



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国调味品行业市场研究 与发展预测

# 一、调研说明

《2007年中国调味品行业市场研究与发展预测》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/44382.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

近年来，我国调味品业表现出强劲发展势头，成为食品行业中增幅最快的门类之一。调味品市场风起云涌，市场的需求也在发生着重大的变化。调味品行业进入了一个大转变、大调整和大分化时期，面临着前所未有的机遇和挑战。银联信建议银行对具有专业化、高质量的大品牌调味品企业适当放贷，而对技术含量低、重复运营的中小企业谨慎放贷，避免信贷风险的产生。

2003年380亿元，2004年590亿元，2005年880亿元，2006年销售额冲破千亿元大关。伴随着市场销量的快速增加，调味品行业逐渐走出不饱和竞争，表现出集中度提高、大型企业主导性增强、销售重心转移的特点。

未来几年，调味品类产品将朝着多样化、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。

《2007年中国调味品行业市场研究与发展预测》是在中心“十一五”调味品研究组课题研究成果基础上，结合对企业战略咨询分析的基础上撰写而成。本研究报告依据中国调味品协会、中国海关总局、国家信息中心和国家统计局等权威渠道数据，同时采用中心大量产业数据库以及我们对调味品行业所进行的市场调查数据，综合运用定量和定性的分析方法对中国调味品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。在报告的成稿过程中得到中国调味品协会的专家、领导的耐心指导，在此一并表示感谢。

本报告主要面向调味品生产与经营机构，同时报告对于产业研究规律、产业政策制定和欲进入的金融投资集团具有重要的参考价值。

（报告全文共十八章317页，23余万字，其中图表80个，2007年2月出品）

### 第一章 2006年中国调味品市场现状

#### 第一节 市场现状

##### 一、市场规模

##### 二、生产企业

##### 三、市场表现

##### 四、发展方向

## 第二节 2006年中国调味品制造业运行情况分析

### 第三节 2006年中国调味品市场特点与趋势

- 一、产品品种将更趋向于多样化、复合方便化、高档化、营养保健化
- 二、新技术将不断地应用于调味品生产中
- 三、新产品尚需不断研究开发

## 第二章 2007调味品行业原辅料市场分析与预测

### 第一节 2006年我国玉米市场分析

- 一、2006全球玉米供需状况
- 二、2006中国玉米供需状况

### 第二节 2007年我国大豆市场分析及预测

### 第三节 2007年我国豆粕市场分析及预测

### 第四节 2007我国小麦市场分析与预测

- 一、2006小麦产量
- 二、2006-2007年度我国小麦供求情况分析

## 第三章 中国调味品行业投资状况分析

### 第一节 跨国公司在华投资调味品特点分析

### 第二节 中国调味品行业重点投资方向推荐

- 一、鸡精市场
- 二、含铁酱油市场

## 第四章 中国酱油市场分析

### 第一节 市场现状

- 一、酱油生产情况
- 二、贸易情况

### 第二节 市场规模

- 一、各主要地区酱油市场分析
- 二、酱油市场不同销售规模的市场结构
- 三、2004—2006年酱油市场领先企业集中度分析

### 第三节 存在问题

- 一、业内存在的主要问题分析

## 二、行业展望

### 第四节 定义及分类

#### 一、酱油的定义

#### 二、中国酱油的历史起源

#### 三、中国酱油的产业发展状况

#### 四、中国酱油的营养成分及功能作用

#### 五、中国酱油的种类和等级

#### 六、中国酱油主要生产工艺流程

#### 七、中国酱油质量评价技术指标

#### 八、中国各地名牌酱油简介

#### 九、国内外名牌酱油质量比较

### 第五节 品牌竞争现状

### 第六节 技术环境

#### 一、风味香辣酱生产技术的应用

#### 二、模内标签的全球市场及应用现状

#### 三、糖化增香曲为酱油生产企业创效益

#### 四、固体酱油的制法

#### 五、减盐酱油和少盐酱油原料制备及加工工艺

#### 六、特鲜酱油粉的调味机理及应用

#### 七、酱油生产技术问题

### 第七节 2006年我国酱油生产分析

### 第八节 国际酱油市场

#### 一、日本酱油市场

#### 二、美国酱油市场

### 第九节 酱油包装技术市场

### 第十节 优势品牌与企业分析

#### 一、佛山市海天调味品有限公司——海天酱油

#### 二、加加酱业（长沙）有限公司——加加

#### 三、李锦记（新会）食品有限公司——李锦记

#### 四、北京王致和食品集团有限公司——金狮

#### 五、石家庄珍极酿造集团有限公司——珍极

#### 六、美味鲜调味食品有限公司——岐江桥

- 七、开平味事达调味品有限公司——味事达
- 八、广东省食品进出口集团公司——珠江桥
- 九、上海淘大食品有限公司——淘大
- 十、广州致美斋食品有限公司——致美斋

## 第五章 中国食醋市场分析

### 第一节 食醋的定义与分类

- 一、醋的分类
- 二、醋的历史和文化
- 三、中国四大名醋
- 四、醋的加工技术

### 第二节 中国食醋市场发展现状

- 一、我国醋产业发展潜力巨大
- 二、我国醋产业发展面临的问题

### 第三节 品牌现状分析

### 第四节 破解中国食醋业困局

- 一、危机四伏的市场现状
- 二、老陈醋的4道营销难题
- 三、老陈醋突围的5大策略

### 第五节 我国食醋对外贸易情况分析

### 第六节 我国食醋行业相关政策

- 一、关于我国“食醋”生产许可证实施细则
- 二、食醋卫生标准

### 第七节 日本食醋市场

- 一、日本功能醋开发多姿多彩
- 二、日本用镇江醋制成保健胶囊
- 三、日本开发酿造粉末醋新法

### 第八节 优势企业与优势品牌

- 一、恒顺醋业
- 二、山西水塔老陈醋公司

## 第六章 2006-2007味精市场分析

## 第一节 中国味精产品供给分析

### 一、2006全国味精产量

### 二、2006分地区味精产量分析

### 三、市场竞争

## 第二节 中国味精行业性分析

### 一、味精的安全性分析

### 二、味精生产企业切入鸡精行业分析

## 第三节 我国味精生产技术的发展趋势

### 一、我国味精技术进展情况

### 二、我国味精生产技术与国际间差距

### 三、我国味精生产技术的发展方向

## 第四节 优热企业与品牌分析

### 一、河南省莲花味精集团有限公司

### 二、上海太太乐调味食品有限公司

### 三、河北梅花味精集团有限公司

### 四、通辽梅花生物科技有限公司

### 五、广州奥桑味精食品有限公司

### 六、江苏菊花味精集团公司

### 七、江苏天香集团有限公司

### 八、沈阳红梅味精股份有限公司

### 九、山东铃兰味精工业公司

### 十、珠海市益力集团有限公司

## 第七章 鸡精市场发展状况分析

### 第一节 我国鸡精行业背景及区域消费市场分析

#### 一、鸡精行业背景分析

#### 二、区域市场分析

#### 三、消费者分析

### 第二节 我国鸡精市场优劣与威胁机会分析

#### 一、竞争对手分析

#### 二、优势劣势与威胁机会分析

### 第三节 我国鸡精生产技术及解决对策

一、鸡精常用原材料及其功能

二、配方设计原则

三、鸡粉调味料外观不良的原因与解决办法

#### 第四节 市场竞争现状

一、鸡精业：八大品牌“吃掉”八成市场

二、鸡精品牌纷纷被外资收购 国内鸡精军阀割据

#### 第五节 鸡精消费者分析

一、购买偏好

二、广告认知途径

三、促销认同分析

#### 第六节 优势品牌及企业

一、豪吉鸡精

二、太太乐鸡精

### 第八章 其它调味品市场发展状况分析

#### 第一节 西红柿酱市场

一、国外市场西红柿酱需求分析

二、2004—2006年我国西红柿酱出口分析

三、我国西红柿酱出口受阻原因及解决对策

#### 第二节 胡椒、辣椒干货类调味品市场

一、我国胡椒生产和消费现状

二、我国胡椒的国际竞争力分析

三、影响我国胡椒国际竞争力的主要因素

#### 第三节 酱菜和酱类市场

一、国外调味酱市场分析与预测

二、我国酱菜市场状况

#### 第四节 方便面调味市场

#### 第五节 香料市场

#### 第六节 辣椒油和辣椒酱市场

#### 第七节 蚝油市场

### 第九章 中国调味品消费市场



## 第一节 调味品消费现状分析

## 第二节 调味品品牌对消费市场影响

## 第三节 调味品广告促销对消费市场影响

## 第四节 调味品定价对消费市场影响

# 第十章 消费者分析

## 第一节 中国居民调味品消费状况

### 一、历年中国人均食品费用支出及变化分析

### 二、中国居民饮食结构衍变

### 三、中国居民食品需求发展趋势

## 第二节 消费者行为分析

### 一、消费者细分

### 二、消费者购买食品渠道

### 三、消费者购买调味品心理

# 第十一章 2006年中国调味品市场竞争状况

## 第一节 2006年调味品战略集群分析

### 一、2006年中国调味品企业排名

### 二、2006年中国不同类别调味品十强企业排名

## 第二节 调味品市场竞争格局

## 第三节 调味品企业如何应对洋企业的入侵

# 第十二章 调味品销售渠道分析

## 第一节 传统调味品销售渠道——经销商分析

### 一、转型的必要性

### 二、转型的技巧

### 三、向何处转型

### 四、怎么转型

### 五、企业的定位

## 第二节 渠道售点定位分析——上海太太乐渠道研究

### 一、调味品消费渠道的售点细分

### 二、太太乐主要终端渠道的售点细分和定位

### 第三节 酱醋行业营销渠道分析

#### 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

## 第十三章 中国调味品业面临的危机及解决对策

### 第一节 调味品企业面临的危机及出路——福建企业重点分析

#### 一、调味品企业存在的问题

#### 二、调味品企业的出路

#### 三、福建食品企业危机解析及解决方案

### 第二节 海天酱油危机后的解决对策

### 第三节 亨氏苏丹红事件的危机公关

## 第十四章 中国调味品包装市场

### 第一节 中国调味品包装的历史机遇

### 第二节 国内调味品包装的主要形式及问题

## 第十五章 2006年中国宏观经济环境

### 第一节 固定资产投资增速趋缓

### 第二节 消费增速小幅加快

### 第三节 进出口增速继续回落，贸易顺差明显扩大

### 第四节 CPI增速小幅回落

### 第五节 工业增速有所回落

## 第十六章 中国调味品市场政策环境

### 第一节 中国调味品行业相关政策环境分析

#### 一、食品产业政策

#### 二、调味品行业新标准

#### 三、进口食品管理相关政策

### 第二节 “苏丹红”事件对我国调味品行业的影响

#### 一、“苏丹红”事件的发生对我国调味品市场发展提出的几个问题

#### 二、“苏丹红”事件给我国调味品行业带来的机会

### 三、“苏丹红”事件后各主要调味品市场分析

#### 第三节 WTO对中国调味品市场的影响

##### 一、入世后调味品行业如何做好贸易及对待贸易中的争端

##### 二、入世后我国调味品行业利弊分析

##### 三、入世后我国调味品行业采取的应对措施

##### 四、加入WTO后“洋”调味品企业的进攻策略

### 第十七章 中国调味品加工业技术环境分析

#### 第一节 酱油制曲过程探究

#### 第二节 原味纯鸡粉在鸡精（粉）中的应用

#### 第三节 中国固态发酵食醋工艺剖析

#### 第四节 “酶解”在调味料生产中的运用

### 第十八章 国际调味品市场回顾与展望

#### 第一节 日本调味料市场热点及展望

#### 第二节 韩国泡菜进出口分析

##### 一、韩国泡菜从我国进口状况分析

##### 二、韩国泡菜出口状况分析

#### 第三节 国际调味品业的发展趋势

##### 一、全球香料香精未来几年需求将大增

##### 二、国外加快发展微生物鲜味剂产业

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44382.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](http://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。