

2020年中国调味品行业分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2020年中国调味品行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/474931474931.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

调味品是指在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和味道和气味并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。调味品在我国已有数千年发展历史，自古就有“民以食为天、食以味为先”的说法，是我国饮食文化的重要元素。随着生活水平的提高，人们对饮食的要求也越来越高，调味品作为味觉主要的载体，也从不起眼的“小产品”受到消费者越来越多的关注。

受益于餐饮业、食品加工业的快速发展以及老百姓生活消费的升级，我国调味品行业稳步成长。中国调味品是具有典型中国特色的消费品，也是老百姓“衣食住行”中离不开的刚性需求。据中国调味品协会百强企业统计，2013-2019年我国调味品产量逐年增长。2019年我国调味食品总产量达到1428.9万吨，同比增长12.82%。

2013-2019年我国调味品产量及增长情况

数据来源：公开资料整理

我国调味品行业繁荣发展，行业品牌企业日益强大，品牌企业市场份额进一步提高，行业产品呈现细分化、多元化、结构性升级的趋势。据调味品协会开展的中国著名品牌企业100强数据统计显示，2014-2019年，调味品行业百强企业销售收入逐年增长，2019年为1051.1亿元，百强企业销售收入总量首次过千亿。

2014-2019年我国调味品行业百强企业销售收入及增长情况

数据来源：公开资料整理

从消费需求来看，我国调味品市场需求主要来源于餐饮业、家庭消费（零售）和食品加工工业。其中，餐饮端是调味品行业大的市场需求。根据资料显示，餐饮业消费占比从2004年的51%提升至2018年的56%，家庭消费与食品加工约各占30%、14%。

调味品消费渠道分布分析

数据来源：公开资料整理

随着外出就餐比例的提高以及大众餐饮、外卖餐饮的发展，未来餐饮端的消费比重有进一步抬高的趋势。相较餐饮端和家庭端，食品加工业对产品需求相对简单，一般以基础调味料为主，核心调味配方自己调配，对价格比较敏感，不是大多数调味品企业的主要发力方向。调味品的销售渠道近年来发生了很大的转变，由传统的线下经销商渠道开始向线上线下相结合的新零售体系转变。同时，由于行业中风味解决方案提供商的出现，也分食了部分原有经销商的餐饮渠道业务。

（1）调味品升级趋势明显

调味品呈现出明显的消费升级趋势。近年来，随着居民消费水平的不断提高，消费者对调味品品牌、质量、应用场景日益重视，愿意支付更多去获得风味更好的调味品，由此带来了高端调味品消费数量逐年增加，调味品行业内部呈现出产品结构向高端方向升级的趋势。

（2）产品的多元化程度提高 调味品品类多元化是未来的发展趋势。随着经济发展

，物质生活丰富，消费者对美食多样性及烹饪便利性的追求带来对通用型产品的认同逐渐降低，进而催生出调味品的功能细分及品类多元化，消费者通常会选用不同品类的调味品用于烹饪或调制特定风味的食品。

（3）产品向健康化发展 近年来，人民对健康美好生活的不懈追求促使大家越来越关注食品本身的健康安全，国家亦从法律层面规范食品企业的生产经营行为，调味品企业顺应市场健康化的消费理念，不断开发出具有健康概念的产品。许多企业的调味食品及调味配料开始以天然香辛料及香菇类原料为原材料，使调味品的品种增长，符合行业多元化、健康化的发展方向。

（4） 线下销售除传统方式外产生新变化

1)关联营销，如卖寿司旁边陈列芥末酱，卖海鲜旁边陈列海鲜酱；

2)联合营销，如鸡精和鸡蛋的战略联合；

3)附带营销，如美菜、有菜、饿了么、美团等网站通过线上线下的融合，开创了调味品营销新渠道。

（5）线上线下结合的新零售体系 线上线下的融合已经从全渠道转为新零售，全渠道是线上线下渠道叠加，新零售则是线上线下实现融合。新零售格局的形成，打通了线上和线下销售的界限，实现了无缝衔接。线上下单、线下送货，产品快速到达消费者手中。另外，各大电商平台通过大数据锁定目标消费群体，通过精准推送消费者关注的文章及内容来引导消费和促进销售。

（6）新媒体传播方式带动 随着新媒体传播方式的兴起，网络直播、网红带货和内容情感营销方式也通过线上的形式在调味品销售中被采用。在线情景式消费体验的模式，由于直观、有趣、带人生活的场景，面向年轻人，成为调味品企业抓住新消费和新的消费群体的方式之一。（TJL）

观研报告网发布的《2021年中国调味品行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。 行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章2017-2021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

四、调味品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、调味品行业需求主体分析

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、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制

（3）竞争协调机制

四、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2017-2021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、欧洲调味品行业地区市场分析
 - 一、欧洲调味品行业市场现状分析
 - 二、欧洲调味品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲调味品行业市场前景分析
- 第六节、2021-2026年世界调味品行业分布走势预测
- 第七节、2021-2026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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

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、我国调味品行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国调味品行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节、中国调味品行业供需平衡分析

第八节、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2017-2021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影响因素分析

二、中国调味品行业市场集中度分析

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、中国调味品行业钻石模型分析

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2017-2021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、调味品行业成本结构分析

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2017-2021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2017-2021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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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2021-2026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2021-2026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

四、调味品行业其他风险分析

第二节、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2021-2026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的重点客户战略实施

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2021-2026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

图表详见报告正文

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/474931474931.html>