

2021年中国调味品行业分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国调味品行业分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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：<https://baogao.chinabaogao.com/shipin/530870530870.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

调味品主要是指香草和香料。香草是各种植物的叶子。它们可以是新鲜的、风干的或磨碎的。香料是植物的种子、花蕾、果实、花朵、树皮和根。香料的味比香草浓烈得多。有些情况下，一种植物既能用于生产香草又能用于生产香料。有些调味品由多种香料混合而成（例如红辣椒粉），或者由多种香草混合而成（例如调味袋）。在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于改善食物的味道并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。

复合调味品是以两种或两种以上调味品为原料，添加或不添加油脂、天然香辛料及动植物等成分，采用物理的或生物的技术进行加工处理及包装，最终制成可供安全食用的一类定型调味料产品，又称复合调味料。从产品结构看，中国复合调味料市场可以分为5个大类，分别是鸡精、火锅调味料、中式复合调味料、西式调味料及其他。

调味品行业的渠道包括餐饮渠道、家庭渠道和工业渠道，其中餐饮渠道面向各类餐饮经营主体，占比约45%；零售渠道主要面向家庭消费者，占比约30%；工业渠道主要面向食品加工企业，占比约25%，餐饮渠道，是我国最主要的消费渠道。从国际经验来看，各国餐饮行业与调味品的规模基本保持在10:1的水平。

2020年调味品三大渠道市场占比 资料来源：中国调味品协会

餐饮行业的市场情况与调味品行业息息相关，餐饮渠道一直是调味品销售的重要渠道之一，占比高达40%以上。2019年我国餐饮收入4.67万亿元，同比增长9.4%。2020上半年全国餐饮收入14609亿元同比下降32.8%，截止到2020年11月，我国餐饮收入为3.45万亿元。2020年受疫情影响餐饮行业受挫，对以餐饮渠道销售比重较大的调味品企业影响很大。另一方面，疫情爆发后，“宅经济”趋势上升，人们对生鲜、米面粮油、调味品等生活用品的需求上升，家庭销售注重品质，单品价格比餐饮产品高，调味品家庭渠道消费也随之大幅提升，但增加的销量还是无法完全弥补餐饮渠道销售断崖式下跌导致的缺口。

2015-2020年我国餐饮行业收入 资料来源：国家统计局

调味品产业的集中度在提升，强者更强局面进一步体现。疫情之后，大的品牌企业将快速扩张并进行全国布局，定位精准且差异化明显的产品将更受青睐，中小企业的落后产能将快速出清，调味品产业的集中度将得到进一步提高。

电商渠道是未来调味品值得着重关注的新兴渠道。虽然调味品传统的经销商渠道目前依然是主流，是调味品实现大宗销售的主要方式。但是，这次疫情的防控非常严格，因此网上下单，快递送货成为了主流，各类生鲜食品网站平台迅速被消费者认知并采用。

复合调味料家庭市场迎爆发。2020年疫情宅家期间，复合调味品中家庭市场迎来高速

增长，因此，80后、90后等年轻人正在成为家庭厨房的主力人群，平时不善烹饪，以复合化、便捷化、为特征的复合调味品正好迎合了他们的需求。

地摊经济对调味品市场有一定的促进作用，疫情重创餐饮行业，地摊经济将助力餐饮行业复苏，对调味品市场有一定的促进作用。（cyy）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2020年中国调味品行业分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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

一、生产模式

二、采购模式

三、销售模式

五、调味品行业需求主体分析

1、疫情过后餐饮有所好转，行业发展空间较大

2、C 端和 B 端共同促进复合调味品发展

3、外卖市场高速发展利于复合调味品

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、调味品行业准入壁垒分析

二、调味品行业技术壁垒分析

三、调味品行业行业生产经验壁垒分析

四、调味品行业渠道壁垒分析

五、调味品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020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 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

行业技术发展现状

行业技术专利情况

技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

1、调味品的渠道结构相对复杂

2、渠道层级较多，运营操作难度大

3、酱醋稳增有保障，复合品类高增长

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

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（2015-2019年）

1、单味调味品

2、复合调味品

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

1、调味品产业的集中度在提升，强者更强局面进一步体现

2、电商渠道是未来调味品值得着重关注的新兴渠道

3、复合调味料家庭市场迎爆发

4、地摊经济对调味品市场有一定的促进作用

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 2017-2020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 2017-2020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

1、产品结构升级带来单价提升，国内调味品消费单价的整体提升

2、调味品成本转嫁能力强，三年左右的温和通胀周期有利于行业结构优化

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 2017-2020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 2017-2020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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 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 海天味业

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 中炬高新

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 恒顺醋业

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 千禾味业

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 涪陵榨菜

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

1、深耕品类，走差异化竞争路线

2、机制改革，提升内部管理效率

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、调味品行业质量控制风险分析

二、调味品行业原材料价格波动的风险分析

三、调味品行业半成品储存风险分析

四、调味品行业原材料采购的风险分析

五、调味品行业技术风险分析

六、调味品行业品牌风险分析

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

第四节 调味品行业竞争力提升策略

一、调味品行业产品差异性策略

二、调味品行业个性化服务策略

三、调味品行业的促销宣传策略

四、调味品行业信息智能化策略

五、调味品行业品牌化建设策略

六、调味品行业专业化治理策略

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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/shipin/530870530870.html>