



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国调味品市场市场分析 及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2006年中国调味品市场市场分析及发展趋势研究报告》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/44413.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

### 引言

随着食品工业的迅速发展，人们生活水平的大幅度提高，我国的调味品工业获得了迅猛发展，在经济发达地区每消费10元的食品，其中就包含了1元的调味品消费。2004年中国调味品消费总值约为590亿元人民币，同比增长23%，是我国调味品产业发展最迅猛的一年。2005年全国规模以上食品企业产值总量持续快速增长。预计完成总产值20000亿元，同比增长25%。调味品市场呈现出新的格局，成为食品行业中新的经济增长点，发展前景非常广阔。

从2004年到2005年，调味品行业发生许多变化。2005年沸沸扬扬的“苏丹红一号”风波，使大量外地的调味品陷入困境，却为本土的调味品带来新的市场转机。新的行业标准颁布执行，市场准入制度逐渐建立。跨国食品公司大举收购国内调味品企业，国内企业间的并购也在增加，新的资本正纷纷进入调味品行业。一时间，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。

趋势预测：未来的五年内，调味品发酵行业将有较快的发展，如味精，预计五年内的产量在150万吨左右。预计随着食品业和餐饮业的发展，调味品、发酵制品行业将会在现有基础上有更快的发展。

本研究报告依据国家统计局、海关总署、中国消费者协会、中国调味品协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国调味品业的供给与需求状况、竞争格局、消费变化等进行了分析，并对调味品业的发展趋势与策略、重点城市的调味品业现状与趋势等方面进行了深入探讨。是调味品企业、经营调味品的相关企业和单位及计划投资于调味品的企业和个人等准确了解目前中国调味品市场发展动态，把握调味品行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的精品！

### 第一章 中国调味品行业相关定义及投资特性分析

## 第一节 调味品相关定义

### 一、调味品定义

### 二、调味品分类

### 三、调味品的品质与特性

## 第二节 调味品行业投资特性分析

### 一、行业发展周期

### 二、盈利性分析

### 三、要素密集性

### 四、行业进入壁垒

### 五、风险性分析

### 六、关联产业

## 第二章 国际调味品市场发展分析

### 第一节 欧美调味品行业发展分析

### 第二节 日本调味品市场发展分析

#### 一、日本酱油市场分析

#### 二、日本天然调味料发展分析

#### 三、日本味之素进军中国调味品市场

### 第三节 韩国调味品市场发展分析

#### 一、韩国调味品市场发展分析

#### 二、2005年中韩泡菜风波

### 第四节 国际调味品业的发展趋势分析

## 第三章 2005年中国调味品行业发展现状分析

### 第一节 中国调味品行业发展状况分析

### 第二节 2005年调味品制造业经营数据分析

## 第四章 中国调味品行业细分市场分析

### 第一节 酱油市场发展分析

#### 一、酱油市场概况

#### 二、2004-2005年酱油生产分析

#### 三、跨国公司进入酱油市场

#### 四、高档酱油生产分析

#### 五、酱油中的氯丙醇问题

#### 六、技术标准问题

#### 七、补铁酱油及其影响

#### 八、酱油新产品

### 第二节 味精市场发展分析

#### 一、2004-2005年味精生产分析

#### 二、味精行业发展与现状

#### 三、味精行业污染治理

### 第三节 食醋市场发展分析

### 第四节 鸡精市场发展分析

#### 一、鸡精市场发展分析

#### 二、鸡精标准的困境

### 第五节 其它调味品市场发展分析

#### 一、酱和酱菜类市场

#### 二、复合调味品

## 第五章 2005年中国调味品关联产业发展分析

### 第一节 2004-2005年餐饮业发展分析

#### 一、2004年餐饮业市场情况及主要特点分析

#### 二、2005年餐饮业市场情况及主要特点分析

### 第二节 2005年食品工业发展分析

### 第三节 2005年方便食品市场发展分析

### 第四节 调味品包装市场分析

## 第六章 2005-2006年中国调味品原辅料市场发展分析

### 第一节 2005-2006年我国大豆市场分析及展望

#### 一、2005年大豆市场情况分析

#### 二、2006年大豆市场展望

### 第二节 2005年-2006年我国小麦市场分析及展望

#### 一、2005年小麦市场情况分析

#### 二、2006年国内小麦市场展望

### 第三节 2005年-2006年我国玉米市场分析

#### 一、2005年玉米市场情况分析

#### 二、2006年我国玉米市场展望

### 第四节 2005年-2006年我国稻米市场分析

#### 一、2005年稻米市场情况分析

#### 二、2006年我国玉米市场展望

### 第五节 中国食品添加剂市场分析

#### 一、食品添加剂使用现状及存在的问题

#### 二、食品添加剂发展趋势分析

## 第七章 中国调味品业消费者分析

### 第一节 2005年我国经济总体运行状分析

### 第二节 中国人口及家庭结构分析

### 第三节 消费者收入分析

### 第四节 消费者口味偏好分析

#### 一、典型市场消费者口味分析

#### 二、中国的饮食习惯分析

#### 三、饮食方面的变化

#### 四、中国现代白领的饮食观念

#### 五、消费者最看重的因素

#### 六、对调味品发展趋势的影响

### 第五节 调味品消费分析

#### 一、消费者对调味品认知和购买种类

#### 二、消费者购买行为分析

#### 三、居民调味品消费支出分析

## 第八章 调味品及关联产业销售渠道分析

### 第一节 调味品家庭消费销售渠道分析

#### 一、渠道模式

#### 二、经销商的管理策略

#### 三、终端策略

#### 四、超市策略

## 五、零售业变化趋势

### 第二节 餐饮业市场渠道分析

#### 一、渠道特点

#### 二、渠道策略

#### 三、调味品专卖店

### 第三节 其他营销组合分析

#### 一、产品策略

#### 二、促销策略

#### 三、包装策略

#### 四、价格策略

## 第九章 调味品市场竞争格局分析

### 第一节 典型区域市场分析

#### 一、北京市场

#### 二、上海市场

#### 三、重庆市场

#### 四、郑州市场

### 第二节 调味品竞争格局分析

#### 一、竞争格局特点

#### 二、竞争格局发展趋势

## 第十章 主要调味品企业分析

### 第一节 江苏恒顺醋业股份有限公司

### 第二节 河南莲花味精股份有限公司

### 第三节 佛山市海天调味食品有限公司

### 第四节 北京王致和食品集团有限公司

### 第五节 石家庄珍极酿造集团

### 第六节 上海太太乐调味品有限公司

## 第十一章 调味品行业的发展趋势和策略

### 第一节 行业发展趋势

### 第二节 我国调味品消费市场发展趋势分析

- 一、多样化
- 二、高档化
- 三、方便化
- 四、复合化
- 五、营养化

第三节 调味品包装市场发展趋势分析

第四节 调味品行业的SWOT分析

第五节 调味品企业的竞争策略

## 部分图表目录

图表 2001-2005年国内生产总值与增长速度

图表 2005年居民消费价格比上年上涨情况

图表 2005年主要农产品产量

图表 2001-2005年国内粮食产量与增长速度

图表 2001-2005年社会消费品零售总额与增长速度

图表 2005年全部金融机构本外币存贷款情况

图表 2001-2005年城乡居民人民币储蓄存款余额与增长速度

图表 2005年人口主要构成情况

图表 2001-2005年城乡居民生活改善情况

图表 中国调味品协会产品十强品牌企业

图表 2005年1-11月份餐饮业零售额

图表 2005年1-12月全国方便面产量统计

图表 2005年1-12月全国方便食品制造业经济指标

图表 2005/06年度中国大豆供需平衡分析

图表 2005/06年度中国豆粕供需平衡分析

图表 2002-2005年我国豆粕出厂价格示意图

图表 2005/06年度中国玉米供需平衡分析

图表 2002-2005年玉米产、销区价格示意图

图表 2005年1-12月份全国调味品、发酵制品制造业经济指标（1）

图表 2005年1-12月份全国调味品、发酵制品制造业经济指标（2）

图表 2005年1-12月份全国调味品、发酵制品制造业经济指标（3）

图表 2005年1-12月份全国调味品、发酵制品制造业经济指标（4）



图表 2005年1-12月份全国酱油产量情况

图表 2005年全国及各省酱油产量情况

图表 2005年1-12月份全国味精产量情况

图表 2005年全国及各省味精产量情况

图表 2005年1-12月份酱油主要生产省市广东省按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份酱油主要生产省市山东省按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份酱油主要生产省市湖南省按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份酱油主要生产省市上海市按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份味精主要生产省市河北省按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份味精主要生产省市江苏省按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份味精主要生产省市浙江省按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份味精主要生产省市山东省按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份味精主要生产省市河南省按月产量及增长情况

图表 2005年1-12月份味精主要生产省市广东省按月产量及增长情况

图表 十大城市居民春节采购食品最注重的因素

图表 十大城市居民春节消费的调味品

图表 酱油品牌提及率

图表 鸡精市场品牌占有率

图表 单个家庭每月购买调味品花费

图表 消费者购买调味品的价格分布

图表 现有调味品的包装缺点

图表 调味品广告的最佳方式

图表 现有调味品的不足之处

图表 北京调味品市场调查品牌提及率

图表 北京人最喜欢的中餐菜系

图表 不同年龄口味偏好

图表 不同性别菜系的选择

图表 消费者最喜欢吃的其它调味品

图表 消费者使用调味品的主要场合和时间

图表 消费者对调味品的利益认知

图表 最喜爱吃调味品的性别年龄分布

图表 消费者购买时最关注的因素

图表 消费者购买鸡精因素分析图表 消费者需要的调味品

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44413.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。