

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对比
- 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个省份利润总额比重图 (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!