

# 2014-2019年中国辣椒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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2019年中国辣椒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/qitashipin1404/501285AMQH.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】2014-04-09

【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《2014-2019年中国辣椒酱市场监测及投资前景研究报告》共十章，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

近年来，随着中国经济的发展、居民收入水平的提高以及辣椒酱产品市场接受度的提升，中国辣椒酱市场规模呈稳步增长的趋势，截止到2013年底，中国辣椒酱市场规模达到259亿元。

资料来源：博思数据研究中心整理

辣椒酱是居民生活的必需品之一。在国民经济中，辣椒酱加工业虽然只是一个隶属于农副产品加工业的小行业，但对满足人民日常生活需求起到了非常重要的作用。总体而言，我国目前辣椒酱行业供大于求、产能过剩的现象仍然继续，市场辣椒酱价格走势低靡。全国而言，辣椒酱行业的产业区域差异显著。不同规模、不同所有制的企业在市场中的竞争日益激烈。

但是中国作为辣椒酱生产与消费大国，预计未来几年，辣椒酱行业市场规模增速仍将在7%以上，到2019年底，辣椒酱行业市场规模将达到387亿元。

资料来源：博思数据研究中心整理

随着我国经济的发展人民生活水平的显著提高，人们对于饮食的要求已经越来越高，风味多样、独特已经成为大众性的要求。在我国西南、西北、山东、东北、湖南等地，人们普遍喜欢食用辣味的食品，并且一般都有能力购买此类产品。在目前，尤其是在西南特别是四川地区的辣酱生产商已经有数百家之多，生产已经具备一定的规模，占领了大部分的市场。由于在地理上的差异性和生活习惯、方式上的不同的原因而使用辣酱的，放眼市场，此产品具有十分广泛的购买群体，且口味的多样性也是吸引消费者的重要原因。辣酱的食用面分布十分宽广，主要集中在西南、西北、湖南、华北和东北等中国大部分地区和全国各地的餐饮服务业。在现在也流传到了外国的很多地区和国家。目前辣椒酱的代表品类有贵州陶华碧老干妈

为代表的油辣椒系、湖南红翻天为代表的剁辣椒系和广西花桥为代表的桂林辣椒系。但市场相对零散，因并无大型调味品企业介入，行业走向集中约会到2020年。

## 第一章 国内辣椒酱行业品牌发展环境分析 1

### 第一节 产品/行业特征 1

#### 1、产品/行业定义 1

#### 2、产品/行业消费特征 3

### 第二节 经济环境特征 3

#### 一、中国GDP分析 3

#### 二、固定资产投资 12

#### 三、恩格尔系数分析 15

### 第三节 政策环境特征 17

#### 一、国家宏观调控政策分析 17

#### 二、辣椒酱行业相关政策分析 19

### 第四节 辣椒酱行业竞争特征 20

#### 一、国内外品牌竞争格局 20

#### 二、行业进入壁垒分析 22

#### 三、可替代品威胁分析 23

#### 四、贴牌加工产品市场威胁分析 24

### 第五节 辣椒酱行业技术环境特征 24

## 第二章 国内辣椒酱行业品牌产品市场规模分析 29

### 第一节 2009-2013年辣椒酱市场规模分析 29

### 第二节 2013年我国辣椒酱区域结构分析 29

### 第三节 辣椒酱区域市场规模分析 30

#### 一、东北地区市场规模分析 30

#### 二、华北地区市场规模分析 30

#### 三、华东地区市场规模分析 31

#### 四、华中地区市场规模分析 31

#### 五、华南地区市场规模分析 31

#### 六、西部地区市场规模分析 32

### 第四节 2014-2019年辣椒酱市场规模预测 32

### 第三章 国内辣椒酱行业品牌需求与消费者偏好调查 34

#### 第一节 2009-2013年辣椒酱产量统计分析 34

#### 第二节 2009-2013年辣椒酱历年消费量统计分析 35

#### 第三节 2009-2013年国内辣椒酱行业品牌产品平均价格走势分析 36

#### 第四节 辣椒酱产品目标客户群体调查 36

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查 36

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查 37

##### 三、不同地区的消费者偏好调查 37

#### 第五节 辣椒酱产品的品牌市场调查 38

##### 一、消费者对辣椒酱品牌认知度宏观调查 38

##### 二、消费者对辣椒酱产品的品牌偏好调查 39

##### 三、消费者对辣椒酱品牌的首要认知渠道 39

##### 四、消费者经常购买的品牌调查 40

##### 五、辣椒酱品牌忠诚度调查 41

##### 六、辣椒酱品牌市场占有率调查 41

##### 七、消费者的消费理念调研 42

#### 第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析 42

##### 一、价格敏感程度 42

##### 二、品牌的影响 44

##### 三、购买方便的影响 45

##### 四、广告的影响程度 47

##### 五、包装的影响程度 48

### 第四章 国内辣椒酱行业品牌产品市场供需渠道分析 51

#### 第一节 销售渠道特征分析 51

##### 一、供需渠道定义 51

##### 二、供需渠道格局 52

##### 三、供需渠道形式 53

##### 四、供需渠道要素对比 54

#### 第二节 销售渠道对辣椒酱行业品牌发展的重要性 56

#### 第三节 辣椒酱行业销售渠道的重要环节分析 58

##### 一、批发商 58

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）59

三、代理商 59

第四节 2011-2012年中国辣椒酱行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析 59

一、华东 59

中国辣椒酱行业品牌产品华东区域市场渠道情况

华东重点区域省市分布		市场份额	老干妈	上海、
江苏、浙江、福建	36.55%	花桥.桂林辣椒酱	上海、江苏、浙江	
15.01%	饭扫光	上海、山东、安徽	8.85%	海南黄灯笼辣
椒酱	江苏、山东、福建	8.02%	阿香婆辣椒酱	上海、浙江、山
东	6.75%	户户辣椒酱	安徽、福建	6.43%
	上海、江苏、浙江	5.58%	美乐牌香辣酱	江苏、浙江、福建
2.71%	辣妹子辣椒酱	上海、江苏、福建	2.18%	小康牛
肉酱	福建、山东、安徽	1.66%	其他	-
			6.26%	数据

来源：博思数据研究中心整理

二、中南 60 中国辣椒酱行业品牌产品中南区域市场渠道情况

中南重点区域省市分布		市场份额	&lt;老干妈	广
东、湖北、湖南	37.68%	花桥.桂林辣椒酱	广东、广西、海南	
16.53%	饭扫光	湖北、河南、广东	6.37%	海南黄灯笼辣
椒酱	海南、广东、湖北	6.12%	阿香婆辣椒酱	河南、湖北、广
东	5.85%	户户辣椒酱	广东、海南、湖北	5.34%
李锦记	广东、湖南、湖北	5.28%	美乐牌香辣酱	河南、湖北、
湖南	2.85%	辣妹子辣椒酱	湖南、广东、广西	2.38%
小康牛肉酱	河南、海南、广东	2.12%	其他	-
				9.48%

数据来源：博思数据研究中心整理

三、华北 61 中国辣椒酱行业品牌产品华北区域市场渠道情况

华北重点区域省市分布		市场份额	老干妈	北京、
天津、河北	39.31%	花桥.桂林辣椒酱	北京、天津、河北	17.47%
	饭扫光	北京、内蒙古、山西	6.16%	海南黄灯笼辣椒酱
	北京、天津、河北	6.02%	阿香婆辣椒酱	北京、天津、山西
5.18%	户户辣椒酱	北京、天津、河北	5.01%	李锦记

北京、天津、河北	4.23%	美乐牌香辣酱	北京、天津、河北
2.78%	辣妹子辣椒酱	北京、天津、河北	2.24%
肉酱	北京、天津、河北	2.07%	其他
		-	9.53%
来源：博思数据研究中心整理			

#### 四、西部 62 中国辣椒酱行业品牌产品西部区域市场渠道情况

西部重点区域省市分布	市场份额	老干妈	四川、
贵州、陕西	34.38%	花桥.桂林辣椒酱	四川、贵州、陕西
			17.14%
饭扫光	四川、陕西、青海	7.60%	海南黄灯笼辣椒酱
陕西、青海、新疆	6.61%	阿香婆辣椒酱	陕西、青海、宁夏
5.57%	户户辣椒酱	四川、陕西、青海	5.20%
			李锦记
四川、陕西、新疆	4.40%	美乐牌香辣酱	陕西、青海、宁夏
3.20%	辣妹子辣椒酱	陕西、陕西、宁夏	2.05%
肉酱	陕西、青海、宁夏	1.96%	其他
		-	11.89%
资料			

来源：博思数据研究中心整理

#### 第五节 销售渠道发展趋势分析 62

##### 一、渠道运作趋势发展 62

##### 二、渠道支持趋势发展 63

##### 三、渠道格局趋势发展 64

##### 四、渠道结构扁平化趋势发展 64

#### 第六节 销售渠道策略分析 65

##### 一、直接渠道或间接渠道的营销策略 65

##### 二、长渠道或短渠道的营销策略 66

##### 三、宽渠道或窄渠道的营销策略 66

##### 四、单一销售渠道和多销售渠道策略 67

##### 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 67

#### 第七节 销售渠道决策的评估方法 68

##### 一、销售渠道评估数学模型介绍 68

##### 二、财务评估法介绍 68

##### 三、交易成本评估法介绍 68

##### 四、经验评估法介绍 69

#### 第八节 2011-2013年国内辣椒酱行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析 70

- 一、国内生产企业投资运作模式 70
- 二、国内营销企业投资运作模式 70
- 三、外销与内销优势分析 71

## 第五章 国内辣椒酱行业进出口市场情况分析 73

### 第一节 2009-2013年国内辣椒酱行业进出口量分析 73

- 一、2009-2013年国内辣椒酱行业进口分析 73
- 二、2009-2013年国内辣椒酱行业出口分析 73

### 第二节 2014-2019年国内辣椒酱行业进出口市场预测分析 74

- 一、2014-2019年国内辣椒酱行业进口预测 74
- 二、2014-2019年国内辣椒酱行业出口预测 74

## 第六章 国内辣椒酱行业优势品牌企业分析 75

### 第一节 老干妈 75

- 一、公司及产品概况 75
- 二、品牌发展历程 75
- 三、近三年企业销售收入分析 76
- 四、近三年企业盈利能力分析 76
- 五、近三年公司产品变化 76
- 六、近三年品牌市场份额变化 77
- 七、公司品牌竞争策略 77

### 第二节 花桥 78

- 一、公司及产品概况 78
- 二、品牌发展历程 79
- 三、近三年企业销售收入分析 79
- 四、近三年企业盈利能力分析 79
- 五、近三年公司产品变化 80
- 六、近三年品牌市场份额变化 80
- 七、公司品牌竞争策略 80

### 第三节 户户 80

- 一、公司及产品概况 80
- 二、品牌发展历程 81



- 三、近三年企业销售收入分析 82
- 四、近三年企业盈利能力分析 82
- 五、近三年公司产品变化 82
- 六、近三年品牌市场份额变化 83
- 七、公司品牌竞争策略 83

#### 第四节 俊仁牌 83

- 一、公司及产品概况 83
- 二、品牌发展历程 84
- 三、近三年企业销售收入分析 84
- 四、近三年企业盈利能力分析 84
- 五、近三年公司产品变化 84
- 六、近三年品牌市场份额变化 85
- 七、公司品牌竞争策略 85

#### 第五节 青岛农一食品有限公司 85

- 一、公司及产品概况 85
- 二、品牌发展历程 86
- 三、近三年企业销售收入分析 86
- 四、近三年企业盈利能力分析 86
- 五、近三年公司产品变化 86
- 六、近三年品牌市场份额变化 87
- 七、公司品牌竞争策略 87

### 第七章 国内辣椒酱行业品牌竞争格局分析 88

#### 第一节 辣椒酱行业历史竞争格局概况 88

- 一、辣椒酱行业集中度分析 88
- 二、辣椒酱行业竞争程度分析 88

#### 第二节 辣椒酱行业企业竞争状况分析 88

- 一、领导企业的市场力量 88
- 二、其他企业的竞争力 89

#### 第三节 2014-2019年国内辣椒酱行业品牌竞争格局展望 89

### 第八章 2014-2019年国内辣椒酱行业品牌发展预测 91

## 第一节 2014-2019年辣椒酱行业品牌市场财务数据预测 91

### 一、2014-2019年辣椒酱行业品牌市场规模预测 91

### 二、2014-2019年辣椒酱行业总产值预测 91

### 三、2014-2019年辣椒酱行业利润总额预测 92

### 四、2014-2019年辣椒酱行业总资产预测 92

## 第二节 2014-2019年辣椒酱行业供需预测 93

### 一、2014-2019年辣椒酱产量预测 93

### 二、2014-2019年辣椒酱需求预测 94

### 三、2014-2019年辣椒酱供需平衡预测 94

### 四、2014-2019年主要辣椒酱产品进出口预测 95

## 第三节 2014-2019年辣椒酱行业投资机会 95

### 一、2014-2019年辣椒酱行业主要领域投资机会 95

### 二、2014-2019年辣椒酱行业出口市场投资机会 95

### 三、2014-2019年辣椒酱行业企业的多元化投资机会 96

## 第四节 影响辣椒酱行业发展的主要因素 97

### 一、2014-2019年影响辣椒酱行业运行的有利因素分析 97

### 二、2014-2019年影响辣椒酱行业运行的稳定因素分析 98

### 三、2014-2019年影响辣椒酱行业运行的不利因素分析 98

### 四、2014-2019年我国辣椒酱行业发展面临的挑战分析 98

### 五、2014-2019年我国辣椒酱行业发展面临的机遇分析 99

## 第五节 辣椒酱行业投资风险及控制策略分析 100

### 一、2014-2019年辣椒酱行业市场风险及控制策略 100

### 二、2014-2019年辣椒酱行业政策风险及控制策略 100

### 三、2014-2019年辣椒酱行业经营风险及控制策略 100

### 四、2014-2019年辣椒酱行业技术风险及控制策略 101

### 五、2014-2019年辣椒酱行业同业竞争风险及控制策略 101

### 六、2014-2019年辣椒酱行业其他风险及控制策略 102

## 第九章 2014-2019年国内辣椒酱行业品牌投资价值与投资策略分析 103

### 第一节 行业SWOT模型分析 103

#### 一、优势分析 103

#### 二、劣势分析 103

### 三、机会分析 103

### 四、风险分析 104

## 第二节 辣椒酱行业发展的PEST分析 104

### 一、政治和法律环境分析 104

### 二、经济发展环境分析 105

### 三、社会、文化与自然环境分析 108

### 四、技术发展环境分析 111

## 第三节 辣椒酱行业投资价值分析 111

### 一、2014-2019年辣椒酱市场趋势总结 111

### 二、2014-2019年辣椒酱发展趋势分析 112

### 三、2014-2019年辣椒酱市场发展空间 112

### 四、2014-2019年辣椒酱产业政策趋向 112

### 五、2014-2019年辣椒酱技术革新趋势 113

### 六、2014-2019年辣椒酱价格走势分析 113

## 第四节 辣椒酱行业投资风险分析 114

### 一、宏观调控风险 114

### 二、行业竞争风险 114

### 三、供需波动风险 114

### 四、技术创新风险 115

### 五、经营管理风险 115

### 六、其他风险 115

## 第五节 辣椒酱行业投资策略分析 116

### 一、重点投资品种分析 116

### 二、重点投资地区分析 116

### 三、项目投资建议 116

#### 1、投资额度建议 116

#### 2、技术性风险建议 117

#### 3、项目可行性分析 117

## 第十章 博思数据对国内辣椒酱行业总结及企业经营战略建议 118

### 第一节 辣椒酱行业问题总结 118

### 第二节 2014-2019年辣椒酱行业企业的标杆管理 119

一、国内企业的经验借鉴 119

二、国外企业的经验借鉴 119

第三节 2014-2019年辣椒酱行业企业的资本运作模式 120

一、辣椒酱行业企业国内资本市场的运作建议 120

1、辣椒酱行业企业的兼并及收购建议 120

2、辣椒酱行业企业的融资方式选择建议 121

二、辣椒酱行业企业海外资本市场的运作建议 123

第四节 2014-2019年辣椒酱行业企业营销模式建议 123

一、辣椒酱行业企业的国内营销模式建议 123

1、辣椒酱行业企业的渠道建设 123

2、辣椒酱行业企业的品牌建设 125

二、辣椒酱行业企业海外营销模式建议 126

1、辣椒酱行业企业的海外细分市场选择 126

2、辣椒酱行业企业的海外经销商选择 127

第五节 辣椒酱市场的重点客户战略实施 127

一、实施重点客户战略的必要性 127

二、合理确立重点客户 129

三、对重点客户的营销策略 130 图表目录（部分）：

图表：2009-2013年中国GDP产值及增速统计分析

图表：2012-2013年1-4季度中国GDP增长速度分析

图表：2013年中国固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年中国分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2013年中国固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年中国房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：2007-2013年中国人口自然增长率分析

图表：2009-2013年中国高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数（万人）

图表：2009-2013年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2009-2013年中国城镇化率发展分析

图表：2013年全国居民消费价格涨跌幅（%）

图表：2013年12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅（%）

图表：2013年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅（%）

图表：2013年12月居民消费价格主要数据

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业企业数量分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业资产规模分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业销售规模分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业利润规模分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业产成品分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业工业销售产值分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业出口交货值分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业销售成本分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业销售费用分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业管理费用分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业财务费用分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业盈利能力分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业偿债能力分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业运营能力分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业成长能力分析

图表：2013年中国辣椒酱行业需求区域分布格局

图表：2013年中国辣椒酱行业华东地区市场消费分析

图表：2013年中国辣椒酱行业中南地区市场消费分析

图表：2013年中国辣椒酱行业华北地区市场消费分析

图表：2013年中国辣椒酱行业西部地区市场消费分析

图表：2012-2013年企业一主要经济指标分析

图表：2012-2013年企业一盈利能力分析

图表：2012-2013年企业一偿债能力分析

图表：2012-2013年企业一运营能力分析

图表：2012-2013年企业一成长能力分析

图表：2012-2013年企业二主要经济指标分析

图表：2012-2013年企业二盈利能力分析

图表：2012-2013年企业二偿债能力分析

图表：2012-2013年企业二运营能力分析

图表：2012-2013年企业二成长能力分析

图表：2012-2013年企业三主要经济指标分析

图表：2012-2013年企业三盈利能力分析

图表：2012-2013年企业三偿债能力分析

图表：2012-2013年企业三运营能力分析

图表：2012-2013年企业三成长能力分析

图表：2012-2013年企业四主要经济指标分析

图表：2012-2013年企业四盈利能力分析

图表：2012-2013年企业四偿债能力分析

图表：2012-2013年企业四运营能力分析

图表：2012-2013年企业四成长能力分析

图表：2012-2013年企业五主要经济指标分析

图表：2012-2013年企业五盈利能力分析

图表：2012-2013年企业五偿债能力分析

图表：2012-2013年企业五运营能力分析

图表：2012-2013年企业五成长能力分析

图表：2012-2013年企业六主要经济指标分析

图表：2012-2013年企业六盈利能力分析

图表：2012-2013年企业六偿债能力分析

图表：2012-2013年企业六运营能力分析

图表：2012-2013年企业六成长能力分析

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业市场规模增长预测

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业产量规模增长预测

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业需求规模增长预测

图表：2010-2013年中国辣椒酱行业市场盈利能力趋势预测

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业 提供系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1404/501285AMQH.html>