

2017-2022年中国调味品行业市场运行态势及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国调味品行业市场运行态势及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/307871.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

调味品主要是指香草和香料。香草是各种植物的叶子。它们可以是新鲜的、风干的或磨碎的。香料是植物的种子、花蕾、果实、花朵、树皮和根。香料的味道比香草浓烈得多。有些情况下，一种植物既能用于生产香草又能用于生产香料。有些调味品由多种香料混合而成（例如红辣椒粉），或者由多种香草混合而成（例如调味袋）。在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于改善食物的味道并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。

目前，中国的区域调味品品牌，已经形成特色的有粤系调味品、川系调味品和沪系调味品等。部分地方区域品牌通过占领大的品类、通过大路产品进行产品上的创新、在营销方式上创新，以及在产品包装上的方便性，或产品给消费者所带来的方便性，利用新的利益点来取得突破，拓展全国市场。

2015年我国调味品企业区域分布

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 调味品相关概述

1.1 调味品的概念

1.1.1 调味品定义

1.1.2 我国调味产品体系

1.1.3 调味的基本原理

1.2 调味品的分类

1.2.1 根据调味品呈味感觉分类

中国调味品分类占比

1.2.2 根据调味品成品形状分类

1.2.3 根据调味品商品性质及经营习惯分类

1.2.4 根据我国调味品的历史沿革分类

1.3 调味品相关介绍

1.3.1 调味品的感官特征

1.3.2 调味品的市场特征

1.3.3 几种主要调味品的特性

第二章 2014-2016年国际调味品市场分析

2.1 欧美调味品市场

2.1.1 西欧调味品市场概述

2.1.2 欧美调味品行业政策体系

2.1.3 欧美调味品行业发展趋势

2.1.4 加拿大进口调味品市场分析

2.1.5 欧美食醋消费发展概况

2.1.6 俄罗斯调味品市场简析

2.2 日本调味品市场

2.2.1 日本天然调味料市场扩张

2.2.2 日本酱油市场发展概况

2.2.3 日本复合调味品介绍

2.2.4 中国调味品进入日本市场

2.3 韩国调味品市场

2.3.1 韩国泡菜的发展及地位

2.3.2 中韩两国泡菜贸易分析

2.3.3 韩国加强调味品企业监管

2.3.4 韩国泡菜发展的成功经验

2.4 中国台湾调味品市场

2.4.1 台湾调味品行业概况

2.4.2 台湾酱油行业生产状况

2.4.3 台湾酱油的标准与品质

2.4.4 台湾酱油类产品新标准发布

2.5 其他国家

2.5.1 印度辣椒生产简况

2.5.2 泰国调味品市场综述

2.5.3 越南胡椒市场发展规模

第三章 2014-2016年中国调味品行业发展分析

3.1 中国调味品行业发展综述

3.1.1 调味品行业发展回顾

3.1.2 调味品行业发展特点

3.1.3 调味品生产模式改造

- 3.1.4 行业高速发展的驱动力
- 3.1.5 调味品标准体系渐趋完善
- 3.2 2014-2016年中国调味品行业运行状况
 - 3.2.1 2014年调味品行业发展规模
 - 3.2.2 2015年调味品市场运行状况
 - 3.2.3 2016年调味品市场发展形势
- 3.3 2014-2016年调味品市场格局分析
 - 3.3.1 调味品市场特征分析
 - 3.3.2 调味品市场区域格局
 - 3.3.3 调味品市场集中度分析
 - 3.3.4 高端调味品市场潜力
 - 3.3.5 调味品消费特征分析
 - 3.3.6 西餐调味品市场蓬勃发展
- 3.4 2014-2016年调味品行业竞争分析
 - 3.4.1 调味品市场竞争格局分析
 - 3.4.2 调味品行业面临的整合形势
 - 3.4.3 调味品企业竞争力提升策略
 - 3.4.4 调味品区域品牌竞争策略
 - 3.4.5 中小调味品企业竞争策略
- 3.5 调味品包装分析
 - 3.5.1 调味品包装发展概况
 - 3.5.2 调味品包装消费需求分析
 - 3.5.3 包装成为调味品行业发展动力
 - 3.5.4 调味品包装运用中存在的问题
 - 3.5.5 塑料软管包装成调味品包装新趋势
- 3.6 调味品业存在的问题及对策
 - 3.6.1 调味品行业存在的问题
 - 3.6.2 调味品行业发展的误区
 - 3.6.3 促进调味品业发展的对策
 - 3.6.4 调味品行业结构调整策略
 - 3.6.5 调味品企业须加强品牌建设

第四章 中国调味品、发酵制品行业财务状况

- 4.1 中国调味品、发酵制品行业经济规模
 - 4.1.1 2011-2015年调味品、发酵制品业销售规模

- 4.1.2 2011-2015年调味品、发酵制品制造业利润规模
- 4.1.3 2011-2015年调味品、发酵制品制造业资产规模
- 4.2 中国调味品、发酵制品制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2011-2015年调味品、发酵制品制造业亏损面
 - 4.2.2 2011-2015年调味品、发酵制品制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2011-2015年调味品、发酵制品制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2011-2015年调味品、发酵制品制造业销售利润率
- 4.3 中国调味品、发酵制品制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2011-2015年调味品、发酵制品制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2011-2015年调味品、发酵制品制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2011-2015年调味品、发酵制品制造业总资产周转率
- 4.4 中国调味品、发酵制品制造行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2011-2015年调味品、发酵制品制造业资产负债率
 - 4.4.2 2011-2015年调味品、发酵制品制造业利息保障倍数
- 4.5 中国调味品、发酵制品制造行业财务状况综合评价
 - 4.5.1 调味品、发酵制品制造业财务状况综合评价
 - 4.5.2 影响调味品、发酵制品制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2014-2016年酱油行业分析

- 5.1 酱油概述
 - 5.1.1 酱油的概念
 - 5.1.2 酱油的分类
 - 5.1.3 酱油的营养成分
 - 5.1.4 酱油的生产工艺及流程
- 5.2 2014-2016年中国酱油行业运行状况
 - 5.2.1 酱油行业发展环境
 - 5.2.2 中日酱油行业比较
 - 5.2.3 酱油行业发展规模
 - 5.2.4 传统企业面临困境
 - 5.2.5 酱油企业发展策略
 - 5.2.6 新兴酱油产品介绍
- 5.3 2014-2016年中国酱油产量数据分析
 - 5.3.1 2014-2016年全国酱油产量趋势
 - 5.3.2 2014年全国酱油产量情况
 - 5.3.3 2015年全国酱油产量情况

- 5.3.4 2015年酱油产量分布情况
- 5.3.5 2016年全国酱油产量情况
- 5.4 2014-2016年中国酱油市场格局分析
 - 5.4.1 人均消费规模
 - 5.4.2 酱油消费趋势
 - 5.4.3 酱油品牌格局
 - 5.4.4 新进入者分析
 - 5.4.5 高端市场格局
 - 5.4.6 儿童有机酱油
- 5.5 2014-2016年部分地区酱油市场分析
 - 5.5.1 河南酱油市场
 - 5.5.2 湖北酱油市场
 - 5.5.3 山西酱油市场
 - 5.5.4 潮汕地区酱油市场
 - 5.5.5 四川德阳酱油市场
- 5.6 铁强化酱油推广分析
 - 5.6.1 铁强化酱油推广计划
 - 5.6.2 “铁酱油”推广进展
 - 5.6.3 铁酱油推广引发的争议
 - 5.6.4 浙江铁酱油推广成效
 - 5.6.5 铁酱油符合发展趋势

第六章 2014-2016年食醋行业分析

- 6.1 食醋概述
 - 6.1.1 食醋的概念
 - 6.1.2 食醋的分类
 - 6.1.3 食醋的生产工艺
 - 6.1.4 世界名醋特色简介
- 6.2 2014-2016年中国食醋行业发展分析
 - 6.2.1 中国四大名醋介绍
 - 6.2.2 食醋行业运行现状
 - 6.2.3 食醋品牌影响力分析
 - 6.2.4 果醋市场发展分析
 - 6.2.5 中小食醋企业现状分析
- 6.3 2014-2016年山西食醋行业发展分析

6.3.1 山西老陈醋的生产工艺和产品特色

6.3.2 山西省食醋行业的运行特征

6.3.3 山西省太原市食醋发展规划

6.3.4 山西省清徐县食醋产业现状

6.3.5 山西省食醋行业存在的问题

6.3.6 山西省食醋产业发展的对策建议

6.3.7 山西老陈醋产业的未来发展方向

6.4 中国食醋行业存在问题及对策

6.4.1 食醋行业发展中存在的主要问题

6.4.2 中国食醋行业发展的乱象剖析

6.4.3 促进食醋业健康发展的措施建议

6.5 中国食醋行业技术与工艺介绍

6.5.1 中国食醋酿造技术概况

6.5.2 固态发酵法生产食醋技术

6.5.3 食醋酿造技术的革新与发展

6.5.4 我国食醋酿造技术发展趋势

第七章 2014-2016年味精行业发展分析

7.1 味精概述

7.1.1 味精的概念

7.1.2 味精的使用

7.1.3 味精的发展阶段

7.2 2014-2016年中国味精行业发展分析

7.2.1 味精行业发展现状分析

7.2.2 味精行业产业格局分析

7.2.3 味精行业未来发展趋势

7.3 2014-2016年味精市场发展分析

7.3.1 味精市场运行现状

7.3.2 味精市场消费渠道

7.3.3 味精市场需求分析

7.3.4 味精市场进出口现状

7.4 中国味精行业存在的问题及对策

7.4.1 味精生产企业面临的困境分析

7.4.2 味精产业持续发展的对策建议

7.4.3 味精行业须加强观念及技术创新

7.4.4 梅花味精的战略转型策略思考

7.5 味精生产技术发展探析

7.5.1 味精工艺技术进展情况

7.5.2 国内与国际生产技术比较

7.5.3 味精生产技术的发展方向

第八章 2014-2016年鸡精（鸡粉）行业发展分析

8.1 2014-2016年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

8.1.1 中国鸡精（鸡粉）行业发展状况

8.1.2 我国鸡精行业发展的基本特点

8.1.3 我国启动鸡精行业国标制定

8.1.4 我国鸡粉行业发展潜力巨大

8.2 2014-2016年鸡精市场发展分析

8.2.1 我国鸡精市场发展综述

8.2.2 鸡精（鸡粉）市场发展特点

8.2.3 国内鸡精市场的总体格局

8.2.4 鸡精市场消费群体分析

8.2.5 鸡精企业营销模式分析

8.2.6 农村鸡精市场潜力巨大

8.3 中国鸡精行业SWOT分析

8.3.1 优势（Strength）

8.3.2 劣势（Weakness）

8.3.3 机遇（Opportunity）

8.3.4 威胁（Threats）

8.4 鸡精（鸡粉）行业生产技术及工艺

8.4.1 鸡精（鸡粉）生产配方及检验标准

8.4.2 鸡精的生产配料

8.4.3 鸡精生产工艺

8.4.4 肉香型鸡精生产新工艺

8.4.5 鸡精生产技术发展趋势

第九章 2014-2016年其他调味品市场分析

9.1 番茄酱

9.1.1 世界番茄酱行业发展现状

9.1.2 中国番茄酱行业发展现状

- 9.1.3 我国番茄酱出口贸易状况分析
- 9.1.4 番茄酱加工业成本高亟待改善
- 9.1.5 我国番茄酱行业发展策略建议
- 9.2 胡椒
 - 9.2.1 中国胡椒生产概况
 - 9.2.2 海南省胡椒产业运行现状
 - 9.2.3 我国胡椒生产中遇到的主要问题
 - 9.2.4 影响中国胡椒国际竞争力的因素
 - 9.2.5 提升中国胡椒产品国际竞争力的建议
- 9.3 复合调味料
 - 9.3.1 复合调味品市场主要产品
 - 9.3.2 复合调味品积极开发鲜类市场
 - 9.3.3 复合调味品市场占有率较低的原因
 - 9.3.4 复合调味品企业须增强精品意识
 - 9.3.5 复合调味品发展呈现的趋势
- 9.4 香辛料
 - 9.4.1 调味品领域的几种主要香辛料
 - 9.4.2 我国香辛料加工行业概况
 - 9.4.3 香辛料调味品开发应注意的问题
 - 9.4.4 发展香辛料行业的对策
- 9.5 酱腌菜
 - 9.5.1 酱腌菜行业标准分析
 - 9.5.2 酱腌菜行业分销渠道存在的问题
 - 9.5.3 酱腌菜的质量问题及对策

第十章 2014-2016年调味品主要消费地区分析

- 10.1 上海
 - 10.1.1 上海调味品制造业概述
 - 10.1.2 上海调味品市场发展趋势
 - 10.1.3 上海调味品行业相关规范
- 10.2 郑州
 - 10.2.1 郑州调味品市场概况
 - 10.2.2 郑州调味品市场竞争态势
 - 10.2.3 郑州调味品市场渠道分布及特征
 - 10.2.4 郑州调味品市场消费渠道分析

10.3 武汉

10.3.1 武汉调味品市场的竞争格局

10.3.2 武汉调味品市场消费者分析

10.3.3 武汉调味品市场的推广特点

10.3.4 武汉调味品龙头企业被收购

10.4 重庆

10.4.1 重庆市调味品产业规模现状

10.4.2 重庆市调味品市场产品格局

10.4.3 重庆市调味品市场竞争态势

10.4.4 重庆市火锅底料品类繁多

10.5 其他

10.5.1 江苏调味品市场

10.5.2 广东调味品市场

10.5.3 湖北调味品市场

10.5.4 青岛调味品市场

第十一章 2014-2016年中国调味品行业进出口数据分析

11.1 2014-2016年中国调味品进出口总量数据分析

11.1.1 2014-2016年进口分析

11.1.2 2014-2016年出口分析

11.1.3 2014-2016年贸易现状分析

11.1.4 2014-2016年贸易顺逆差分析

11.2 2014-2016年主要贸易国调味品进出口情况分析

11.2.1 2014-2016年主要贸易国进口市场分析

11.2.2 2014-2016年主要贸易国出口市场分析

11.3 2014-2016年主要省市调味品进出口情况分析

11.3.1 2014-2016年主要省市进口市场分析

11.3.2 2014-2016年主要省市出口市场分析

第十二章 2014-2016年调味品原料市场分析

12.1 大豆

12.1.1 我国大豆种植面积

12.1.2 大豆供需平衡分析

12.1.3 大豆市场价格走势

12.1.4 大豆进口贸易分析

12.1.5 大豆产业改革思路

12.1.6 大豆产业发展建议

12.2 小麦

12.2.1 中国小麦种植状况

12.2.2 小麦市场运行特征

12.2.3 小麦市场供需态势

12.2.4 小麦市场价格走势

12.2.5 小麦市场交易分析

12.2.6 影响小麦价格的因素

12.3 玉米

12.3.1 玉米市场供需分析

12.3.2 玉米市场价格走势

12.3.3 玉米收储及拍卖规模

12.3.4 玉米进出口贸易分析

12.3.5 玉米生产发展趋势

12.4 稻米

12.4.1 稻米市场供需分析

12.4.2 稻米市场价格走势

12.4.3 稻米市场政策解读

12.4.4 稻米期货市场分析

12.4.5 稻米市场前景展望

第十三章 2014-2016年调味品相关行业发展分析

13.1 餐饮业

13.1.1 我国餐饮行业发展特征

13.1.2 2014年餐饮业运行状况

13.1.3 2015年餐饮业发展形势

13.1.4 规范餐饮业经营管理

13.1.5 餐饮行业发展趋势

13.2 方便食品市场

13.2.1 方便食品市场不断扩张

13.2.2 方便食品行业效益分析

13.2.3 方便食品行业发展格局

13.2.4 国内方便面市场竞争激烈

13.2.5 速冻食品行业影响因素

13.2.6 方便食品行业前景展望

13.3 食品添加剂

13.3.1 食品添加剂行业规模

13.3.2 食品添加剂政策解读

13.3.3 食品添加剂行业监管

13.3.4 食品添加剂发展方向

第十四章 2014-2016年调味品行业营销分析

14.1 中国调味品行业的营销渠道

14.1.1 家庭消费渠道分析

14.1.2 餐饮业渠道分析

14.2 调味品行业消费者分析

14.2.1 消费者如何认定产品品质

14.2.2 消费者是怎么看待品牌

14.2.3 消费结构与使用的理由

14.3 调味品行业经销商分析

14.3.1 调味品经销商简述

14.3.2 大型调味品经销商的经营特点

14.3.3 调味品经销商逐步转型

14.3.4 家族式调味品经销商发展策略

14.4 以太太乐为例分析调味品售点营销模式

14.4.1 主要终端渠道的售点细分和定位

14.4.2 餐饮渠道的售点细分和定位

14.4.3 零售渠道的售点细分和定位

14.5 调味品行业营销案例分析

14.5.1 华南调味品市场营销策略大战

14.5.2 梅花味精的绿色营销

14.5.3 加加酱油凭借独特成就经典

14.5.4 “年份调味品”营销策略的误区

14.6 调味品行业营销策略

14.6.1 调味品行业品牌营销的基本原则

14.6.2 调味品市场中小企业的营销策略

14.6.3 调味品市场弱势品牌的终端营销

14.6.4 调味品行业的数据库营销策略

第十五章 2014-2016年调味品行业重要企业分析

15.1 江苏恒顺醋业股份有限公司

15.1.1 企业发展概况

15.1.2 经营效益分析

15.1.3 业务经营分析

15.1.4 财务状况分析

15.1.5 未来前景展望

15.2 河南莲花味精股份有限公司

15.2.1 企业发展概况

15.2.2 经营效益分析

15.2.3 业务经营分析

15.2.4 财务状况分析

15.2.5 未来前景展望

15.3 加加食品集团股份有限公司

15.3.1 企业发展概况

15.3.2 经营效益分析

15.3.3 业务经营分析

15.3.4 财务状况分析

15.3.5 未来前景展望

15.4 佛山市海天调味食品股份有限公司

15.4.1 企业发展概况

15.4.2 经营效益分析

15.4.3 业务经营分析

15.4.4 财务状况分析

15.4.5 未来前景展望

15.5 梅花生物科技集团股份有限公司

15.5.1 企业发展概况

15.5.2 经营效益分析

15.5.3 业务经营分析

15.5.4 财务状况分析

15.5.5 未来前景展望

15.6 上市公司财务比较分析

15.6.1 盈利能力分析

15.6.2 成长能力分析

15.6.3 营运能力分析

15.6.4 偿债能力分析

15.7 其它生产企业介绍

15.7.1 上海太太乐食品有限公司

15.7.2 广东美味鲜调味食品有限公司

15.7.3 王守义十三香调味品集团有限公司

15.7.4 北京王致和食品集团有限公司

15.7.5 四川豪吉食品有限公司

第十六章 调味品行业发展趋势与前景预测

16.1 中国调味品行业未来发展趋势

16.1.1 调味品行业发展趋势

16.1.2 调味品行业生产趋势

16.1.3 调味品行业发展方向

16.1.4 调味品未来竞争趋势

16.2 中国调味品行业发展前景预测

16.2.1 调味品行业增长空间巨大

16.2.2 调味品市场发展前景展望

16.2.3 “顿包装”调味品前景看好

16.2.4 国产调味品市场前景乐观

16.3 2017-2022年中国调味品、发酵制品制造业前景预测

16.3.1 2017-2022年中国调味品、发酵制品行业发展形势分析

16.3.2 2017-2022年中国调味品、发酵制品行业销售规模预测

16.3.3 2017-2022年中国调味品、发酵制品行业利润规模预测

16.3.4 2017-2022年中国调味品、发酵制品行业资产规模预测

16.4 中国调味品细分市场前景展望

16.4.1 天然复合调味料前景

16.4.2 复合调味品发展方向

16.4.3 酱油行业前景预测

16.4.4 味精行业前景展望

16.4.5 鸡精酱油市场前景

16.4.6 高档鸡精产品前景

附录

附录一：酿造酱油标准

附录二：食醋生产许可证审查细则

附录三：味精行业标准技术指标

附录四：鸡精行业标准技术指标

附录五：调味品卫生管理办法

图表目录：

图表 中国调味产品体系表

图表 2011-2015年我国调味品行业资产规模

图表 2014年我国调味品行业不同序列职位薪酬水平

图表 2014年我国调味品行业生产线职位薪酬水平

图表 国家食品药品监督管理总局调味品抽检的不合格产品信息

图表 2011-2015年调味品、发酵制品制造业销售收入

图表 2011-2014年调味品、发酵制品制造业销售收入增长趋势图

图表 2013-2014年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业销售额

图表 2014年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2015年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业销售额

图表 2015年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2011-2015年调味品、发酵制品制造业利润总额

图表 2011-2014年调味品、发酵制品制造业利润总额增长趋势图

图表 2013-2014年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业利润总额

图表 2015年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业利润总额

图表 2015年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2011-2015年调味品、发酵制品制造业资产总额

图表 2011-2014年调味品、发酵制品制造业总资产增长趋势图

图表 截至2015年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2015年调味品、发酵制品制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2011-2015年调味品、发酵制品制造业亏损面

图表 2011-2015年调味品、发酵制品制造业亏损企业亏损总额

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/307871.html>