

# 2018-2024年中国鸡精及调味品市场调查与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国鸡精及调味品市场调查与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0703/201805/22-261795.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2011-2016 年，我国调味品行业的 CR5 从 18.3% 上升至 21.2%，提升 2.9 个 pct。但与美国（CR5 为 32.5%）和日本（CR5 为 24.3%）相比，仍有提升空间。从酱油来看，日本酱油行业 CR3 达到 50.6%，第一名龟甲万占据了 33.1% 的市场份额；而我国酱油行业的 CR3 仅为 21%，第一名海天的市场份额不到 15%。从食醋来看，全国年产量达 400 万吨，但年产量超过 10 万吨的企业仅恒顺、水塔、紫林三家，集中度还有巨大的提升空间。伴随调味品行业的消费升级，集中度提升是必然趋势。在消费升级的大背景下，品牌和质量是消费者购买调味品时重要的考虑因素，促使行业竞争从低层次的价格竞争转向品牌竞争，使市场向更具品牌优势及产品创新能力的企业集中；同时，随着食品安全和健康越来越受到重视，调味品相关的国家标准和行业标准会越来越严格，没有资金、技术、创新实力的小企业会被逐步淘汰。在集中度提升的大趋势下，行业内具有规模、品牌、渠道优势的龙头企业将占有更多的市场份额。我国调味品 CR5 提升 数据来源：公开资料整理我国调味品集中度仍有提升空间 数据来源：公开资料、中国产业研究报告网整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024 年中国鸡精及调味品市场调查与市场供需预测报告》共十二章。首先介绍了鸡精及调味品行业市场发展环境、鸡精及调味品整体运行态势等，接着分析了鸡精及调味品行业市场运行的现状，然后介绍了鸡精及调味品市场竞争格局。随后，报告对鸡精及调味品做了重点企业经营状况分析，最后分析了鸡精及调味品行业发展趋势与投资预测。您若想对鸡精及调味品产业有个系统的了解或者想投资鸡精及调味品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2017 年世界鸡精产业运行态势观察

第一节 2017 年国际调味品市场运行动态分析

一、单一调味品产销量分析

二、复合调味料和各种花色调味品市场分析

三、东方调味品与西餐调味品融合的速度加快

第二节 2017 年世界鸡精产业发展综述

一、世界鸡精产业发展回顾

二、国际资本瞄准国内鸡精市场

三、国外鸡精价格分析

第三节 2017年世界鸡精产业主要国家运行分析

一、美国召回5种白兰氏鸡精

二、英国白兰氏鸡精公司发展分析

三、韩国鸡精产业分析

第四节 2018-2024年世界鸡精产业发展趋势分析

第二章 2017年中国鸡精行业市场发展环境解析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2017年中国鸡精市场政策环境分析

一、《中国鸡精行业标准》

二、鸡精行业标准技术指标

三、《调味品经销商经营管理规范》

四、调味品卫生管理办法

五、《新资源食品卫生管理办法》

第三节 2017年中国鸡精市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三章 2017年中国鸡精产业运行形势追踪

第一节 2017年中国鸡精市场背景简析

一、市场高度垄断

二、品牌繁多

三、区域领导品牌在家庭消费方面占上风

第二节 2017年中国鸡精产业发展概述

一、鸡精与味精的营养与安全分析

二、海天酱油与太太乐鸡精逆市大扩张

三、鸡精行业发展亟须严格执行行业标准

第三节 2017年中国鸡精产业质量问题分析

一、2017年度鸡精调味料监督抽查不合格企业分析

二、重庆鸡精调味料合格率分析

三、四川鸡精味精类商品逾三成抽查不合格

第四章 2014-2017年中国鸡精所属行业数据监测分析

第一节 2014-2017年中国调味品行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2017年一季度中国调味品行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2014-2017年中国调味品行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2014-2017年中国调味品行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2014-2017年中国调味品行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

## 二、主要盈利能力指标分析

## 第五章2017年中国鸡精产业市场运行动态解读

### 第一节2017年中国鸡精产业市场发展总况

#### 一、中国鸡精产业供给态势分析

#### 二、鸡精市场需求激增

#### 三、影响中国鸡精产业供需的因素分析

### 第二节 2017年中国鸡精产业市场运行态势分析

#### 一、鸡精标准实施五周年市民“口味”与“品味”双提升

#### 二、太太乐科技领跑鸡精产业

#### 三、中国鸡精价格分析

### 第三节2017年中国鸡精产业项目建设分析

## 第六章 2017年4月中国鸡精产业市场营销及消费者调查

### 第一节 2017年中国鸡精产业市场营销分析

#### 一、鸡精产业营销渠道分析

#### 二、鸡精经销商分析

#### 三、以太太乐为例分析调味品售点营销模式

### 第二节2017年中国鸡精产业市场调查分析

#### 一、消费者经常吃的鸡精品牌

#### 二、消费者认为太太乐鸡精的主要优点

#### 三、购买鸡精消费者首先考虑的因素分析

#### 四、如果有高纯度的寂静消费者是否会购买

#### 五、平常购买最多的是多少钱一袋的鸡精

#### 六、鸡精相对于味精产品的主要优点

#### 七、消费者吃鸡精和味精的比率

#### 八、消费者吃鸡精和味精的比率是多少

## 第七章 2017年中国鸡精产业市场竞争现状及策略分析

### 第一节 2017年中国鸡精产业竞争现状分析

#### 一、鸡精价格竞争分析

#### 二、鸡精品牌竞争格局分析

### 三、鸡精与味精的竞争分析

#### 第二节 2017年中国鸡精重点省市发展分析

##### 一、上海太太乐：鸡精领头羊

##### 二、郑州鸡精合格率分析

##### 三、武汉鸡精市场分析

##### 四、山东鸡精市场运行分析

##### 五、四川鸡精质量问题严重

#### 第三节 2017年中国鸡精行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、生产企业的集中分布

#### 第四节 2017年中国鸡精企业提升竞争力策略分析

#### 第五节 2018-2024年中国鸡精行业竞争趋势分析

### 第八章 2017年中国鸡精优势/典型/重点/主要/顶尖/标杆/标志性生产企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选）

#### 第一节 上海太太乐食品有限公司（太太乐）

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第二节 武汉亚太调味食品有限公司（亚太）

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第三节 广州家乐食品有限公司（家乐）

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节上海味好美食品有限公司（味好美）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节四川豪吉食品有限公司（豪吉）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第六节沈阳红梅味精股份有限公司（红梅）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第七节东莞市百味佳食品有限公司（百味佳）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第八节成都金宫味业食品有限公司（金宫）

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第九节其它

### 一、山东信乐味精有限公司

### 二、重庆飞亚实业公司

### 三、武汉市劲宝食品有限公司

### 四、济南双玉味精有限公司

### 五、济南平阴正大食品厂

### 六、食益补（广州）有限公司

## 第九章2017年中国调味品行业发展动态探究

### 第一节2017年中国调味品行业发展概况

#### 一、我国调味品行业发展回顾

#### 二、金融危机影响下调味品行业持续增长

#### 三、调味品生产模式的改造分析

### 第二节 2017年中国调味品市场发展概况

#### 一、国内调味品市场进入调整阶段

#### 二、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展

#### 三、消费升级带动调味品市场细分趋势

### 第三节2017年中国调味品包装产业分析

#### 一、包装成为调味品行业发展动力

#### 二、调味品包装运用中存在的问题

#### 三、塑料软管包装成调味品包装新趋势

## 第十章 2017年中国味精行业市场运行态势剖析

### 第一节 2017年中国味精行业发展动态分析

#### 一、佳隆股份:鸡精将大面积取代味精

二、马铃薯深加工可生产味精

三、梅花味精 “出污水”而不染

## 第二节 2017年中国味精市场发展现状分析

一、行业规模及分布现状分析

二、味精市场供需分析我国味精行业供需矛盾突出 数据来源：公开资料整理

三、味精市场价格现状分析我国味精价格持续下降 数据来源：公开资料整理

## 第三节 2017年中国味精产业发展中存在的问题及对策

一、味精行业存在的主要问题

二、味精行业须加强观念及技术创新

三、味精废水制饲料顺应环保节能

四、梅花味精的战略转型策略

## 第十一章 2018-2024年中国鸡精产业发展趋势预测分析

### 第一节 2018-2024年中国鸡精产业前景预测分析

一、鸡精前景良好，潜力巨大

二、鸡精酱油市场前景无限

三、高档鸡精产品市场前景广阔

### 第二节 2018-2024年中国鸡精产业市场预测分析

一、鸡精产业供给预测分析

二、鸡精产业需求预测分析

三、鸡精产业市场竞争格局预测分析

### 第三节 2018-2024年中国鸡精产业市场盈利预测分析

## 第十二章 2018-2024年中国鸡精产业投资价值研究（ZY LII）

### 第一节 2017年中国鸡精产业投资环境分析

### 第二节 2018-2024年中国鸡精产业投资机会分析

一、鸡精行业投资吸引力分析

二、鸡精行业区域被投资机会分析

### 第三节 2018-2024年中国鸡精产业投资风险分析

一、鸡精市场竞争风险分析

二、鸡精政策风险分析

三、进入退出风险分析（ZY LII）

#### 第四节投资建议

图表目录：（部分）

图表：2014-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2017年中国三产业增加值结构图

图表：2014-2017年近三年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2014-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2014-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2014-2017年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2014-2017年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2014-2017年中国工业增加值增长趋势图

图表：2014-2017年近三年我国工业增加值分季度增速

图表：2014-2017年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2014-2017年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2014-2017年我国财政收入支出走势图

图表：2012-2014-2017年人民币兑美元汇率中间价

图表：2014-2017年近三年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2017年中国货币供应量月度增速走势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0703/201805/22-261795.html>