



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2010年中国调味品、 发酵制品制造行业投资价值决策 咨询及行业竞争力调查市场分析

一、调研说明

《2007—2010年中国调味品、发酵制品制造行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查市场分析》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/44256.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

目前我国调味品行业快速发展，增长幅度连续十年超过10%，总产量已超过1000万吨，需求量的相对稳定和快速增长，成为食品行业中新的经济增长点的中国调味品行业，正在经历从行业到产业的深度转变，锦秋财智咨询认为，一个大转变、大调整和大分化时期，已经到来。一方面是与国际接轨的专业化并购，另一方面是传统产业在发展过程中面临国际竞争的困惑与顽疾的暴露，调味品行业需改善不足，以减少大发展道路上的阻碍因素。对于中国调味品行业，只有不断强化品牌、渠道、差异化经验战略，才能在未来的市场中占有较大的比重。

中国调味品行业在经过一系列的产业整合之后，从前两年的低调调价转入集体涨价冲高的快车道，市场销售额突破千亿元大关。2007年涨价依然是调味品行业的主题词。

大品牌逐渐抛弃价格战，以产品的质优、健康和企业效益为发展侧重点；而中小企业将采取跟随策略。随着消费者越来越注重生活质量的发展趋势，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将进一步提高。调味品产品多元化、专业化发展的趋势也显露出来，而企业销售渠道重心也将分散，有全渠道发展的趋势。国家规范调味品行业，使得门槛逐步提高，国内大厂借机整合市场，外资进入中国市场多采用资本整合方式，一批小企业将被淘汰出局，调味品行业将由分散逐渐走向集中。全国品牌、区域品牌、外资品牌将是市场博弈的主角。

随着国际化、专业化的并购重组，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，但是由于区域性强势品牌的长期存在，全国性品牌的扩张道路依然非常艰难。

未来几年，调味品产品将朝着多样化、复合方便化、营养保健化等方向发展。同时，随着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将日益增强，产品质量将进一步提高。外资对国内调味品市场的渗透力度加大，市场竞争日趋激烈，但由于我国调味品消费的区域性特色明显，消费群体的忠诚度较高等因素，在未来相当长时期内，国内名优品牌仍将占据主导地位。

2008-2010年随着人民生活水平的提高和食品工业的迅速发展，随着快速消费品流通渠道

的不断变革，调味品的生产和市场出现了空前的繁荣和兴旺。

【 目 录 】

第一章 研究概述 9

第一节 报告目的 10

第二节 研究范围 11

第三节 数据来源 12

第四节 研究方法 13

第五节 研究对象 14

第二章 调味品、发酵制品制造行业投资背景知识 15

第一节 行业的定义和细分 15

第二节 行业的特征分析 16

一、行业技术特征 17

二、行业经济特征 18

第三节 行业产业链介绍 19

一、产业链状况 20

二、行业同相关产业的关系分析 21

第四节 2007年行业发展回顾与展望 22

一、2007年调味品、发酵制品制造行业回顾 23

二、2007年调味品、发酵制品制造行业将面临的机遇与挑战 24

第五节 国际行业的发展状况和特征分析 25

一、国际市场的发展状况及特征分析 26

二、国际市场的发展趋势 27

三、国际大型企业的经营特点 28

第三章 调味品、发酵制品制造行业发展环境分析 29

第一节 行业PEST分析 29

一、政治和法律环境 30

二、经济发展环境 31

三、技术发展环境	32
四、环境不确定性分析	33
第二节 行业总资产、销售收入、利润总额与GDP相关性分析	34
第三节 行业生命周期分析	35
一、产业周期	36
二、产业扩张性分析	37
三、产业稳定性分析	38
四、行业增长性与波动性分析	39
第四节 行业进入退出壁垒分析	40
一、政策壁垒	41
二、经济技术壁垒	42
第四章 调味品、发酵制品制造行业发展状况	43
第一节 2005-2007年调味品、发酵制品制造行业分析	43
一、行业规模统计	43
二、行业内企业结构	44
三、行业运营状况分析	45
第二节 行业财务指标分析	45
一、2005-2007行业盈利能力分析	46
二、2005-2007行业营运能力分析	47
三、2005-2007行业偿债能力分析	48
四、2005-2007行业发展能力分析	49
五、2005-2007行业利润率分析	50
第三节 成本费用分析	50
一、行业成本结构	51
二、2005-2007年主要成本费用情况	52
第四节 行业集中度分析	52
一、行业集中度	53
二、地区集群化发展情况	54
第五节 调味品、发酵制品消费总量	55
一、2005-2007年调味品、发酵制品消费总量	56
二、主要品种消费总量	57

第五章 调味品、发酵制品制造业区域发展概况 58

第一节 调味品、发酵制品制造业区域发展情况 59

一、中国调味品、发酵制品企业区域分布 60

二、中国调味品、发酵制品产销区域格局 61

第二节 华北地区分析 62

一、地区内企业分布情况 63

二、产销情况 64

三、重点城市消费特征 65

第三节 华东地区分析 66

一、地区内企业分布情况 67

二、产销情况 68

三、重点城市消费特征 69

第四节 华南地区分析 70

一、地区内企业分布情况 71

二、产销情况 72

三、重点城市消费特征 73

第五节 华中地区分析 74

一、地区内企业分布情况 75

二、产销情况 76

三、重点城市消费特征 77

第六章 调味品、发酵制品行业竞争分析 78

第一节 调味品、发酵制品竞争格局分析 79

一、调味品、发酵制品品牌竞争 80

二、调味品、发酵制品渠道竞争 81

三、调味品、发酵制品价格竞争 82

第二节 市场竞争群体分析 83

一、市场先行者 84

二、市场领导者 85

三、市场挑战者 86

四、其它市场追随者 87

第七章 调味品、发酵制品细分产品市场分析 88

第一节 酱油市场 89

一、中国酱油业的发展特征 90

二、中国酱油生产贸易状况 91

三、中国酱油品牌竞争格局 92

四、酱油产品发展动向 93

第二节 食醋市场 94

一、中国食醋行业产销情况 95

二、中国食醋品牌竞争现状 96

三、食醋市场发展动态 97

第三节 鸡精及味精市场 98

一、中国鸡精及味精产销情况 99

二、鸡精及味精品牌竞争现状 100

三、鸡精及味精市场发展动态 101

第四节 其他细分市场分析 102

一、酱类产品 103

二、香辛料调味品 104

三、腐乳类产品 105

第八章 调味品、发酵制品行业著名品牌企业分析 106

第一节 海天调味食品有限公司 107

一、企业品牌竞争力 108

二、企业产销情况 109

三、产品结构 110

四、企业渠道分析 111

第二节 广东美味鲜调味食品有限公司 112

一、企业品牌竞争力 112

二、企业产销情况 112

三、产品结构 112

四、企业渠道分析 112

第三节 豪吉集团 113

一、企业品牌竞争力	114
二、企业产销情况	115
三、产品结构	116
四、企业渠道分析	117

第四节 上海太太乐调味品有限公司 118

一、企业品牌竞争力	119
二、企业产销情况	120
三、产品结构	121
四、企业渠道分析	122

第五节 北京王致和食品集团公司 123

一、企业品牌竞争力	124
二、企业产销情况	125
三、产品结构	126
四、企业渠道分析	127

第六节 河南莲花味精股份有限公司 128

一、企业品牌竞争力	129
二、企业产销情况	130
三、产品结构	131
四、企业渠道分析	132

第七节 石家庄珍极酿造集团 133

一、企业品牌竞争力	134
二、企业产销情况	135
三、产品结构	136
四、企业渠道分析	137

第九章 调味品、发酵制品产业链运行分析 138

第一节 上游原料产业 139

一、大豆	140
二、小麦	141
三、辣椒	142

第二节 调味品下游行业 143

一、餐饮行业	144
--------	-----

二、方便食品加工业	145
第三节 调味品相关产业	146
一、食品添加剂行业	147
二、食品包装行业	148
第四节 调味品产业链运行特征分析	149
一、产业关联度分析	150
二、产业链运行情况分析	151
三、产业链运行波动对调味品行业的影响	152
第十章 调味品、发酵制品制造行业发展趋势预测	153
第一节 调味品、发酵制品制造行业影响因素	154
一、价格因素	155
二、产品因素	156
三、品牌因素	157
四、渠道因素	158
第二节 2008-2010调味品、发酵制品制造行业发展趋势预测	159
一、市场需求预测	160
二、行业供给能力分析	161
第十一章 调味品、发酵制品制造企业经营建议	162
第一节 行业风险分析	163
一、渠道风险	164
二、价格风险	165
三、消费者品牌消费理念	166
第二节 企业经营策略分析	167
一、渠道策略	168
二、品牌策略	169
三、消费者定位	170
四、产品策略	171
第三节 报告总结	172

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44256.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。