

2021年中国复合调味品行业分析报告- 行业竞争现状与发展战略规划

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《2021年中国复合调味品行业分析报告-行业竞争现状与发展战略规划》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/549092549092.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

复合调味品发展尚处于成长阶段

根据最新国标定义，复合调味料是指使用两种或两种以上的调味料为原料，添加或不添加辅料，经相应工艺加工制成的可呈液态、半固态或固态的产品。这并非一个新兴的概念，餐饮厨师使用手工调制的复合调味品进行烹饪历史久远，食品加工端使用固态复合调味品也有近20年的历史，而餐饮和消费端的复合调味品在近5年才步入高速发展阶段。

根据国家2007年对调味品的国标定义中的分类，复合调味品主要分为固态、液态、酱类三种。而从三大类中细分的子品类所涵盖的产品看，2007年的国标已无法完全囊括当前市场所流通的复合调味品产品。

国标GB/T20903-2007对复合调味料分类 资料来源：观研天下数据中心整理

1990年之前，复合调味品行业处在萌芽阶段，1982年，天津调味品研究所开发出中式菜肴复合调味品，并首先使用复合调味品这一名词。同期，我国自主研发肉骨膏粉的企业也逐渐涌现。在90年代到2000年期间，国际复调料公司开始进入中国，并带来了较为先进的管理方式和营销思路。同时我国也实现了酵母抽提物和肉类抽提物的国产化，为复合调味料的发展提供了原料基础。2000年以后，复调料逐渐走上快速发展期。

不同类型调味品所处行业生命周期 资料来源：观研天下数据中心整理

市场空间巨大，行业保持高速增长

我国复合调味品行业处于高速成长阶段，凭借便捷性、标准化、复合化等特征，未来调味品行业核心消费品将从基础调味料（酱油、醋、味精）向功能化、复合化调味品迭代。近年，伴随川菜连锁餐饮在全国范围内快速扩张，复合调味料中的火锅调味料和中式复调料表现亮眼，两大优质细分赛道率先进入高速发展阶段。2018年行业市场规模达到千亿规模，预计未来在高增速驱动下，到2024年市场规模将达到2517亿元。

2016-2024年我国复合调味品市场空间及预测

资料来源：观研天下数据中心整理

行业竞争格局分散，龙头地位尚不稳固

复合调味品行业当前处在发展阶段，竞争格局相对分散。短期来看行业空间仍然广阔，各细分赛道中机会众多，行业内公司普遍进入细分市场抢占增量空间，行业集中度难以快速提高。中长期看，行业中具有先发优势的公司未来有望保持领先地位。

从品类看，当前行业产品竞争主要集中在火锅底料、中餐调味料以及佐餐酱三类。其中ToB端的日辰股份和安记食品主营业务都涉及调味粉和调味酱产品。而行业龙头颐海国际和天味食品则主要在火锅底料和中式复调料建立较为完整的产品矩阵。此外，传统酱油龙头海天和中炬跨界进入复调料行业后，均推出了火锅底料和佐餐酱产品。

短期来看，川菜、火锅和烧烤类餐饮业态相对契合连锁化模式，因此近年配套的火锅底料和川式复合调味料成为复调料行业中增速最快的细分赛道，大量调味品公司开始涉足这两

类产品。但同时，由于准入门槛低，产品同质化严重，因此行业中尚未产生绝对龙头。
2020年复合调味品行业集中度分布 资料来源：观研天下数据中心整理（YM）

观研报告网发布的《2021年中国复合调味品行业分析报告-行业竞争现状与发展战略规划》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年中国复合调味品行业发展概述

第一节 复合调味品行业发展情况概述

一、复合调味品行业相关定义

二、复合调味品行业基本情况介绍

三、复合调味品行业发展特点分析

四、复合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、复合调味品行业需求主体分析

第二节 中国复合调味品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、复合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、中国复合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 中国复合调味品行业生命周期分析

一、复合调味品行业生命周期理论概述

二、复合调味品行业所属的生命周期分析

第四节 复合调味品行业经济指标分析

一、复合调味品行业的赢利性分析

二、复合调味品行业的经济周期分析

三、复合调味品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国复合调味品行业进入壁垒分析

一、复合调味品行业资金壁垒分析

二、复合调味品行业技术壁垒分析

三、复合调味品行业人才壁垒分析

四、复合调味品行业品牌壁垒分析

五、复合调味品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球复合调味品行业市场发展现状分析

第一节 全球复合调味品行业发展历程回顾

第二节 全球复合调味品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲复合调味品行业地区市场分析

一、亚洲复合调味品行业市场现状分析

二、亚洲复合调味品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲复合调味品行业市场前景分析

第四节 北美复合调味品行业地区市场分析

一、北美复合调味品行业市场现状分析

二、北美复合调味品行业市场规模与市场需求分析

三、北美复合调味品行业市场前景分析

第五节 欧洲复合调味品行业地区市场分析

一、欧洲复合调味品行业市场现状分析

二、欧洲复合调味品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲复合调味品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界复合调味品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球复合调味品行业市场规模预测

第三章 中国复合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、全社会消费品复合调味品总额

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 中国复合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 中国复合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 中国复合调味品行业运行情况

第一节 中国复合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 中国复合调味品行业市场规模分析

第三节 中国复合调味品行业供应情况分析

第四节 中国复合调味品行业需求情况分析

第五节 我国复合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

第六节 中国复合调味品行业供需平衡分析

第七节 中国复合调味品行业发展趋势分析

第五章 中国复合调味品所属行业运行数据监测

第一节 中国复合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 中国复合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 中国复合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年中国复合调味品市场格局分析

第一节 中国复合调味品行业竞争现状分析

一、中国复合调味品行业竞争情况分析

二、中国复合调味品行业主要品牌分析

第二节 中国复合调味品行业集中度分析

一、中国复合调味品行业市场集中度影响因素分析

二、中国复合调味品行业市场集中度分析

第三节 中国复合调味品行业存在的问题

第四节 中国复合调味品行业解决问题的策略分析

第五节 中国复合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年中国复合调味品行业需求特点与动态分析

第一节 中国复合调味品行业消费市场动态情况

第二节 中国复合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 复合调味品行业成本结构分析

第四节 复合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 中国复合调味品行业价格现状分析

第六节 中国复合调味品行业平均价格走势预测

- 一、中国复合调味品行业价格影响因素
- 二、中国复合调味品行业平均价格走势预测
- 三、中国复合调味品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国复合调味品行业区域市场现状分析

第一节 中国复合调味品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区复合调味品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区复合调味品市场规模分析
- 四、华东地区复合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、华中地区复合调味品市场规模分析
- 四、华中地区复合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、华南地区复合调味品市场规模分析
 - 四、华南地区复合调味品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国复合调味品行业竞争情况

第一节 中国复合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 中国复合调味品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国复合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 复合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年中国复合调味品行业发展前景分析与预测

第一节 中国复合调味品行业未来发展前景分析

一、复合调味品行业国内投资环境分析

二、中国复合调味品行业市场机会分析

三、中国复合调味品行业投资增速预测

第二节 中国复合调味品行业未来发展趋势预测

第三节 中国复合调味品行业市场发展预测

一、中国复合调味品行业市场规模预测

二、中国复合调味品行业市场规模增速预测

三、中国复合调味品行业产值规模预测

四、中国复合调味品行业产值增速预测

五、中国复合调味品行业供需情况预测

第四节 中国复合调味品行业盈利走势预测

- 一、中国复合调味品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国复合调味品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国复合调味品行业投资风险与营销分析

第一节 复合调味品行业投资风险分析

- 一、复合调味品行业政策风险分析
- 二、复合调味品行业技术风险分析
- 三、复合调味品行业竞争风险分析
- 四、复合调味品行业其他风险分析

第二节 复合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年中国复合调味品行业发展战略及规划建议

第一节 中国复合调味品行业品牌战略分析

- 一、复合调味品企业品牌的重要性
- 二、复合调味品企业实施品牌战略的意义
- 三、复合调味品企业品牌的现状分析
- 四、复合调味品企业的品牌战略
- 五、复合调味品品牌战略管理的策略

第二节 中国复合调味品行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国复合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年中国复合调味品行业发展策略及投资建议

第一节 中国复合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 中国复合调味品行业营销渠道策略

一、复合调味品行业渠道选择策略

二、复合调味品行业营销策略

第三节 中国复合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、中国复合调味品行业重点投资区域分析

二、中国复合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/549092549092.html>