、我国味精行业总体发展分析

三、中国味精行业贯彻实施新国标

四、我国味精行业区域生产状况

五、我国逐步淘汰纯度80%味精

第二节 2013-2015年我国味精市场发展分析

一、国内味精市场需求依然巨大

二、2015年欧盟向中国出口味精征收反倾销税

三、2015年国内味精市场价格分析

四、我国味精进口状况浅析

五、我国味精出口状况浅析

第七章 2013-2015年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

第一节 2013-2015年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

一、我国鸡精（鸡粉）行业总体状况

二、我国鸡精行业基本特点

三、中国鸡精行业标准之路

四、我国鸡粉行业步入有序竞争期

第二节 2013-2015年我国鸡精市场分析

一、我国鸡精市场发展综述

二、国内鸡精市场的总体格局

三、华南鸡精市场品牌竞争状况

四、鸡精市场消费分析

五、鸡精企业营销模式分析

第三节 2013-2015年我国鸡精行业SWOT分析

一、优势（Strength）

二、劣势（Weakness）

三、机遇（Opportunity）

四、威胁（Threats）

第四节 2013-2015年我国鸡精（鸡粉）行业生产技术及工艺

一、鸡精（鸡粉）生产配方及检验标准

二、鸡精的生产配料

三、鸡精生产工艺

四、肉香型鸡精生产新工艺

五、鸡精生产技术发展趋势

第八章 2013-2015年我国其他调味品行业发展概况分析

第一节 2013-2015年我国番茄酱行业发展概况

一、我国番茄酱行业概况

二、2015年我国番茄酱出口价格上扬

三、2015年我国番茄酱行业发展简况

四、制约我国番茄酱出口的瓶颈因素

五、我国番茄酱行业发展策略

第二节 2013-2015年我国胡椒行业发展概况

一、中国胡椒生产概况

二、我国胡椒生产中遇到的主要问题

三、影响中国胡椒国际竞争力的因素

四、提升中国胡椒产品国际竞争力的建议

第三节 2013-2015年我国复合调味料行业发展概况

一、复合调味品市场主要产品

二、复合调味品市场占有率较低的原因

三、复合调味品企业须增强精品意识

四、复合调味品发展呈现的趋势

第四节 2013-2015年我国香辛料行业发展概况

一、调味品领域的几种主要香辛料

二、我国香辛料加工行业概况

三、香辛料调味品开发应注意的问题

四、发展香辛料行业的对策

第五节 2013-2015年我国酱腌菜行业发展概况

一、2015年酱腌菜行业新标准实施

二、涪陵榨菜获酱腌菜行业首个"中国驰名商标"

三、酱腌菜行业分销渠道存在的问题

四、酱腌菜的质量问题及对策

第九章 2013-2015年我国调味品主要消费地区分析

第一节 2013-2015年我国上海调味品消费分析

一、上海调味品制造业概述

二、上海调味品老字号面临传承危机

三、上海调味品市场发展趋势

第二节 2013-2015年我国郑州调味品消费分析

一、郑州调味品市场概况

二、郑州调味品市场竞争态势

三、郑州调味品市场渠道分布及特征

四、郑州调味品市场消费渠道分析

第三节 2013-2015年我国武汉调味品消费分析

- 一、武汉调味品市场发展概况
- 二、武汉调味品市场背景分析
- 三、武汉调味品市场的竞争格局
- 四、武汉调味品市场消费者分析
- 五、武汉调味品市场的推广特点

第四节 2013-2015年我国山东调味品消费分析

- 一、山东调味品行业发展概况
- 二、山东调味品企业重视品牌建设
- 三、山东调味品行业面临的挑战
- 四、山东调味品突破地域屏障是关键
- 五、山东酿造调味品行业应加快整合步伐

第五节 2013-2015年我国其他调味品消费分析

- 一、江苏调味品市场
- 二、广东调味品市场
- 三、广西天然香料市场
- 四、四川特色调味品市场

第十章 2013-2015年我国调味品原料市场分析

第一节 2013-2015年我国大豆市场分析

- 一、中国大豆产业发展综述
- 二、2015年中国大豆市场行情回顾
- 三、2015年中国大豆市场运行状况
- 四、2015年我国大豆市场运行状况
- 五、2017-2022年大豆市场展望

第二节 2013-2015年我国小麦市场分析

- 一、中国的小麦分布及产量状况
- 二、2015年我国小麦市场回顾
- 三、2015年我国小麦市场运行状况
- 四、2015年我国小麦市场运行特征
- 五、影响小麦价格的因素分析

第三节 2013-2015年我国玉米市场分析

- 一、2015年国内玉米市场回顾
- 二、2015年国内玉米市场价格分析
- 三、2015年我国玉米市场概况
- 四、玉米价格的影响因素分析
- 五、中国玉米生产发展趋势

第四节 2013-2015年我国稻米市场分析

- 一、2015年国内稻米市场概述
- 二、2015年国内稻米市场运行特征
- 三、2015年中国稻米市场分析
- 四、我国稻米市场的主要发展特点
- 五、我国稻米进出口贸易简析

第十一章 2013-2015年我国调味品相关行业发展分析

第一节 2013-2015年我国餐饮业发展分析

- 一、我国餐饮业发展取得的成就
- 二、2015年我国餐饮市场运行分析
- 三、2015年中国餐饮业发展特征
- 四、家庭消费推动餐饮业大众化趋势
- 五、我国餐饮业发展面临的机遇与挑战
- 六、全国餐饮业发展规划纲要

第二节 2013-2015年我国方便食品市场发展分析

- 一、方便食品逐渐成为生活必备
- 二、中国方便面行业发展概况
- 三、方便面企业挺进中式餐饮连锁市场
- 四、国内速冻食品市场格局
- 五、华东地区方便粉丝行业SWOT分析
- 六、方便食品市场前景广阔

第三节 2013-2015年我国食品添加剂发展分析

- 一、中国食品添加剂行业发展综述
- 二、中国食品添加剂行业发展概况
- 三、食品添加剂行业发展中存在的问题

四、食品添加剂行业必须实现由大转强

五、食品添加剂行业未来走向

第十二章 2013-2015年我国调味品行业营销分析

第一节 2013-2015年我国调味品行业的营销渠道

一、家庭消费渠道分析

二、餐饮业渠道分析

第二节 2013-2015年我国调味品行业消费者分析

一、消费者如何认定产品品质

二、消费者是怎么看待品牌

三、消费结构与使用的理由

第三节 2013-2015年我国调味品行业经销商分析

一、调味品经销商简述

二、大型调味品经销商的经营特点

三、调味品经销商逐步转型

四、家族式调味品经销商发展策略

第四节 2013-2015年我国以太太乐为例分析调味品售点营销模式

一、主要终端渠道的售点细分和定位

二、餐饮渠道的售点细分和定位

三、零售渠道的售点细分和定位

第五节 2013-2015年我国调味品行业营销案例分析

一、华南调味品市场营销策略大战

二、梅花味精的绿色营销

三、加加酱油凭借独特成就经典

四、"年份调味品"营销策略的误区

第十三章 2013-2015年中国调味品制造行业数据监测分析

第一节 2013-2015年中国调味品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2013-2015年中国调味品制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2013-2015年中国调味品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2013-2015年中国调味品制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2013-2015年中国调味品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第十四章 2013-2015年中国调味品优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 佛山市海天（高明）调味食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 贵阳南明老干妈风味食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 李锦记新会食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 德州华茂生物科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 广东美味鲜调味食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 福建省安记食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 青岛浩源集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 味可美（广州）食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 乐陵市飞达集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 山东盛泉集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十五章 2017-2022年世界及我国经济预测分析

第一节 2017-2022年世界经济发展趋势

一、2017-2022年世界经济将逐步恢复增长

二、2017-2022年经济全球化曲折发展

三、2017-2022年新能源与节能环保将引领全球产业

四、2017-2022年跨国投资再趋活跃

五、2017-2022年气候变化与能源资源将制约世界经济

六、2017-2022年美元地位继续削弱

七、2017-2022年世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 2017-2022年我国经济面临的形势

一、2017-2022年我国经济将长期趋好

二、2017-2022年我国经济将围绕"三个转变"

三、2017-2022年我国工业产业将全面升级

四、2017-2022年我国以绿色发展战略为基调

第三节 2017-2022年我国对外经济贸易预测

一、2017-2022年我国劳动力结构预测

二、2017-2022年我国贸易形式和利用外资方式预测

三、2017-2022年我国自主创新结构预测

四、2017-2022年我国产业体系预测

五、2017-2022年我国产业竞争力预测

六、2017-2022年我国经济国家化预测

七、2017-2022年我国经济将面临的贸易障碍预测

八、2017-2022年人民币区域化和国际化预测

九、2017-2022年我国对外贸易与城市发展关系预测

十、2017-2022年我国中小企业面临的外需环境预测

第十六章 2017-2022年我国政策体系预测分析

第一节 "十三五"规划重点倾斜内容预测

一、大消费

二、高铁及城轨建设

三、生产性服务

四、战略新兴产业

第二节 2017-2022年我国主要政策预测

一、2017-2022年将进一步劳动力市场政策

二、2017-2022年将进一步充实扩大就业的财税政策

三、2017-2022年将进一步丰富扩大就业的金融政策

四、2017-2022年将进一步完善扩大就业的社会保障政策

第三节 2017-2022年我国经济社会发展阶段预测

一、2017-2022年我国将加速全面建设小康社会

- 二、2017-2022年我国将全方位改革综合推进阶段
- 三、2017-2022年我国工业化中期向工业化后期转变

第十七章 2017-2022年我国经济将面临的问题及对策分析

第一节 2017-2022年影响投资因素分析

- 一、财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析
- 二、信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析
- 三、外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析
- 四、自筹投资增长对投资来源的贡献率分析

第二节 2017-2022年我国经济稳定发展面临的问题

- 一、经济结构失衡
- 二、产业结构面临的问题
- 三、资本泡沫过度膨胀
- 四、收入差距进一步扩大
- 五、通货膨胀风险加剧
- 六、生态环境总体恶化趋势未改

第三节 2017-2022年我国经济形势面临的问题

- 一、世界政治、经济格局的新变化
- 二、国际竞争更加激烈
- 三、投资的作用将下降
- 四、第三产业对经济增长的作用显著增加
- 五、迫切需要解决深层次体制机制问题
- 六、劳动力的供给态势将发生转折

第十八章 2017-2022年我国区域经济面临的问题及对策分析

第一节 2017-2022年促进区域协调发展的重点任务

- 一、健全区域协调发展的市场机制与财政体制
- 二、培育多极带动的国土空间开发格局
- 三、积极开展全方位多层次的区域合作
- 四、创新各具特色的区域发展模式
- 五、建立健全区域利益协调机制

第二节 2017-2022年我国区域协调发展存在的主要问题

- 一、空间无序开发问题依然比较突出
 - 二、东中西产业互动关系有待进一步加强
 - 三、落后地区发展仍然面临诸多困难
 - 四、财税体制尚需完善
 - 五、区际利益矛盾协调机制不健全
- 第三节 2017-2022年促进区域协调发展的政策建议

- 一、编制全国性的空间开发利用规划
- 二、以经济圈为基础重塑国土空间组织框架
- 三、制定基础产业布局战略规划
- 四、加紧制定促进区域合作的政策措施

第十九章 2017-2022年我国调味品行业投资及前景分析

第一节 2017-2022年我国调味品行业发展趋势

- 一、调味品行业发展趋势
- 二、我国调味品行业未来生产趋势
- 三、中国调味品向多样化方向发展

第二节 2017-2022年我国调味品行业发展前景预测

- 一、2017-2022年中国调味品、发酵制品行业预测分析
- 二、我国调味品市场前景展望
- 三、“顿包装”调味品市场前景看好
- 四、国产调味品仍将占据市场主导地位

第三节 2017-2022年我国调味品细分市场前景展望

- 一、复合调味品未来发展方向
- 二、鸡精酱油市场前景无限
- 三、高档鸡精产品市场前景广阔

第二十章 2017-2022年我国调味品产业面临的问题及对策分析

第一节 2017-2022年我国味精行业发展中存在的问题及对策

- 一、味精行业存在的主要问题
- 二、味精行业须加强观念及技术创新
- 三、味精废水制饲料顺应环保节能
- 四、梅花味精的战略转型策略

第二节 2017-2022年我国味精生产技术的发展探析

- 一、味精工艺技术进展情况
- 二、与国际味精生产技术相比的差距
- 三、味精生产技术的发展方向
- 第三节 2017-2022年我国调味品行业营销策略
- 一、调味品行业品牌营销的基本原则
- 二、调味品市场中小企业的营销策略
- 三、调味品市场弱势品牌的终端营销
- 四、调味品行业的数据库营销策略

图表目录：

图表：十三五规划重点政策倾斜内容预测

图表：2015年部分中央领导人在省部级干部贯彻科学发展观加快经济发展方式转变研讨班的讲话

图表：城镇化和战略性新兴产业是加快转变经济发展方式的重点

图表：房地产投资需求拉动多个行业发展

图表：中国区域发展阶段差异概况

图表：金融危机以来中国出台的区域规划

图表：2015年我国各省城市化率与人均GDP的对数曲线关系

图表：城市化进程的三个阶段

图表：不同城市化阶段及其特征

图表：2017-2022年我国城市化水平预测

图表：国家战略性战略格局维度布局

图表：2010-2015年各省城市化率变化情况

图表："十三五"时期各省市城市化率变动及城市化带动的投资空间分布

图表：美国经济刺激计划中的绿色投资

图表：主要国家经济刺激计划中的绿色投资

图表：主要耗能设施的生命周期

图表：不同领域对减排的贡献

图表："十二五"各行业营收增长

图表："十二五"各行业盈利增长

图表："十二五"各行业ROE提升

图表："十二五"各行业市场表现

图表：“十三五”规划预期重点及措施

图表：历次五年规划主要任务目标及实现情况

图表：“十二五”至“十三五”中国经济发展

图表：“十三五”时期战略性新兴产业七大领域

图表：2017-2022年电源预计规模

图表：低碳技术创新和应用的路线图

图表：动力电池成本的国际比较

图表：我国动力电池技术与国际水平比较

图表：中国90年代以来城镇居民家庭消费支出结构变化趋势

图表：2013-2015年中国调味品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业产成品增长趋势图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业费用使用统计图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业主要盈利指标统计图

图表：2013-2015年中国调味品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：佛山市海天（高明）调味食品有限公司主要经济指标走势图

图表：佛山市海天（高明）调味食品有限公司经营收入走势图

图表：佛山市海天（高明）调味食品有限公司盈利指标走势图

图表：佛山市海天（高明）调味食品有限公司负债情况图

图表：佛山市海天（高明）调味食品有限公司负债指标走势图

图表：佛山市海天（高明）调味食品有限公司运营能力指标走势图

图表：佛山市海天（高明）调味食品有限公司成长能力指标走势图

图表：贵阳南明老干妈风味食品有限公司主要经济指标走势图

图表：贵阳南明老干妈风味食品有限公司经营收入走势图

图表：贵阳南明老干妈风味食品有限公司盈利指标走势图

图表：贵阳南明老干妈风味食品有限公司负债情况图

图表：贵阳南明老干妈风味食品有限公司负债指标走势图

图表：贵阳南明老干妈风味食品有限公司运营能力指标走势图

图表：贵阳南明老干妈风味食品有限公司成长能力指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司主要经济指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司经营收入走势图

图表：李锦记新会食品有限公司盈利指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司负债情况图

图表：李锦记新会食品有限公司负债指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司运营能力指标走势图

图表：李锦记新会食品有限公司成长能力指标走势图

图表：德州华茂生物科技有限公司主要经济指标走势图

图表：德州华茂生物科技有限公司经营收入走势图

图表：德州华茂生物科技有限公司盈利指标走势图

图表：德州华茂生物科技有限公司负债情况图

图表：德州华茂生物科技有限公司负债指标走势图

图表：德州华茂生物科技有限公司运营能力指标走势图

图表：德州华茂生物科技有限公司成长能力指标走势图

图表：广东美味鲜调味食品有限公司主要经济指标走势图

图表：广东美味鲜调味食品有限公司经营收入走势图

图表：广东美味鲜调味食品有限公司盈利指标走势图

图表：广东美味鲜调味食品有限公司负债情况图

图表：广东美味鲜调味食品有限公司负债指标走势图

图表：广东美味鲜调味食品有限公司运营能力指标走势图

图表：广东美味鲜调味食品有限公司成长能力指标走势图

图表：福建省安记食品有限公司主要经济指标走势图

图表：福建省安记食品有限公司经营收入走势图

图表：福建省安记食品有限公司盈利指标走势图

图表：福建省安记食品有限公司负债情况图

图表：福建省安记食品有限公司负债指标走势图

图表：福建省安记食品有限公司运营能力指标走势图

图表：福建省安记食品有限公司成长能力指标走势图

图表：青岛浩源集团有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛浩源集团有限公司经营收入走势图

图表：青岛浩源集团有限公司盈利指标走势图

图表：青岛浩源集团有限公司负债情况图

图表：青岛浩源集团有限公司负债指标走势图

图表：青岛浩源集团有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛浩源集团有限公司成长能力指标走势图

图表：味可美（广州）食品有限公司主要经济指标走势图

图表：味可美（广州）食品有限公司经营收入走势图

图表：味可美（广州）食品有限公司盈利指标走势图

图表：味可美（广州）食品有限公司负债情况图

图表：味可美（广州）食品有限公司负债指标走势图

图表：味可美（广州）食品有限公司运营能力指标走势图

图表：味可美（广州）食品有限公司成长能力指标走势图

图表：乐陵市飞达集团有限公司主要经济指标走势图

图表：乐陵市飞达集团有限公司经营收入走势图

图表：乐陵市飞达集团有限公司盈利指标走势图

图表：乐陵市飞达集团有限公司负债情况图

图表：乐陵市飞达集团有限公司负债指标走势图

图表：乐陵市飞达集团有限公司运营能力指标走势图

图表：乐陵市飞达集团有限公司成长能力指标走势图

图表：山东盛泉集团有限公司主要经济指标走势图

图表：山东盛泉集团有限公司经营收入走势图

图表：山东盛泉集团有限公司盈利指标走势图

图表：山东盛泉集团有限公司负债情况图

图表：山东盛泉集团有限公司负债指标走势图

图表：山东盛泉集团有限公司运营能力指标走势图

图表：山东盛泉集团有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285160.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。