

2019年中国调味品行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2019年中国调味品行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/440722440722.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

随着消费水平的提高，同时也带动着我国食品行业的发展。从调味品行业收入情况来看，调味品市场规模在扩大，增速却在放缓。营业收入是重要的衡量指标。从2011年至2017年，虽然增速有所波动，但整体而言呈现出下滑的趋势。因此，经过了前些年的高增长后，未来调味品增速很有可能会继续下滑，收入增长逐渐变慢。

调味品收入及增速

数据来源：国家统计局

在消费模仿的背景下，消费者的消费水平逐渐上升，具有高品质的产品更容易受到消费者的青睐，因此头部企业能够因此获得较大的发展空间，行业集中度将能够得到提升。

调味品为消费者每天生活中所必需的产品，弹性较低，因此容易在消费模仿过程中成为被模仿的标的行业。在三四线城市消费者向一二线城市消费者进行消费模仿时，消费者会思考一个问题——什么样的产品是更好的产品，是一二线消费者会选择的产品，消费者难以熟悉每个消费品，在不熟悉的领域，消费者听说过的，有名的产品就会成为首要的选择，极具有高品牌力的产品将会受到青睐。而龙头企业由于具有更高的品牌力，因此容易被消费者选择。

中国市场消费者首选十大品牌

品牌

消费者触及数（百万）

渗透率（%）

购买频次

伊利

1218

89.6

7.9

蒙牛

1043

87.2

6.9

康师傅

916

82.6

6.4

海天

499

71.4

4.1

旺旺

475

65.8

4.2

双汇

429

59.1

4.2

光明

428

40.9

6.1

统一

394

59.6

3.8

立白

380

66.5

3.3

农夫山泉

335

55.3

3.5资料来源：国家统计局

在调味品领域同样如此，根据十大品牌网所公布的调味品品牌榜，可以看到，品牌力高的公司都具有较强的知名度，并且能够获取较高行业地位。此外，海天、中炬、恒顺等为上市公司，说明了高品牌力的产品确实能在一定程度上获得消费者的信赖。这种信赖，在消费模仿过程中，将形成较大的优势。

调味品十大品牌

简介

海天

海天，中国最大的专业调味品生产企业，溯源于清乾隆年间的佛山酱园，至今已有300年的历史，其工艺讲究、口感醇厚的酿造方法领先同侪。

李锦记

1888年，李锦记创办人李锦裳先生于广东省珠海南水镇发明蚝油，创立李锦记。历经121年的持续发展，李锦记已成为一个家喻户晓的酱料王国。

老干妈

目前老干妈公司已形成日产量120万瓶辣椒制品的生产能力，主要生产风味豆豉、油辣椒、鲜牛肉末、水豆豉、风味腐乳等20余个系列产品，是目前国内生产及销售最大的辣椒制品生产企业。

太太乐

创立于1989年，雀巢公司旗下，鸡精/鸡粉行业标准制定单位，专注于鲜味料研究开发的食品企业

王致和

“王致和”品牌始创于清康熙八年（公元1669年），距今已有三百四十余年的历史。“王致和腐乳酿造技艺”已经进入国家级非物质文化遗产保护名录。

厨邦

广东美味鲜调味食品有限公司是专业生产调味品的现代化大型企业，是我国调味品行业的主要品牌企业之一。

恒顺

恒顺，源自佛家《华严经》：恒顺众生；意为：永远顺随众生之善性所需。1840年，丹徒人朱兆怀秉承“恒顺众生”经营理念创立“朱恒顺糟坊”，由此开启“百年恒顺”发展征程。

王守义-十三香

驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司前身是驻马店市兴隆堂十三香调味品有限公司，由王守义先生始创于1984年，生产经营王守义十三香系列清真调味品。

欣和

烟台欣和味达美食品有限公司开发区工厂成立于2002年3月，是欣和企业酿造酱油主要生产基地之一，位于烟台经济技术开发区。

味事达

公司致力于在调味品市场调研、产品研发、高质生产、深化营销以及完善售后服务等方面不断进步，持续为消费者提供多元化的优质调味品选择。资料来源：国家统计局

以海天、中炬与恒顺为例，在消费模仿的背景下，营业收入还具有增长空间。

2015-2018年海天、中炬、恒顺营业收入增加比例

资料来源：国家统计局

从营业收入增加的比例可以看到，2018年海天的比例较小，这与海天目前全国化已经取得一定成效，消费者接受程度较高有关。而中炬与恒顺则增加的比例较多，说明了在低线城市，消费者对于恒顺与中炬的消费力仍然不够。

随着国家对食品安全的日趋重视和消费者食品安全意识以及权益保护意识的增强，产

品质量、食品安全控制已经成为食品加工企业经营的重中之重。如果企业在生产过程中出现疏忽，发生食品安全问题，可能会增加公司的成本或减少公司的收入，甚至影响公司的品牌和美誉度。如果行业内个别企业发生严重的食品安全事故，所产生的负面影响将会波及整个行业，对行业形象、消费者信心造成严重损害，将对调味品行业企业的产品销售产生重大影响。

随着我国快捷消费食品安全的标准越来越高，行业进入门槛不断提高；同时随着市场竞争的不断深入，调味品行业市场份额有进一步集中的可能。市场门槛不高，新产品层出不穷。在行业竞争加剧的情况下，如果现有企业不能注重创新，提高自身竞争力，很有可能被消费者淘汰。（LXY）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国调味品行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2019年中国调味品行业发展概述

第一节 调味品行业发展情况概述

- 一、调味品行业相关定义
- 二、调味品行业基本情况介绍
- 三、调味品行业发展特点分析

第二节 中国调味品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、调味品行业产业链条分析
- 三、中国调味品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国调味品行业生命周期分析

- 一、调味品行业生命周期理论概述
- 二、调味品行业所属的生命周期分析

第四节 调味品行业经济指标分析

- 一、调味品行业的赢利性分析
- 二、调味品行业的经济周期分析
- 三、调味品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国调味品行业进入壁垒分析

- 一、调味品行业资金壁垒分析
- 二、调味品行业技术壁垒分析
- 三、调味品行业人才壁垒分析
- 四、调味品行业品牌壁垒分析
- 五、调味品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球调味品行业市场发展现状分析

第一节 全球调味品行业发展历程回顾

第二节 全球调味品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲调味品行业地区市场分析

- 一、亚洲调味品行业市场现状分析
- 二、亚洲调味品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲调味品行业市场前景分析

第四节 北美调味品行业地区市场分析

- 一、北美调味品行业市场现状分析
- 二、北美调味品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美调味品行业市场前景分析

第五节 欧盟调味品行业地区市场分析

- 一、欧盟调味品行业市场现状分析
- 二、欧盟调味品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟调味品行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界调味品行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球调味品行业市场规模预测

第三章 中国调味品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品调味品总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国调味品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国调味品产业社会环境发展分析

- 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
- 五、消费观念分析

第四章 中国调味品行业运行情况

第一节 中国调味品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国调味品行业市场规模分析

第三节 中国调味品行业供应情况分析

第四节 中国调味品行业需求情况分析

第五节 中国调味品行业供需平衡分析

第六节 中国调味品行业发展趋势分析

第五章 中国调味品所属行业运行数据监测

第一节 中国调味品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国调味品所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国调味品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2019年中国调味品市场格局分析

第一节 中国调味品行业竞争现状分析

一、中国调味品行业竞争情况分析

二、中国调味品行业主要品牌分析

第二节 中国调味品行业集中度分析

一、中国调味品行业市场集中度分析

二、中国调味品行业企业集中度分析

第三节 中国调味品行业存在的问题

第四节 中国调味品行业解决问题的策略分析

第五节 中国调味品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2019年中国调味品行业需求特点与动态分析

第一节 中国调味品行业消费市场动态情况

第二节 中国调味品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 调味品行业成本分析

第四节 调味品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国调味品行业价格现状分析

第六节 中国调味品行业平均价格走势预测

一、中国调味品行业价格影响因素

二、中国调味品行业平均价格走势预测

三、中国调味品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国调味品行业区域市场现状分析

第一节 中国调味品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区调味品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区调味品市场规模分析

四、华东地区调味品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区调味品市场规模分析

四、华中地区调味品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区调味品市场规模分析

四、华南地区调味品市场规模预测

第九章 2016-2019年中国调味品行业竞争情况

第一节 中国调味品行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国调味品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国调味品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 调味品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国调味品行业发展前景分析与预测

第一节 中国调味品行业未来发展前景分析

一、调味品行业国内投资环境分析

二、中国调味品行业市场机会分析

三、中国调味品行业投资增速预测

第二节 中国调味品行业未来发展趋势预测

第三节 中国调味品行业市场发展预测

一、中国调味品行业市场规模预测

二、中国调味品行业市场规模增速预测

三、中国调味品行业产值规模预测

四、中国调味品行业产值增速预测

五、中国调味品行业供需情况预测

第四节 中国调味品行业盈利走势预测

一、中国调味品行业毛利润同比增速预测

二、中国调味品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国调味品行业投资风险与营销分析

第一节 调味品行业投资风险分析

一、调味品行业政策风险分析

二、调味品行业技术风险分析

三、调味品行业竞争风险分析

四、调味品行业其他风险分析

第二节 调味品行业企业经营发展分析及建议

一、调味品行业经营模式

二、调味品行业销售模式

三、调味品行业创新方向

第三节 调味品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国调味品行业发展战略及规划建议

第一节 中国调味品行业品牌战略分析

一、调味品企业品牌的重要性

二、调味品企业实施品牌战略的意义

三、调味品企业品牌的现状分析

四、调味品企业的品牌战略

五、调味品品牌战略管理的策略

第二节 中国调味品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国调味品行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国调味品行业发展策略及投资建议

第一节 中国调味品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国调味品行业定价策略分析

第三节 中国调味品行业营销渠道策略

一、调味品行业渠道选择策略

二、调味品行业营销策略

第四节 中国调味品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国调味品行业重点投资区域分析

二、中国调味品行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/440722440722.html>