2015-2020年中国调味品行业市场需求预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：调味品行业投资特性及发展背景
1.1 调味品行业定义及分类
1.1.1 行业概念及定义
1.1.2 行业主要产品大类
（1）味精
（2）酱油、食醋及类似制品
（3）其他调味品、发酵制品
1.1.3 行业在国民经济中的地位
1.2 调味品行业统计标准
1.2.1 调味品行业统计口径
1.2.2 调味品行业统计方法
1.2.3 调味品行业数据种类
1.3 调味品行业投资特性
1.3.1 调味品行业进入壁垒分析
1.3.2 调味品行业盈利模式分析
1.3.3 调味品行业驱动因素分析
1.4 调味品行业发展环境
1.4.1 调味品行业政策法规分析
（1）调味品行业相关法律法规和适用标准
（2）调味品行业发展规划分析
1.4.2 调味品行业经济环境分析
（1）调味品工业与GDP相关性分析
（2）调味品行业与餐饮行业相关性
（3）调味品行业与居民收入相关性
（4）调味品行业与农产品价格相关性
第2章：调味品行业整体运行状况分析
2.1 中国调味品行业发展状况分析
2.1.1 中国调味品行业发展总体概况
2.1.2 中国调味品行业发展主要特点
2.1.3 中国调味品行业经营情况分析
（1）调味品行业经营效益分析
（2）调味品行业盈利能力分析
（3）调味品行业运营能力分析
（4）调味品行业偿债能力分析
（5）调味品行业发展能力分析
2.2 调味品行业经济指标分析
2.2.1 调味品行业经济效益影响因素
（1）宏观经济
（2）原材料价格
（3）政策因素
2.2.2 调味品行业经济指标分析
2.2.3 不同性质企业经济指标分析
（1）国有企业
（2）集体企业
（3）股份合作企业
（4）股份制企业
（5）私营企业
（6）外商和港澳台投资企业
（7）其他
（8）不同性质企业主要经济指标历年的比重变化情况分析
2.2.4 不同地区企业经济指标分析

（1）不同地区销售收入情况分析
（2）不同地区资产总额情况分析
（3）不同地区累计负债情况分析
（4）不同地区销售利润情况分析
（5）不同地区利润总额情况分析
（6）不同地区产成品情况分析
（7）不同地区单位数及亏损单位数情况分析
（8）不同地区亏损单位亏损总额情况分析
2.3 调味品行业供需平衡分析
2.3.1 中国调味品行业供给情况分析
（1）中国调味品行业总产值分析
（2）中国调味品行业产成品分析
2.3.2 各地区调味品行业供给情况分析
（1）总产值排名前10个地区分析
（2）产成品排名前10个地区分析
2.3.3 中国调味品行业需求情况分析
（1）中国调味品行业销售产值分析
（2）中国调味品行业销售收入分析
2.3.4 各地区调味品行业需求情况分析
（1）销售收入排名前10个地区分析
2.3.5 中国调味品行业产销率分析
第3章：调味品行业产业链市场发展分析
3.1 调味品行业产业链结构简述
3.2 调味品上游农产品市场分析
3.2.1 大豆产销情况与价格走势
（1）中国大豆产销情况分析
（2）中国大豆价格走势分析
3.2.2 小麦产销情况与价格走势
（1）中国小麦产销情况分析
（2）中国小麦价格走势分析
3.2.3 稻谷产销情况与价格走势
（1）中国稻谷产销情况分析
（2）中国稻谷价格走势分析
3.2.4 玉米产销情况与价格走势
（1）中国玉米产销情况分析
（2）中国玉米价格走势分析
3.3 调味品上游其他市场分析
3.3.1 肉制品原料市场发展分析
3.3.2 调味品包装市场发展分析
3.4 调味品下游需求市场分析
3.4.1 调味品消费终端需求分析
（1）餐饮行业需求容量预测
（2）食品加工行业需求容量预测
（3）家庭消费需求容量预测
（4）调味品消费终端需求容量预测
3.4.2 调味品流通环节需求分析
第4章：调味品行业竞争格局与进出口分析
4.1 国外调味品市场发展概况
4.1.1 主要国家及地区市场分析
（1）欧洲调味品市场发展分析
（2）北美调味品市场发展分析
（3）日本调味品市场发展分析
（4）韩国调味品市场发展分析
（5）越南调味品市场发展分析
4.1.2 国外调味品市场发展趋势
4.1.3 跨国调味品企业在华布局
（1）日本龟甲万株式会社（Kikkoman）在华投资布局分析
（2）英国联合利华公司（Unilever）在华投资布局分析
（3）日本味之素株式会社（Kotobuki Pharmaceutical）在华投资布局分析

（4）瑞士雀巢公司（Nestle）在华投资布局分析
（5）日本味滋康集团（mizkan）在华投资布局分析
（6）美国亨氏（Heinz）食品集团在华投资布局分析
4.2 国内调味品行业竞争状况
4.2.1 国内调味品行业竞争格局
4.2.2 国内调味品行业集中度分析
（1）行业销售集中度分析
（2）行业资产集中度分析
（3）行业利润集中度分析
4.2.3 调味品行业五力分析
（1）调味品行业对上游议价能力分析
（2）调味品行业对下游议价能力分析
（3）调味品行业现有企业竞争分析
（4）调味品行业潜在进入者威胁分析
（5）调味品行业替代品威胁分析
（6）调味品行业五力分析总结
4.3 行业投资兼并与重组整合分析
4.3.1 国际调味品企业在华投资兼并与重组整合
（1）国际调味品企业在华投资兼并重组现状
（2）国际调味品企业在华投资兼并重组趋势
4.3.2 国内调味品企业投资兼并与重组整合
（1）国内调味品企业投资兼并重组现状
（2）国内调味品企业业投资兼并重组趋势
4.4 国内调味品行业进出口分析
4.4.1 调味品行业进出口状况综述
4.4.2 调味品行业出口市场分析
（1）行业出口整体情况
（2）行业出口产品结构
4.4.3 调味品行业进口市场分析
（1）行业进口整体情况
（2）行业进口产品结构
4.4.4 调味品行业进出口前景及建议
（1）调味品行业出口前景及建议
（2）调味品行业进口前景及建议
第5章：调味品重点子行业市场状况分析
5.1 味精市场发展状况分析
5.1.1 味精行业运行指标分析
（1）味精行业产值规模分析
（2）味精行业销售规模分析
（3）味精行业供需平衡分析
（4）味精行业财务状况分析
5.1.2 味精行业产品结构分析
5.1.3 味精行业竞争格局分析
5.1.4 主要味精品牌成功经验
5.1.5 味精行业发展威胁分析
5.1.6 味精行业产能变化分析
5.1.7 味精行业市场规模预测
5.2 酱油、食醋市场发展分析
5.2.1 酱油、食醋行业运行指标分析
（1）酱油、食醋行业产值规模分析
（2）酱油、食醋行业销售规模分析
（3）酱油、食醋行业供需平衡分析
（4）酱油、食醋行业财务状况分析
5.2.2 酱油、食醋行业产品结构分析
5.2.3 酱油、食醋行业竞争格局分析
5.2.4 主要酱油、食醋品牌成功经验
5.2.5 酱油、食醋行业发展威胁分析
5.2.6 酱油、食醋行业产量变化分析
5.2.7 酱油、食醋行业市场规模预测

5.3 香辛料市场发展分析
5.3.1 香辛料行业运行指标分析
5.3.2 香辛料行业产品结构分析
5.3.3 香辛料行业竞争格局分析
5.3.4 主要香辛料品牌成功经验
5.3.5 香辛料行业发展威胁分析
5.3.6 香辛料行业产能变化分析
5.3.7 香辛料行业市场规模预测
5.4 酱类市场发展状况分析
5.4.1 酱类行业运行指标分析
5.4.2 酱类行业产品结构分析
5.4.3 酱类行业竞争格局分析
5.4.4 主要酱类品牌成功经验
5.4.5 酱类行业发展威胁分析
5.4.6 酱类行业产量变化分析
5.4.7 酱类行业市场容量预测
5.5 复合调味料市场分析
5.5.1 复合调味料行业运行指标分析
5.5.2 复合调味料行业产品结构分析
5.5.3 复合调味料行业竞争格局分析
5.5.4 主要复合调味料品牌成功经验
5.5.5 复合调味料行业发展威胁分析
5.5.6 复合调味料行业产量变化分析
5.5.7 复合调味料行业市场规模预测
第6章：调味品行业区域市场产销需求分析
6.1 行业总体区域结构特征分析
6.1.1 行业区域结构总体特征
6.1.2 行业区域集中度分析
6.2 行业重点区域产销情况分析
6.2.1 华北地区调味品行业产销情况分析
（1）北京市调味品行业产销情况分析
（2）天津市调味品行业产销情况分析
（3）河北省调味品行业产销情况分析
（4）山西省调味品行业产销情况分析
（5）内蒙古调味品行业产销情况分析
6.2.2 东北地区调味品行业产销情况分析
（1）吉林省调味品行业产销情况分析
（2）辽宁省调味品行业产销情况分析
（3）黑龙江省调味品行业产销情况分析
6.2.3 华东地区调味品行业产销情况分析
（1）上海市调味品行业产销情况分析
（2）江苏省调味品行业产销情况分析
（3）浙江省调味品行业产销情况分析
（4）山东省调味品行业产销情况分析
（5）福建省调味品行业产销情况分析
（6）江西省调味品行业产销情况分析
（7）安徽省调味品行业产销情况分析
6.2.4 华中地区调味品行业产销情况分析
（1）湖南省调味品行业产销情况分析
（2）湖北省调味品行业产销情况分析
（3）河南省调味品行业产销情况分析
6.2.5 华南地区调味品行业产销情况分析
（1）广东省调味品行业产销情况分析
（2）广西调味品行业产销情况分析
6.2.6 西南地区调味品行业产销情况分析
（1）四川省调味品行业产销情况分析
（2）重庆市调味品行业产销情况分析
（3）贵州省调味品行业产销情况分析
（4）云南省调味品行业产销情况分析

6.2.7 西北地区调味品行业产销情况分析
（1）陕西省调味品行业产销情况分析
（2）甘肃省调味品行业产销情况分析
（3）青海省调味品行业产销情况分析
（4）宁夏调味品行业产销情况分析
（5）新疆调味品行业产销情况分析
第7章：调味品行业品牌企业生产经营分析
7.1 调味品企业发展总体状况分析
7.1.1 调味品行业企业资产状况
7.1.2 调味品行业企业销售收入和利润
7.2 主要酱油品牌企业生产经营分析
7.2.1 佛山市海天调味食品股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.2.2 李锦记集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业营销渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.3 加加食品集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.4 上海淘大食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.2.5 广东美味鲜调味食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.6 北京二商金狮龙门食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.2.7 开平味事达调味品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.2.8 广州致美斋食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析

（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.2.9 鹤山市东古调味食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.3 主要食醋品牌企业生产经营分析
7.3.1 江苏恒顺醋业股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营优劣势分析
（10）企业最新发展动向分析
7.3.2 山西老陈醋集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.3.3 山西水塔老陈醋股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.3.4 四川保宁醋有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.3.5 天津市天立独流老醋股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.4 主要食盐品牌企业生产经营分析
7.4.1 中国盐业总公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.4.2 江苏省盐业集团有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析

7.4.3 四川久大制盐有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.4.4 湖南省轻工盐业集团有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.4.5 广东省盐业集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营优劣势分析
7.4.6 山东省盐业集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.4.7 安徽省盐业总公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.4.8 湖北盐业集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营优劣势分析
7.4.9 云南盐化股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.4.10 天津长芦汉沽盐场有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营优劣势分析
7.5 主要味精品牌企业生产经营分析
7.5.1 河南莲花味精股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营优劣势分析
（10）企业最新发展动向分析
7.5.2 梅花生物科技集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析

（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营优劣势分析
（10）企业最新发展动向分析
7.5.3 阜丰集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.5.4 沈阳红梅味精股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.5.5 菱花集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.5.6 福建省建阳武夷味精有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.5.7 重庆飞亚实业有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.5.8 山东信乐生物工程有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.5.9 四川国莎实业有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.5.10 山东齐鲁生物科技集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.6 主要鸡精品牌企业生产经营分析
7.6.1 上海太太乐食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业生产工艺分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.6.2 联合利华食品（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业品牌经营分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.3 四川豪吉食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.4 味好美（武汉）食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业兼并情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.5 广东佳隆食品股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营优劣势分析
7.6.6 四川金宫川派味业有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.6.7 金宝汤太古（厦门）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.8 广东百味佳味业科技股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.6.9 希杰（青岛）食品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7 其他调味品品牌企业生产经营分析
7.7.1 北京二商王致和食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7.2 太古（中国）糖业有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7.3 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7.4 驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7.5 安记食品股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7.6 上海味好美食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
7.7.7 味可美（广州）食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
第8章：调味品行业发展前景与投资建议
8.1 调味品行业投资风险分析
8.1.1 宏观经济波动风险分析
8.1.2 质量安全控制风险分析
8.1.3 调味品行业技术风险分析
8.1.4 调味品行业供求风险分析
8.1.5 行业原材料价格波动风险
8.1.6 产品结构及市场竞争风险
8.2 调味品行业投资机会分析
8.2.1 大型调味品企业发展商机分析
8.2.2 中型调味品企业发展商机分析

8.2.3 小型调味品企业发展商机分析
8.3 调味品行业发展趋势分析
8.3.1 调味品产品细分化发展趋势
8.3.2 调味品行业运作精细化趋势
8.3.3 调味品行业企业整合化趋势
8.3.4 调味品行业技术发展趋势
8.4 调味品行业发展路径分析
8.4.1 调味品品牌专营化发展路径
8.4.2 调味品渠道多样化运营路径
8.4.3 区域调味品品牌中国化路径
8.5 调味品行业市场拓展策略
8.5.1 酱油行业市场拓展策略
（1）价格优势策略
（2）规模扩张策略
（3）低成本品牌扩展策略
（4）中端市场突破策略
8.5.2 食醋行业市场拓展策略
（1）精准定位策略
（2）区域资源优势策略
（3）消费大众口碑策略
8.5.3 复合调味料市场经营策略
（1）区域差异化策略
（2）营销方式多元化策略
8.5.4 调味酱市场营销策略
（1）产品差异化营销策略
（2）提高竞争层次营销策略
8.6 调味品行业产品开发建议
8.6.1 营养强化系列产品开发建议
8.6.2 营养调整系列产品开发建议
8.6.3 特殊人群系列产品开发建议
8.6.4 温馨家庭系列产品开发建议
8.6.5 健康素食系列产品开发建议

图表目录

图表1：调味品、发酵制品制造行业分类示意图
图表2：味精产品成分对比
图表3：酱油、食醋及类似制品原材料比对
图表4：其他调味品、发酵制品及其细分产品
图表5：2010-2014年调味品行业工业总产值及在GDP比重（单位：亿元，%）
图表6：中国企业的市场主体分类
图表7：中国不同所有制性质企业的划分
图表8：调味品行业进入壁垒分析表
图表9：调味品行业盈利模式分析表
图表10：2014年调味品需求终端构成占比情况（单位：%）
图表11：2007-2014年我国餐饮业收入及增速情况（单位：亿元，%）
图表12：2007-2014年调味品收入占餐饮业收入比重（单位：%）
图表13：2007-2014年我国方便食品制造业销售收入及增速情况（单位：亿元，%）
图表14：2007-2013年我国城镇和农村家庭恩格尔系数走势（单位：%）
图表15：2006-2013我国居民人均调味品消费支出情况（单位：元，%）
图表16：调味品行业相关法规及标准汇总
图表17：调味品行业与GDP相关性
图表18：调味品行业与餐饮行业相关性
图表19：城镇居民人均调味品支出与人均可支配收入相关性
图表20：中国调味品行业发展特点
图表21：2013-2014年调味品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表22：2013-2014年中国调味品行业盈利能力分析（单位：%）
图表23：2013-2014年中国调味品行业运营能力分析（单位：次）
图表24：2013-2014年中国调味品行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表25：2013-2014年中国调味品行业发展能力分析（单位：%）
图表26：2013-2014年调味品行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
图表27：2013-2014年国有调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
图表28：2013-2014年集体调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
图表29：2013-2014年股份合作调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
图表30：2013-2014年股份制调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
图表31：2013-2014年私营调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
图表32：2013-2014年外商和港澳台投资调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
图表33：2013-2014年其他性质调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
图表34：2012-2014年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）
图表35：2012-2014年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）
图表36：2012-2014年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）
图表37：2012-2014年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）
图表38：2013-2014年居前的10个省份销售收入统计表（单位：万元，%）
图表39：2013-2014年居前的10个省份销售收入比重图（单位：%）
图表40：2013-2014年居前的10个省份资产总额统计表（单位：万元，%）
图表41：2013-2014年居前的10个省份资产总额比重图（单位：%）
图表42：2013-2014年居前的10个省份累计负债统计表（单位：万元，%）
图表43：2013-2014年居前的10个省份累计负债比重图（单位：%）
图表44：2013-2014年居前的10个省份销售利润统计表（单位：万元，%）
图表45：2013-2014年居前的10个省份销售利润比重图（单位：%）
图表46：2013-2014年居前的10个省份利润总额统计表（单位：万元，%）
图表47：2013-2014年居前的10个省利润总额比重图（单位：%）
图表48：2013-2014年居前的10个省份产成品统计表（单位：万元，%）
图表49：2013-2014年居前的10个省份产成品比重图（单位：%）
图表50：2013-2014年居前的10个省份单位数及亏损单位数统计表（单位：个）
图表51：2013-2014年居前的10个省份累计企业单位数比重图（单位：%）
图表52：2013-2014年行业的10个亏损省份亏损单位亏损总额统计表（单位：万元，%）
图表53：2013-2014年行业的10个亏损省份亏损总额比重图（单位：%）
图表54：2009-2014年调味品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表55：2010-2014年调味品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表56：2013-2014年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表57：2014年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）
图表58：2013-2014年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表59：2014年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）
图表60：2009-2014年调味品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表61：2010-2014年调味品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表62：2013-2014年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表63：2014年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）
图表64：2007-2014年中国调味品行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表65：调味品行业产业链
图表66：2009-2015年我国大豆产销情况（单位：百万吨，%）
图表67：2006-2014年农产品生产价格指数：大豆的基本情况（单位：上年=100）
图表68：2009-2015年我国小麦产销情况及预测（单位：百万吨，%）
图表69：2006-2014年农产品生产价格指数：小麦的基本情况（单位：上年=100）
图表70：2009-2015年我国稻谷产销情况及预测（单位：百万吨）
图表71：2006-2014年农产品生产价格指数：稻谷的基本情况（单位：上年=100）
图表72：2009-2015年我国玉米产销情况及预测（单位：百万吨，%）
图表73：2006-2014年农产品生产价格指数：玉米的基本情况（单位：上年=100）
图表74：2013-2014年中国肉制品加工业主要经济指标分析（单位：家，万元，%）
图表75：2010-2014年肉制品加产成品变化趋势（单位：亿元，%）
图表76：城镇居民在外就餐支出的收入弹性
图表77：2015-2020年我国餐饮行业调味品需求规模预测（单位：亿元）
图表78：2015-2020年我国食品加工行业调味品需求容量预测（单位：亿元）
图表79：城镇居民调味品消费支出的收入弹性
图表80：2015-2020年我国家庭消费调味品需求容量预测（单位：亿元）

图表81：2015-2020年我国调味品需求容量预测（单位：亿元）
图表82：调味品销售渠道示意图
图表83：佛山市海天调味食品股份有限公司营销渠道利益链条
图表84：日本新型酱油简介
图表85：龟甲万株式会社历史沿革
图表86：味之素株式会社沿革表
图表87：外资调味品企业在华流派
图表88：本土调味品企业崛起途径
图表89：2014年中国调味品行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）
图表90：2014年中国调味品行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%）
图表91：2014年中国调味品行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）
图表92：调味品行业对上游议价能力分析
图表93：调味品行业对下游议价能力分析
图表94：调味品行业现有企业竞争分析
图表95：调味品行业潜在进入者威胁分析
图表96：调味品行业替代品威胁分析
图表97：调味品行业五力分析结论
图表98：1994以来外企在中国调味品市场的扩张事件
图表99：2013-2014年中国调味品行业进出口状况表（单位：万美元，%）
图表100：2010-2014年调味品行业产品出口总额情况（单位：亿美元）
图表101：2014年中国调味品行业出口产品（单位：千克，美元）
图表102：2014年调味品行业出口产品结构（单位：%）
图表103：2010-2014年调味品行业产品进口总额情况（单位：亿美元，%）
图表104：2014年中国调味品行业进口产品（单位：吨，万美元）
图表105：2014年调味品行业进口产品结构对比图（单位：%）
图表106：2009-2014年味精行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
图表107：2010-2014年味精行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）
图表108：2010-2014年味精行业产销率趋势图（单位：%）
图表109：2013-2014年味精行业经营效益情况（单位：万元，%）
图表110：2013-2014年味精行业盈利能力分析（单位：%）
图表111：2013-2014年味精行业运营能力分析（单位：次）
图表112：2013-2014年味精行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表113：2013-2014年味精行业发展能力分析（单位：%）
图表114：2014年味精行业市场占有能力排名前十的企业（单位：万元，%）
图表115：2011-2013味精行业落后产能淘汰目标（单位：万吨）
图表116：2015-2020年味精行业市场规模预测（单位：亿元，%）
图表117：2009-2014年酱油、食醋行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）
图表118：2010-2014年酱油、食醋行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）
图表119：2009-2014年酱油、食醋行业产销率趋势图（单位：%）
图表120：2013-2014年酱油、食醋行业经营效益情况（单位：万元，家，%）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！