



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国调味品市场分 析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2009-2010年中国调味品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/55832.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

2009-2010年中国调味品市场分析及发展趋势研究报告

目录

第一章 调味品相关概念及行业特点 1

第一节 调味品的概念及分类 1

一、调味品的概念 1

二、调味品分类 1

三、调味品的感官特征与市场特性 2

四、不同调味品的鉴别方法 3

第二节 我国调味品行业基本特点 7

一、市场集中度较低 7

二、市场竞争激烈 8

三、品牌效应显现 9

四、消费形态多样化 9

第二章 国际调味品市场分析 10

第一节 欧美市场 10

一、欧美食醋概述 10

二、欧洲部分著名品牌食醋 12

三、美国酱油需求日益增加 14

四、欧美酱油耗量是中国的三倍 14

第二节 韩国泡菜市场 15

一、韩国泡菜介绍 15

二、2008年韩国泡菜市场分析 15

三、韩国泡菜向世界进军 16

四、韩国调味品市场潜力分析 17

五、对韩国泡菜产业发展的借鉴 17

第三节 日本市场 20

一、日本人对调味品的要求 20

二、日本酱油概述 22

三、日本黑醋销量增加 26

四、日本功能醋介绍 27

五、日本谷类及调味品进口情况 28

第四节 中国台湾市场 29

一、台湾调味品市场 29

二、台湾酱油生产工艺及设备特点 30

三、台湾酱油的标准制定与管理 31

四、台湾调味品产业对大陆的启示 32

第三章 中国调味品市场分析 33

第一节 我国调味品行业发展概况 33

一、产品产量呈持续增长 33

二、产品结构调整较快 33

三、生产工艺、技术条件不断提高 33

四、实施名牌战略，形成企业集团 34

五、我国调味品业的竞争格局 34

第二节 2008年全国调味品、发酵制品制造业经济指标 36

第三节 中国调味品市场分析 44

一、我国调味品市场的概况 44

二、中国调味品产业变化 48

三、问题与机会并存 50

四、中国调味品市场发展建议 51

五、中国调味品市场潜力巨大 52

六、中国调味品市场发展展望 53

第四节 “苏丹红”对我国调味品市场的影响 54

一、苏丹红概念 54

二、“苏丹红”导致外国品牌在中国的信任危机 55

三、“苏丹红”对湖南调味品行业的影响 56

四、“苏丹红”搅乱的辽宁省调味品市场 57

五、“苏丹红”引发的食品安全思考 58

第四章 酱油市场分析 60

第一节 酱油行业发展情况 60

- 一、中国酱油业现状 60
- 二、海天酱油的成功经验 62
- 三、我国酱油工业化的发展之路 64

第二节 酱油市场发展动态 67

- 一、我国酱油市场巨大 67
- 二、酱油市场面临新格局 68
- 三、“珠江桥”酱油开发内销市场 70
- 四、上海钱万隆酱油市场价格一览表 71
- 五、市场将由合格酱油主导 72
- 六、新指标对酱油市场的影响 73

第三节 部分酱油消费产区市场分析 74

- 一、桂林市瓶装酱油市场分析 74
- 二、郑州酱油市场分析 81
- 三、广东酱油市场大品牌竞争激烈 83
- 四、四川省工商局酱油抽检情况 84

第四节 铁强化酱油 85

- 一、铁强化酱油强势出场 85
- 二、铁强化酱油普及受困原因分析 86
- 三、铁强化酱油的推广对酱油行业的影响 87
- 四、未来铁强化酱油推广前景 89

第五节 酱油的发展前景与趋势 90

- 一、我国出产的酱油新产品 90
- 二、中国酱油市场竞争格局及发展趋势 91
- 三、21世纪酱油调味品的发展方向 94

第五章 食醋市场分析 95

第一节 食醋行业概述 95

- 一、我国食醋文化介绍 95
- 二、食醋企业发展现状探究 95
- 三、中国食醋名牌产品 99
- 四、我国食醋行业发展策略探讨 99

第二节 食醋市场动态 102

- 一、 阎中工商质监共同净化食醋市场 102
- 二、 忻州食醋市场分析 102
- 三、 食醋市场向复合型方向发展 103
- 四、 河南省天冠食醋配置标准规范全国市场 105

第三节 山西老陈醋产业分析 108

- 一、 山西陈醋产业发展历程 108
- 二、 陈醋激烈的市场竞争环境 109
- 三、 老陈醋产业所面对的营销难题 110
- 四、 千年陈醋的核心价值 112

五、老陈醋突围的5大策略 112

第四节 食醋技术与工艺介绍 115

- 一、 我国目前食醋酿造技术概况 115
- 二、 高效综合发酵剂将取代传统天然发酵 115
- 三、 醋渣循环使用技术进展 116
- 四、 生料制醋工艺 117
- 五、 固态发酵法生产食醋技术 118
- 六、 液态发酵食醋的发展方向 119

第六章 味精市场分析 120

第一节 我国味精行业发展情况 120

- 一、 我国味精行业概述 120
- 二、 降低味精原料的进口成本 122
- 三、 全国味精产量分析 123
- 四、 全国味精行业主要经济技术指标 123

第二节 市场动态分析 129

- 一、 2008年味精产品质量抽查结果分析 129
- 二、 2008年味精抽样质检结果分析 131
- 三、 2008年味精进出口情况 132
- 四、 我国味精市场空间巨大 132
- 五、 味精市场前景展望 133

第三节 味精行业存在的问题及建议 135

- 一、江苏味精市场不规范 135
- 二、味精企业面临的挑战 135
- 三、我国味精生产行业问题的原因 136
- 四、红梅集团应对入世策略借鉴 137
- 五、味精选购和使用的方法建议 139
- 第四节 最新生产技术发展趋势 141
 - 一、工艺技术进展情况 141
 - 二、国外味精工艺技术优势 142
 - 三、生产技术发展方向 143

第七章 鸡精市场分析 146

第一节 鸡精行业发展情况 146

- 一、鸡精行业概述 146
- 二、鸡精产业化发展历程 147
- 三、中国鸡精行业标准分析 148
- 四、鸡精行业标准出台的背景及其影响 150
- 五、鸡精产业应宣传鲜味科学 153

第二节 市场分析 154

- 一、行业市场概述 154
- 二、鸡精市场品牌竞争状况 154
- 三、区域市场分析 156
- 四、消费者分析 157
- 五、竞争对手分析 158
- 六、优势劣势与威胁机会分析 158

第三节 上海太太乐鸡精销售分析 161

- 一、太太乐确定发展新目标 161
- 二、调味品消费渠道的售点细分 162
- 三、餐饮渠道的售点细分和定位 163
- 四、零售渠道的售点细分和定位 168
- 五、太太乐的终端促销 169

第四节 鸡精市场发展建议 174

- 一、严格执行行业标准 174

- 二、诚信生产，科学消费鸡精 174
- 三、对消费进行指导 175
- 四、完善管理体制，提高产品质量 175

第五节 鸡精市场发展前景 176

- 一、鸡精消费市场潜力巨大 176
- 二、鸡精调味料市场前景广阔 177
- 三、金宫火锅鸡精引发调味革命 179

第八章 其他调味品市场 180

第一节 辣椒市场分析 180

- 一、中国辣椒品种及市场概况 180
- 二、2008年辣椒价格分析 181
- 三、辣椒种植面积对价格的影响 182
- 四、辣椒食品的国内外市场前景广阔 182

第二节 胡椒市场分析 183

- 一、胡椒的价值介绍 183
- 二、越南胡椒在世界市场上有优势 183
- 三、中国胡椒生产概况 184
- 四、2008年胡椒及其制品的出口分析 185
- 五、2008年胡椒及其制品的进口分析 187
- 六、我国胡椒生产中遇到的主要问题 188
- 七、我国胡椒产业的发展对策 190

第三节 花椒市场分析 192

- 一、花椒介绍 192
- 二、花椒种类和主要优良品种 193
- 三、重庆花椒调味品需求量倍增的原因 197
- 四、重庆花椒成功入驻日韩市场 198
- 五、种植花椒的经济效益前景分析 199

第四节 番茄酱市场分析 204

- 一、国际番茄酱的生产和市场状况 204
- 二、中国番茄酱出口欧盟市场分析 206
- 三、国际市场紧俏促使我国番茄酱价格上涨 208

第五节 罂粟调味料市场分析 209

一、罂粟籽成为调味品的可能性分析 209

二、罂粟籽调味品能否进入市场 210

三、罂粟籽调味品前途未卜 210

第九章 消费产区分析 212

第一节 北京市场分析 212

一、北京市调味品市场综合调查分析 212

二、北京的老牌调味料产品市场扩大 215

三、北京酱油、食醋质量监督抽查情况 216

四、北京研制出新型纯天然调味品——虾精粉 217

第二节 上海市场分析 218

一、上海调味品各品牌市场销售情况 218

二、2008年上海地区调味品市场排名 218

三、上海调味品市场分析及发展趋势研究报告 221

四、上海调味品消费市场发展新趋势 222

第三节 郑州市场分析 224

第四节 山东市场分析 225

第五节 武汉市场 228

一、武汉市场优势和特点 228

二、武汉调味品市场背景分析 231

三、武汉市场的竞争格局分析 233

四、武汉市消费者分析 234

五、武汉市场渠道分析 235

六、武汉市场的推广特点 236

七、武汉市场的发展机遇与前景 238

第十章 原料市场分析 240

第一节 大豆 240

一、2008年我国大豆减产 240

二、传统非转基因大豆面临巨大商机 240

第二节 小麦 242

- 一、中国2008年小麦市场供求形势分析 242
- 二、中国2008年小麦市场影响因素及价格分析 243
- 三、中国2008年度小麦市场趋势分析 244
- 四、中央政策对小麦市场的影响 247

第三节 玉米 250

- 一、2008年玉米市场分析 250
- 二、国内玉米市场走势的因素分析 257
- 三、2008年国内玉米产区生产情况分析 259
- 四、未来几年我国玉米供需分析 261

第四节 稻米 262

- 一、稻米市场总量平衡情况 262
- 二、2008年稻米市场行情分析 263
- 三、2008年稻米市场热点解析 273
- 四、后市关注热点 275
- 五、北京市储备粮竞价交易情况： 277

第十一章 相关产业 278

第一节 调味品包装 278

- 一、各类调味品的包装现状 278
- 二、调味品包装新趋势 280

第二节 餐饮业 283

- 一、雀巢成功进入中国的调味品市场 283
- 二、餐饮业市场化的思考和展望 284
- 三、21世纪我国的餐饮业 292

第三节 方便食品 297

- 一、市场发展概况 297
- 二、方便面市场分析 298
- 三、方便食品市场扩容 300
- 四、方便食品发展趋势 302

第十二章 主要企业 307

第一节 海天调味品公司 307

一、企业介绍	307
二、海天成功因素分析	308
三、海天打造世界酱油生产基地	309
第二节 河南莲花味精股份有限公司	311
一、公司介绍	311
二、公司经营状况分析	312
三、企业经营策略	314
四、前景广阔	316
第三节 豪吉集团	318
一、公司简介	318
二、豪吉鸡精质量过关	319
第四节 亨氏集团	320
一、亨氏集团进军我国的调味品市场	320
二、亨氏集团借助餐饮业进入调味品市场	320
三、亨氏收购达能主要针对中国调味品	321
四、“苏丹红”对亨氏的影响	323
第十三章 调味品市场投资分析及市场发展趋势研究报告	326
第一节 中国调味品行业的SWOT分析	326
一、中国调味品行业的优势	326
二、中国调味品行业的劣势	328
三、中国调味品行业的机遇	331
四、中国调味品行业的挑战	334
第二节 投资风险分析	336
一、技术风险	336
二、市场风险	336
三、企业税负	336
四、政策风险	337
第三节 投资前景展望	338
一、外资激活我国调味品市场竞争环境	338
二、调味品食品工业新的增长亮点	339
三、调味品产业发展的前景广阔	340

第四节 企业投资策略 341

- 一、打造突出品牌 341
- 二、建立健全各项规章制度 341
- 三、最大限度地调动人的积极性 342
- 四、重视企业的创新意识突出企业的自我个性 342
- 五、建立崭新的营销网络体系 343
- 六、营造独一无二的品牌文化 343
- 七、建立根据地战略产生基地聚变效应 344

第十四章 法规政策 345

- 第一节 食醋卫生标准 345
- 第二节 食醋生产许可证审查细则 348
- 第三节 味精工业污染物排放标准 352
- 第四节 酿造酱油 353
- 第五节 鸡精调味料行业标准 356

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/55832.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。