

2018年中国调味品行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

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《2018年中国调味品行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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/canyin/332365332365.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、行业情况

调味品是指在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和滋味、气味，并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。我国自古就有“民以食为天、食以味为先”的说法，可见调味品在人们日常生活中的重要性。调味品包括咸味剂、酸味剂、甜味剂、鲜味剂和辛香剂等，食盐、酱油、食醋、榨菜、腐乳、豆瓣酱、西红柿酱、蚝油、味精、鸡精、咖喱、花椒、芥末等都是常见调味品。

调味品作为日常烹饪的配料，需求稳定，基本不存在周期性、季节性的特点。调味品行业具有区域和民族特色，是一个种类多元且空间开阔的市场。地方性和全国性的调味品品牌在区域差异化特征的背景下相互竞争，经过市场筛选，逐渐形成各类龙头品牌百花齐放的格局。随着人们生活水平的逐渐提高，对调味品的需求也在不断提高。

调味品行业细分是遵循地域的饮食习惯以及新兴的饮食潮流而来。突出“健康”、“自然”、“绿色”和个性化等元素，使调味品行业呈多元化方向发展，预计细分的趋势将会沿着不同的功能细分、人群细分。主要体现在如下几个方面：1、产品细分化、多元化的趋势日益明显；2、高新技术的应用将不断提升行业的整体水平；3、产品升级节奏越来越快；4、渠道运营多样化；5、区域品牌全国化。

二、行业驱动因素

1、人均消费量低，未来空间有望扩容

以酱油为例，根据调味品行业协会的统计数据，我国酱油人年均消费约3.7公斤，仅及日本或其他习惯消费酱油的东方国家/地区的30%-50%。显示我国酱油未来消费潜力较大，随着人民生活水平的提高，酱油的需求量会进一步增长。另一方面，随着国家提升安全、质量、环保方面的要求和加大执法力度，一批质量不达标的企业将逐步被淘汰，为酱油品牌企业释放出一定空间，使其获得更大的市场份额。

调味品行业未来市场空间增量来在于消费场景变化、渠道下沉以及高端餐饮复苏。调味品应用场所为家庭消费、餐饮消费及食品加工，主要消费渠道为商超、直接供销与批发市场，随着餐饮外卖与外出就餐比重提升，调味品消费领域更多向餐饮领域转移，餐饮消费占比达45%，超过家庭消费占比30%；其次，城镇化加速与便利店快速发展，调味品销售渠道不断下沉，乡镇广阔的市场空间逐步被覆盖，调味品市场空间迎来极大扩容；此外，近年餐饮收入保持10%以上增速，大众消费成为拉动餐饮业增长的主要动力，而限制三公消费对高端餐饮的负面影响基本已经释放完毕，高端餐饮对调味品等原材料有更高要求，拉动调味品需求量会更加明显。

2、集中度提升，利好行业龙头

从2017年前三季度业绩端可以看出，上市公司业绩情况优于去年。海天味业、中炬高新、千禾味业、恒顺醋业分别达到24.5%、40.3%、45.1%、24.5%净利润增速。龙头企业

得益于更高的定价权，在提价过程中有先发优势，企业应对措施积极，提价后对销量影响较小。而小企业受龙头提价影响较大，毛利空间压缩非常明显。数据显示，过去7年国内调味品单价CAGR约为4.1%，高于香港地区3.7%、美国2.8%、英国3.6%及德国0.8%。

通过行业前三大公司市占率比例变化，我们可以明显看到集中度的加速提升。行业CR3收入占比在2011年时为5.4%，而截至2016年底占比已达到7%左右。全国品牌和区域优势品牌增长更快，使得调味品行业的市场份额逐渐向龙头集中。

图表：调味品行业集中度逐步提升

观研天下发布的《2018年中国调味品行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、调味品T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 2015-2017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 国中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 2015-2017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 2018-2024年世界调味品行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球调味品行业市场规模预测

第三章 2015-2017年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、全社会消费品零售总额

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、调味品环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

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 2015-2017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 2015-2017年中国调味品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国调味品行业消费特点

第二节 中国调味品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 调味品行业成本分析

第三节 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

第四节 中国调味品行业价格现状分析

第五节 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 2015-2017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

第九章 2015-2017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（调味品T）

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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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

第二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

第三节中国调味品行业价格策略

第四节 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（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/332365332365.html>