

2013-2017年中国番茄酱市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国番茄酱市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1303/831984RK6E.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-03-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国番茄酱市场监测及投资前景研究报告》共十四章，报告根据对番茄酱产品监测统计数据指标体系，通过技术手段，形成的连续性监测数据，反映了一定时期内中国番茄酱产品生产消费的现状、变化及趋势。本报告以番茄酱行业作为切入点，通过对番茄酱行业特征和统计数据的全面分析，确定番茄酱行业发展概况和基本特征；运用科学的方法和模型，帮助企业掌握市场动向，明确番茄酱行业竞争趋势。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

通过《2013-2017年中国番茄酱市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

我国番茄制品市场前景广阔，未来几年，我国企业将进一步加大番茄产业科技创新力度，提高生产加工效率和效益。随着番茄产业的迅速发展，目前，中国已成为世界上最大的番茄酱出口国，在世界番茄加工领域地位日益重要。然而，与国外相比，我国番茄种植模式相对落后，农业机械化使用较少。新疆、内蒙古、甘肃、宁夏作为我国加工番茄最主要的种植区域，种植方式也仍以小农分散种植为主，机械化程度较低。我国一批番茄生产加工企业，积极引进国外先进种植和加工设备，推广机械化栽培和采摘技术。农业部表示，未来几年，我国加工番茄产业将继续致力于推广科学、高效的番茄种植技术，提高生产加工效率和效益，积极维护国际加工番茄贸易秩序，为促进世界番茄产业内涵式增长做出应有贡献。

番茄酱是鲜番茄的酱状浓缩制品。呈鲜红色酱体，具番茄的特有风味，是一种富有特色的调味品，一般不直接入口。番茄酱由成熟红番茄经破碎、打浆、去除皮和籽等粗硬物质后，经浓缩、装罐、杀菌而成。番茄酱常用作鱼、肉等食物的烹饪佐料，是增色、添酸、助鲜、郁香的调味佳品。番茄酱的运用，是形成港粤菜风味特色的一个重要调味内容。

全球番茄制品需求量基本保持稳定增长。根据WPTC统计，2009年全球需求量为3850万吨，1998-2009年，全球番茄制品需求量复合增长约3%，2009年来行业需求呈小幅波动。

北美和欧洲是全球最主要的两大番茄酱消费市场，约占全球消费总量的65%以上。近年来，亚太地区、非洲以及俄罗斯对番茄酱的消费量日益增加，亚太市场已经成为全球第三大消费市场。

2009/2010/2011年，全球番茄产量为4250万吨、3730万吨、3760万吨。根据WPTC在2012年4月份的预测数据，2012/13榨季全球加工番茄产量预计总体产量为3543万吨，较2011年减少220

万吨，同比下降6%。我们判断，2013年全球番茄酱供应将出现偏紧局面。

2009年全球番茄丰产，当年增加超400万吨加工番茄的库存，并导致四年来番茄酱价格长期低迷。2012年6月，36%-38%番茄酱意大利和中国平均订单价格分别为1120美元和800美元左右，相比2008年6月高点的价格分别下降35%和38%。

随着2012/13年全球出现供应缺口，番茄酱去库存化及行业下行周期的即将结束，番茄酱价格逐步趋于乐观。

第一章 2012年全球番茄酱行业市场深度调研

第一节 2012年全球番茄种植业发展综述

一、全球番茄产量规模分析

二、区域产量分析

第二节 2012年全球番茄酱行业总体概述

一、中国是世界三大主要番茄种植区域之一

二、葡萄牙、智利和巴西等国逐渐失去了原有市场份额

三、全球番茄生产区域有限

四、全球对番茄酱的需求旺盛

第三节 2012年全球番茄酱行业市场消费状况分析

一、欧美消费稳定上升

二、亚非地区消费增速快

三、高端产品带来的需求

第二章 2012年全球番茄酱行业主要国家及地区发展态势分析

第一节 美国

一、美国番茄酱价格分析

二、美国拟开拓番茄酱国际市场

第二节 智利

一、智利番茄酱出口分析

二、智利番茄酱产量减少的原因分析

三、智利番茄酱价格状况分析

第三节 欧盟

一、意大利番茄酱生产与需求情况

二、德国番茄酱进出口分析

第三章 全球著名番茄酱厂商竞争力剖析

第一节 晨星公司（MORNING STAR）

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第二节 亨氏食品公司

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第三节 普罗旺斯食品公司

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第四章 2012年中国番茄酱行业运营环境分析

第一节 2012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 中国番茄酱行业政策环境分析

- 一、国家“十二五”产业政策发展态势
- 二、其他相关行业政策的影响展望
- 三、进出口政策分析

第三节 2012年中国番茄酱产业社会环境分析

- 一、生活水平的提高
- 二、年轻一代的消费习惯的改变

第五章 2012年中国番茄种植业发展态势分析

第一节 2012年中国番茄种植业发展现状分析

第二节 2012年中国番茄重点种植区域分析

一、新疆

二、内蒙

三、甘肃

四、其他地区

第三节 2012年影响番茄种植行业发展的主要因素分析

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2013-2017年中国番茄种植业发展趋势分析

第六章 2012年中国番茄酱行业发展动态分析

第一节 2012年中国番茄酱行业发展综述

一、中国已经成为世界番茄酱第三大生产地区和第一大出口国

二、中国番茄加工区域特征明显

三、中国番茄的种植、加工和出口处于持续增长态势

四、新疆出口番茄酱受影响

第二节 2011年中国番茄酱行业存在的问题分析

一、原料种植滞后

二、贸易壁垒风险

三、行业竞争无序

四、行业形象不高

第三节 2012年中国番茄酱行业发展存在问题分析

第七章 2012年中国番茄酱行业运行态势分析

第一节 2012年中国番茄酱行业市场供给状况分析

一、中国番茄酱行业产能分析

二、中国番茄酱行业市场供给状况分析

三、中国番茄酱行业重点区域市场供给状况分析

第二节 2012年中国番茄酱行业市场需求状态分析

一、中国番茄酱行业市场需求状况分析

二、中国番茄酱行业区域市场需求状况分析

三、番茄酱双寡头争相打造完整产业链

四、番茄酱进入阿联酋市场

第三节2012年影响中国番茄酱行业市场供需的因素分析

第八章2007-2012年中国番茄酱进出口数据监测分析

第一节 2007-2012年中国番茄酱进口数据分析

一、进口数量分析（20029010）

二、进口金额分析

第二节 2007-2012年中国番茄酱出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节2007-2012年中国番茄酱进出口平均单价分析

第四节 2012年中国番茄酱进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 2009-2012年中国番茄酱及其他调味品、发酵制品行业数据监测分析

第一节 2009-2012年中国番茄酱及其他调味品、发酵制品行业规模分析

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 2012年中国番茄酱及其他调味品、发酵制品行业结构分析

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 2009-2012年中国番茄酱及其他调味品、发酵制品行业产值分析

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 2009-2012年中国番茄酱及其他调味品、发酵制品行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2009-2012年中国番茄酱及其他调味品、发酵制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

第十章 2012年中国番茄酱行业市场调查分析

第一节 2012年中国番茄酱行业目标消费群体调查分析

一、西方食品和快餐店

二、个体消费者

三、其他消费群

第二节 2012年中国番茄酱行业个体消费者类型调查分析

一、不同性别消费者消费行为调查分析

二、不同年龄消费者消费行为调查分析

三、不同地区消费者消费行为调查分析

四、不同收入消费者消费行为调查分析

第三节 2012年中国番茄酱行业市场产品类型及购买者类型分析

一、大包装番茄酱

二、小包装的番茄酱调味品

第四节 2012年中国不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第十一章 2012年中国番茄酱行业市场竞争态势分析

第一2012年中国番茄酱行业发展周期分析

一、番茄酱行业的经济周期

二、番茄酱行业的增长性与波动性

三、番茄酱行业的成熟度

第二节 2011年中国番茄酱行业国际竞争者的影响分析

一、国际番茄酱企业分布情况分析

二、中国番茄酱行业国际进入情况分析

第三节 2012年中国番茄酱行业国际核心竞争优势分析

一、番茄种植地域优势

二、处于番茄酱消费量快速增长区域核心优势

三、成本优势

第十二章 中国番茄酱行业企业竞争形势分析

第一节 中粮屯河股份有限公司

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 新疆中基实业股份有限公司

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 新疆天业股份有限公司

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 天津中辰番茄制品有限公司

- 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 新疆统一企业食品有限公司

- 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 泰顺兴业食品有限公司

- 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 内蒙古屯河河套番茄制品有限责任公司

- 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 中粮屯河昌吉番茄制品有限公司

- 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 内蒙古河套沃得瑞番茄制品有限公司

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

第十节 天津市利民调料有限公司

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

第十三章 2013-2017年中国番茄酱行业发展趋势分析

第一节 2013-2017年中国番茄酱包装趋势分析

一、包装材料功能化

二、包装容器轻量化

三、包装规格微型化

第二节 2013-2017年中国番茄酱行业产品销售市场预测分析

一、番茄酱市场需求规模预测分析

二、番茄酱供给预测分析

三、番茄酱新增进出口预测分析

第三节 2013-2017年中国番茄酱行业市场盈利预测分析

第十四章 2013-2017年中国番茄酱行业投资形势分析

第一节 2013-2017年中国番茄酱行业投资机会分析

一、2013-2017年番茄酱行业主要区域投资机会

二、2013-2017年番茄酱行业主要出口投资机会

三、2013-2017年番茄酱企业的多元化投资机会

第二节 2013-2017年中国番茄酱行业投资风险分析

一、原料风险分析

二、汇率风险分析

三、竞争风险分析

四、其他风险分析

第三节 2013-2017年中国番茄酱行业企业发展策略分析

一、加强产品研发和市场开发，培育品牌

二、在终端市场方面，要做大销售规模，获取稳定的现金流和利润来源

三、对于品质要求不高的中端市场,采取适中的价格策略，保持销量稳定增长

四、低端市场主要消化低品质产品，对产品总体结构起到平衡作用

第四节 2013-2017年中国番茄酱行业营销策略分析

一、营销渠道模式分析

二、营销策略分析

三、产品策略分析

四、价格策略分析

第五节 博思数据投资建议

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1303/831984RK6E.html>