

中国调味品行业商业模式专项分析与企业投资环境研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国调味品行业商业模式专项分析与企业投资环境研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/225357225357.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

前言

调味品，flavouring;condiment;seasoning，是指能增加菜肴的色、香、味，促进食欲，有益于人体健康的辅助食品。它的主要功能是增进菜品质量，满足消费者的感官需要，从而刺激食欲，增进人体健康。从广义上讲，调味品包括咸味剂、酸味剂、甜味剂、鲜味剂和辛香剂等，像食盐、酱油、醋、味精、糖（另述）、八角、茴香、花椒、芥末等都属此类。

近年来调味品行业格局演变的三个节点

2000年，以酱油品类为核心的四级

2000年中国酱油市场现已形成四分天下的格局，即：以广东海天、致美斋为主的粤产酱油，以上海淘大、家乐、老蔡为主的沪产酱油，以雀巢美极、龟甲万、李锦记、加加、和田宽为主的外资酱油，以北京金狮，石家庄珍极、天津天立、福州民天、湖南双凤等区域性酱油为主的地产酱油。

2005年，以鸡精新品类为核心的两大阵营

2004年7月1日，中国鸡精行业标准正式颁布实施。一年后就形成了8大品牌占据80%市场的局面。

2013年以后，行业格局多极化

多品类、多渠道，多力量中心的多极

报告大纲：

第一部分 调味品行业运行现状

第一章 调味品行业相关概述

第一节 调味品的定义及分类

一、调味品的定义

二、调味品的分类

三、调味品的特性

第二节 调味品产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第二章 中国调味品行业发展现状分析

第一节 2013-2014年调味品行业发展现状

一、调味品行业发展概况

1、市场空间大

2、地域特征明显

3、外企积极扩张

二、调味品行业生产状况分析

2013-2015年我国调味品产量统计表（万吨）

第二节 2013-2014年调味品企业发展分析

一、调味品企业发展动态分析

二、调味品企业发展存在的问题

三、调味品企业战略发展分析

第三节 2013-2014年调味品行业经济运行分析

一、2013-2014年调味品行业产值分析

二、2013-2014年调味品行业效益分析

三、2013-2014年调味品行业进口分析

四、2013-2014年调味品行业出口分析

第四节 2013-2014年调味品市场发展分析

一、2014年调味品政策及市场变化分析

二、2014年调味品市场分析

三、2015-2020年调味品市场走势分析

第五节 调味品行业面临的挑战及发展建议

一、调味品行业发展面临的难题

二、调味品行业发展建议

第三章 我国调味品销售市场分析

第一节 我国调味品行业采购经理人指数分析

第二节 我国调味品批发市场分析

第三节 我国调味品零售市场分析

第四章 中国调味品行业市场营销战略分析

第一节 调味品企业营销分析

一、调味品市场营销现状

二、调味品品牌成功因素分析

三、调味品企业营销战略研究

第二节 调味品营销渠道分析

一、调味品销售渠道构成

二、调味品营销渠道策略分析

第二部分 调味品行业行业全景调研

第五章 中国调味品行业数据监测

第一节 2013-2014年调味品行业总体规模分析

一、2013-2014年调味品企业数量结构分析

二、2013-2014年调味品行业生产规模分析

第二节 2013-2014年调味品行业产销分析

- 一、2013-2014年调味品行业产成品情况总体分析
- 二、2013-2014年调味品行业产品销售收入总体分析

第三节 2013-2014年调味品行业盈利能力分析

- 一、调味品行业销售利润率
- 二、调味品行业成本费用利润率
- 三、调味品行业亏损面

第六章 中国调味品行业发展分析

第一节 2013-2014年调味品行业发展现状

- 一、调味品行业的发展史
- 二、调味品市场变化分析
- 三、2014年调味品市场运行分析
- 四、2014年调味品市场发展分析
- 五、调味品质量情况分析
- 六、调味品市场现状分析

第二节 2013-2014年调味品市场供需分析

- 一、调味品产值分析
- 二、调味品需求分析
- 三、影响调味品市场需求的因素

第三节 调味品行业产量分析

- 一、2013-2015年调味品产量分析
- 二、2015-2020年调味品产量预测

第七章 中国调味品行业发展分析

第一节 2013-2014年调味品市场发展分析

- 一、调味品发展分析
- 二、调味品市场发展有利因素分析
- 三、调味品市场消费特点分析

第二节 2013-2014年调味品出口状况分析

- 一、调味品出口数量及金额分析
- 二、调味品主要出口市场分析

第三节 2013-2014年调味品行业存在的问题及对策

- 一、调味品产品问题分析
- 二、调味品行业存在的问题

第三部分 调味品行业行业竞争格局

第八章 中国调味品行业竞争格局分析

第一节 2013-2014年调味品行业竞争结构分析

- 一、调味品种类品牌竞争
- 二、调味品技术工艺创新竞争
- 三、调味品销售渠道竞争

第二节 2013-2014年调味品区域市场格局分析

第九章 中国调味品市场竞争分析

第一节 2013-2014年调味品行业集中度分析

- 一、调味品市场集中度分析
- 二、调味品区域集中度分析
- 三、调味品企业集中度分析

第二节 2013-2014年调味品市场竞争分析

- 一、调味品市场竞争现状分析
- 二、调味品企业竞争动态分析
- 三、调味品行业竞争策略研究

第十章 调味品地区销售状况分析统计

第一节 华北地区

第二节 华南地区

第三节 华中地区

第四节 华东地区

第五节 西北地区

第六节 东北地区

第七节 西南地区

第四部分 调味品行业竞争格局

第十一章 调味品行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国调味品行业竞争格局综述

- 一、2011年调味品行业集中度
- 二、2011年调味品行业竞争程度
- 三、2011年调味品企业与品牌数量
- 四、2011年调味品行业竞争格局分析
- 第十二章 调味品企业竞争策略分析
- 第一节 调味品市场竞争策略分析
- 一、2014年调味品市场增长潜力分析
- 二、2014年调味品主要潜力品种分析
- 三、现有调味品产品竞争策略分析
- 四、潜力调味品品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析
- 第二节 调味品企业竞争策略分析
- 一、欧债危机对调味品行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后调味品行业竞争格局的变化
- 三、2015-2020年我国调味品市场竞争趋势
- 四、2015-2020年调味品行业竞争格局展望
- 五、2015-2020年调味品行业竞争策略分析
- 六、2015-2020年调味品企业竞争策略分析
- 第十三章 主要调味品企业竞争分析
- 第一节 江苏恒顺醋业股份有限公司
- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略
- 第二节 河南莲花味精股份有限公司
- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略
- 第三节 佛山海天调味食品有限公司
- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略
- 第五部分 调味品行业趋势预测

第十四章 中国调味品行业发展前景分析

第一节 2015-2020年调味品市场发展前景分析

一、2015-2020年调味品市场发展潜力分析

二、2015-2020年调味品市场发展前景分析

第二节 2015-2020年调味品产品市场发展前景分析

一、2014年调味品市场走势分析

二、2015-2020年调味品市场发展趋势分析

第十五章 中国调味品行业发展趋势分析

第一节 对调味品市场发展预测

一、2015-2020年调味品市场供给预测

二、2015-2020年调味品市场销量预测

三、2015-2020年调味品市场规模预测

第二节 2015-2020年调味品市场发展趋势

一、2015-2020年调味品行业发展趋势

二、2015-2020年调味品市场发展趋势

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/225357225357.html>