

2014-2020年中国鸡精市场 调研与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国鸡精市场调研与发展前景研究报告》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.cction.com/report/201404/103537.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

在发达国家例如欧美地区鸡精与味精的使用比例为90：10，中国香港地区的比例大约是85：15，即使是在人口不超过6000万的非洲国家纳米比亚地区，其鸡精的销量为8000吨。鸡精行业在中国风行还是最近几年的事情，它的诞生伴随着消费者生活水平的提高，健康饮食习惯的形成。消费者在追求的吃饱、吃好的同时要求菜肴更有鲜味、更有营养、更加健康。随着粤厨、粤菜在神州大地的流行，鸡精逐步成为一个巨大的产业发展起来。在众多的调味品中，消费者选择了鸡精，是因为鸡精有以下特性：原料上来说他是鸡肉与鸡蛋复合产生，既有鸡的鲜味又有鸡的香味；其化学成分上将是核苷酸与谷氨酸钠复合，鲜度相乘，实现增鲜调味二合一；鲜度与味精相比是味精的1.5-2倍，是营养成分更高的健康食品，这些优点使得鸡精取代味精只是时间上的问题。根据上海太太乐提供的数据，鸡精在上海、沿海地区超市鸡精与味精的销量对比显示，其销量已经与味精不相上下。鸡精行业在短短的几年时间里，便涌现了一大批优秀的企业。在这些企业中，企业的年平均增长率大部分都超过了50%。

随着生活水平的提高，消费者在吃好的基础上开始追求菜肴的更加鲜美，更富有营养。鸡精以其增鲜，增香不串味，迅速赢得消费者的喜爱。在经济发达的沿海城市，使用鸡精的消费者越来越多。探究城市里的鸡精能够迅速普及有一个重要的原因，发现与餐饮行业的推广有密切的关系。与此同时，由于消费者长期使用味精调味，再加上第二代味精也具有99%的增鲜功能，仍然有很多的消费者习惯用味精。尤其在比较落后的地方，还不知道鸡精是什么的消费者比比皆是。看来鸡精完全取代味精还有一定的时间，需要消费者对鸡精的了解，需要更多的鸡精企业参与到市场终端的竞争中去，因此鸡精企业任重道远。虽然鸡精行业从整体上讲，还处于一种市场的导入阶段。然而鸡精企业的发展很迅猛。纵观全国市场，根据市场占有率来看，分别是太太乐、豪吉、家乐位于前三位。其余品牌则是在各自的企业周边建设渠道，图谋发展。经过《中国鸡精行业标准》五年的实施，国内鸡精已大大趋于有序竞争状态，以太太乐品牌为代表的优质达标鸡精，正在以自己的独特方式渗入并提升消费者的生活“口味”与“品味”，最终为良性循环的鸡精行业市场奠定良好基础。

在区域市场上，太太乐凭借鸡精市场的第一品牌，迅速占据了华东、华北、东北、西北的市场并具有主导地位；在华中地区则是百家争鸣，有太太乐，百佳味、王牌、南家春等；在西南市场有豪吉占有主导地位，其他品牌有金宫、太太乐、百信、顶益等；华南由家乐唱主角。在川内市场鸡精的品牌有二百家以上，而本地市场多以作坊模式的居多。真正形成品牌、并且有一定占有率的不过十家左右。目前川内市场豪吉、金宫（百信）、的市场销售网络相对完善。尤其是豪吉，建立起了相对扁平的通路终端，以酒店供应和家庭消费两条渠道

为主要渠道，致力于渠道扁平化建设。在各大商场超市、大小干杂店、农贸市场产品的出样率良好，市场价格稳定。其分销深度已经渗透到周边二、三级市场，渠道的宽度与深度都已经健全。江苏以及华东其他地区，鸡精正在成为日益重要的调味品，主要原因来自于太太乐的市场引导。太太乐在渠道建设方面的模式和豪吉鸡精大体相似。但是，在渠道的深度和市场占有率方面，太太乐已经在缺乏竞争的市场建立了强大的品牌忠诚。

《2014-2020年中国鸡精市场调研与发展前景研究报告》依托我公司多年来对鸡精行业的研究，结合鸡精行业历年来供需关系变化规律，对行业内的企业群体进行了深入的调查与研究，采用定量及定性的科学研究方法撰写而成。《2014-2020年中国鸡精市场投资盈利分析及竞争策略研究报告》对我国鸡精行业及重点企业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性定量相结合的分析预测。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。

【 目 录 】

第一章 鸡精行业概述

第一节 概念

一、定义及分类

二、特点

第二节 行业发展成熟度

一、行业发展历程分析

二、行业中外行业成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 行业特征分析

一、行业规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际行业

五、主要竞争因素

第二章 2011-2012年鸡精行业全球发展分析

第一节 全球鸡精行业发展分析

一、2011年全球鸡精行业发展分析

二、2012年全球鸡精行业发展分析

第二节 2012年全球行业分析

一、全球需求分析

二、欧美需求分析

三、中外行业对比

第三节 2011-2012年主要国家或地区鸡精行业发展分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三章 中国鸡精行业发展宏观环境分析

第一节 2011-2012年经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、工业发展形势分析

第二节 2011-2012年鸡精行业政策法规环境分析

一、行业政策环境

二、国内宏观政策对其影响

三、行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

第四章 2011-2012年中国鸡精行业整体运行分析

第一节 2011-2012年中国鸡精行业发展状况

一、行业发展动态

二、行业经营业绩分析

第二节 2012年中国鸡精行业供需状况

一、行业产能分析

二、供给分析

三、需求分析

第三节 2011-2012年中国鸡精行业产品价格分析

一、2011年产品价格分析

二、2012年产品价格分析

第四节 2011-2012年中国鸡精行业成本分析

一、原材料分析

二、劳动力分析

三、运输成本分析

第五章 2011-2012年鸡精行业区域分析

一、华北行业

二、东北行业

三、华中行业

四、华东行业

五、华南行业

六、西南行业

七、西北行业

第六章 2008-2012年中国鸡精行业运行效益分析

第一节 总产值分析

一、2008-2012年鸡精行业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 销售总量分析

一、2008-2012年鸡精行业销售总量分析

二、不同规模企业销售总量比较分析

三、不同所有制企业销售总量比较分析

第三节 产品成本费用分析

一、2008-2012年鸡精行业成本费用总额分析

二、不同规模企业产品成本比较分析

三、不同所有制企业产品成本比较分析

第四节 利润总额分析

一、2008-2012年鸡精行业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第七章 2011-2012年中国鸡精行业进出口分析

第一节 2011-2012年鸡精行业进出口总况分析

一、进口总量统计

二、出口总量统计

第二节 2011-2012年鸡精行业主要进出口国分析

一、主要进口国

二、主要出口国

第三节 2011-2012年鸡精行业分产品进出口价格分析

一、总体价格进出口分析

二、细分产品进出口价格分析

三、影响价格因素分析

第四节 2011-2012年鸡精行业进出口行业影响因素分析

一、税收政策影响

二、国际金融危机的影响

三、国内外需求变化影响

四、贸易壁垒影响分析

第八章 鸡精行业产业链分析

第一节 产业链分析

一、行业经济特性

二、产业链结构分析

第二节 上下游产业发展对行业的影响分析

一、上游产业发展对该行业的影响

二、下游产业发展对该行业的影响

三、整体行业变化对该行业的影响

第九章 2011-2012年鸡精行业竞争格局分析

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、企业集中度分析

二、区域集中度分析

三、产品集中度分析

第三节 中国鸡精行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、行业结构与竞争状态

五、政府的作用

第十章 2012年中国鸡精行业内重点企业竞争策略分析

第一节行业内主要企业竞争力综合表现分析

一、资产总计对比分析

二、从业人员对比分析

三、全年营业收入对比分析

四、出口交货值对比分析

五、利润总额对比分析

六、综合竞争力对比分析

第二节主要企业产品增长及策略分析

一、2012年行业增长潜力分析

二、2012年主要潜力品种分析

三、现有产品竞争策略分析

四、潜力品种竞争策略选择

第三节鸡精行业企业竞争策略总结

一、产品策略

二、价格策略

三、销售渠道策略

四、促销策略

第十一章 2012年中国鸡精行业内重点企业分析

第一节企业一

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第二节企业二

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第三节企业三

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第四节企业四

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第五节企业五

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第六节企业六

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第十二章 2014-2020年鸡精行业投资机会与风险分析

第一节鸡精行业投资收益率比较及分析

一、2012年相关产业投资收益率比较

二、2013-2017行业投资收益率分析

第二节2014-2020年鸡精行业投资预测分析

一、投资状况分析

二、投资效益分析

三、投资趋势预测

四、投资方向分析

五、51报告在线对鸡精行业的投资建议

第三节2014-2020年影响鸡精行业发展的主要因素分析

一、有利因素

二、不利因素

四、面临的挑战

五、面临的机遇

第五节2014-2020年中国鸡精行业投资风险分析

一、行业风险

二、政策风险

三、经营风险

四、技术风险

五、其他风险

第十三章 2014-2020年中国鸡精行业发展趋势预测分析

第一节2014-2020年鸡精行业发展环境展望

一、宏观经济形势展望

二、政策走势展望

三、国际行业走势展望

第二节 2014-2020年鸡精行业发展趋势分析

一、技术发展趋势分析

二、产品发展趋势分析

三、行业竞争格局展望

第三节2014-2020年中国鸡精行业发展前景预测

一、行业总产值预测

二、行业销售收入预测

三、行业产品产销预测

四、行业进出口预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103537.html>