

2021年中国辣椒酱行业分析报告- 行业深度研究与发展趋势分析

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年中国辣椒酱行业分析报告-行业深度研究与发展趋势分析》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：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/543835543835.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

辣椒酱是用辣椒制作成的酱料，是餐桌上比较常见的调味品。以湖南为多，有油制和水制两种。油制是用芝麻油和辣椒制成，颜色鲜红，上面浮着一层芝麻油，容易保存。辣椒酱是一种复合调味料，所谓复合调味料是指不同的调味品，配以蔬菜及其制品或动物肉品、水产品、植物油、香辛料，以及调味辅料，制成具有不同风味、形态和功能的各类调味食品。

辣椒酱的特点 资料来源：观研天下整理

近年来，随着居民消费水平的提高，家庭消费、餐饮业和食品企业的增长都带动了对消费品的需求，为辣椒酱行业的发展创造了广阔的空间。根据数据显示，截止到2019年我国辣椒酱行业市场规模达到358亿元，同比增长4.99%，2020年中国辣椒酱行业市场规模将达到373亿元。

2014-2020年我国辣椒酱行业市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

在我们日常生活中，辣椒酱是已经成为我国部分地区居民生活重要消费品之一。在国民经济中，辣椒酱加工业虽然只是一个隶属于农副产品加工业的小行业，但对满足人民日常生活需求起到了非常重要的作用。近年来我国辣椒酱产量一直呈增长趋势，根据数据显示，2019年我国辣椒酱的产量约为557万吨左右，较2018年553万吨同比增长%；2020年辣椒酱产量将呈缓慢增长态势发展，产量为560万吨。

2014-2020年我国辣椒酱产量及增速 数据来源：观研天下整理

从我国辣椒酱消费情况来看，随着我国经济的不断发展、居民人均收入水平的提高以及辣椒酱产品市场接受度的提升，根据数据显示，我国辣椒酱消费量从2014年的435万吨增长到2019年的542万吨，六年间增加了107万吨，年均复合增长率达到4.5%。2020年中国辣椒酱消费量将达561万吨左右，同比增加3.51%。

2014-2020年我国辣椒酱消费量及增速 数据来源：观研天下整理

纵观整个辣酱行业，老干妈的无论是铺货率、认知度还是影响力都占据着绝对领先地位，占行业总体市场的20%左右。而其他品牌区域化特征明显，散落在各地。但近年来，市场上一些新近辣酱品牌的出现，瓜分走了老干妈一部分市场份额。

我国辣椒酱十大品牌分析

品牌名称

简介

老干妈

始于1996年，贵州地区传统风味食品，专注风味豆豉、风味鸡油辣椒、香辣菜、风味腐乳等研发、生产和销售的大型辣椒制品生产企业

花桥

是由原桂林市酱料厂经企业改制后而成立的一个新兴企业。其中具有悠久生产历史的“花桥”牌桂林辣椒酱,以其独特的生产工艺和产品风味享有“桂林三宝”的美誉，

饭菜光

四川饭扫光食品股份有限公司坐落于天府之国四川成都郫县。公司建立并打造了“饭扫光”、“川老汇”两大品牌，其产品开创了下饭菜和川味调味品的新纪元。

李锦记

创建于1888年，香港百年中式酱料品牌，以工业化生产蚝油起家的酱料品牌，主要生产蚝油、酱油、辣椒酱、方便酱及XO酱等中式酱料产品

海天

始于1955年，专业的调味品生产和营销企业，产品涵盖酱油、蚝油、酱、醋、料酒、调味汁、鸡精、鸡粉、腐乳等几大系列百余品种

辣妹子

1998年，辣妹子食品股份有限公司正式创立，公司总占地面积622亩，固定资产41000万元，职工1000多名，年销售额近10亿元，下辖3个全资工厂和1个销售公司，已发展成为集农副产品深加工、销售于一体的现代化食品企业。

吉香居

专业研究、生产、销售泡菜、调味品的现代化食品加工企业，大型蔬菜深加工基地

茂德公

创建于1998年，南派香辣酱典范，具有高知名度的香辣酱品牌，国内大型辣酱制造商

虎邦

始建于1992年，以辣椒制品加工为核心，集研发、育种、收购、加工、储藏、销售、出口为一体的农业产业化企业

清淨园

成立于1956年韩国,韩国较具代表性的综合食品品牌，专注于研发、生产、销售韩国传统新鲜食品的企业资料来源：观研天下整理

从十大品牌的产品类型来看，老干妈以辣椒酱为主，火锅底料和香辣菜为主;而李锦记和海天产品类型众多，包括了酱油、酱料、调味汁、鸡精等多种产品;虎邦、吉香居等品牌与老干妈相似，都以辣椒酱生产为主。从品牌产品的丰富度来看，海天和李锦记产品种类多，影响力更强，在消费者中的知名度也较高。

我国辣椒酱十大品牌产品系列情况分析

品牌名称

系列产品

老干妈

辣椒酱、火锅底料、香辣菜

花桥

辣椒酱、豆腐乳、酱油、白醋、麦芽糖

饭扫光

辣椒酱、调味油、郫县豆瓣酱

李锦记

酱料、酱油、耗油、醋品、料酒、鸡精、腐乳、调味汁、鸡粉、香油等

海天

酱料、酱油、耗油、醋品、料酒、鸡精、腐乳、调味汁、鸡粉、香油、味精酱腌菜、五谷、饮品等

辣妹子

辣椒酱、干调、调味油、果饮、小龙虾

吉香居

辣椒酱、泡菜

茂德公

辣椒酱、酱腌菜、白酒

虎邦

辣椒酱

清静园

辣椒酱、速食产品、酱油等资料来源：观研天下整理

目前，老干妈品牌辣椒酱也最受消费者得喜爱，其占据着我国辣椒酱市场约五分之一的市场份额。其次分别为李锦记和辣妹子，两者占比相差不大，市场占比分别为9.7%和9.2%。

2019年我国各品牌辣椒酱市场份额分布情况 数据来源：观研天下整理

从我国辣椒酱企业营收规模来看，老干妈2019年营业收入遥遥领先与其他企业。2019年海天味业调味酱产品营业收入达到23亿元，辣妹子年销售额在10亿元左右。

2019年我国部分辣椒酱生产企业营业收入情况 数据来源：观研天下整理

在天猫超市中，2020年7月我国海天招牌拌饭酱的月销量排名第一为4万笔;老干妈风味豆豉拌饭酱月销量排名第二，为2.9万笔;排名3-5位的分别为厨邦蒜蓉辣椒酱、川娃子油泼辣子和川娃子烧椒酱。

2020年1-7月天猫超市辣椒酱月销量排名情况 数据来源：观研天下整理

当前我国辣椒酱生产发展起步较晚，但发展速度快。老干妈、辣妹子等知名企业生产的辣椒酱，与国际产品相比，口味独特，知名度高，在国内外均受到好评。随着辣椒产品的进一步扩展，食辣人群的增加、地区的扩大，全球辣椒酱市场需求量仍将保持较快的发展趋势。作为全球辣椒酱生产和消费大国，已深深影响着世界辣椒酱市场的格局。

我国辣椒酱行业发展趋势

趋势

主要内容

建立无公害原料基地

企业在市场中购买原材料，存在原料质量不稳定、原料需求不足、原料价格不稳定等问题，对市场依赖性较大。企业建立无公害辣椒基地，可根据自身的生产需求进行种植相应的品种和相当的数量，不再依赖市场。建立无公害原料基地，加强对基地的技术管理和农户的指导，合理地种植、采收、加工和贮存，保证原材料质量，才能保证辣椒酱产品质量。大中型企业资金雄厚，自身需求高，可建立多种原料基地；小型企业资金不足，可以加盟大中型企业原料基地建设。

加大科研的投入

国家和企业应加大辣椒酱科研的投入，以高新技术和国内外先进技术改造现有的加工产品，实现技术的产业技术升级。高校、国家科研单位等大型实用成果要及时地进行转化，促进产业的科技创新、技术创新。如方便快速地检测出原料和产品中的有毒有害物，快速检测出辣酱产品中的违规添加剂对位红物质；研究更新现代生产设备及加工生产工艺。

完善信息化建设

企业要加强信息化建设，应用计算机技术、网络技术和通信技术，加大在电话通讯、网站和电子商务方面的投入，加强在客户资源管理体系和质量管理体系方面的管理。企业加强流通体系与信息网络化建设，建立以批发市场为中心的销售网络，充分利用互联网平台，更新销售思路，采用B2B、B2C、O2O等多种商业模式运行的方法占据市场的份额。加强质量安全标准的建设与实施，加强网络管理监督，使产品值得消费者信赖。企业与供应商、经销商等多方人员组成并参与经营管理的营销物流配送中心和各级配送分部。新型的物流配送中心具有在区域内对辣椒酱产品的铺市、补货、陈列、门店宣传、售后服务、品牌提升和维护等多种功能。

优化品种结构

企业要从国内外消费市场需求上，创新产品目标。增加花色品种，能满足不同消费者需求；开发功能性产品，将增加产品附加值并满足市场需求。企业要重视各国地方文化，了解当地习俗，生产和销售对应的辣椒酱产品。如美国人喜欢精细产品，可将产品进行精美包装；日本人喜欢造型独特的产品，可将包装瓶生产成多种形状，外标签有多种动漫角色、明星；而对于印度、俄罗斯、欧盟等国，可在原来的价格上加大产品的量。企业要严格按照各国进口产品的要求进行生产、包装、销售，否则会造成巨大的经济损失，严重者会影响在国外的声誉。资料来源：观研天下整理（TJL）

观研报告网发布的《2021年中国辣椒酱行业分析报告-行业深度研究与发展趋势分析》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。

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年中国辣椒酱行业发展概述

第一节 辣椒酱行业发展情况概述

一、辣椒酱行业相关定义

二、辣椒酱行业基本情况介绍

三、辣椒酱行业发展特点分析

四、辣椒酱行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、辣椒酱行业需求主体分析

第二节 中国辣椒酱行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、辣椒酱行业产业链条分析

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、中国辣椒酱行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国辣椒酱行业生命周期分析

一、辣椒酱行业生命周期理论概述

二、辣椒酱行业所属的生命周期分析

第四节 辣椒酱行业经济指标分析

一、辣椒酱行业的赢利性分析

二、辣椒酱行业的经济周期分析

三、辣椒酱行业附加值的提升空间分析

第五节 中国辣椒酱行业进入壁垒分析

一、辣椒酱行业资金壁垒分析

二、辣椒酱行业技术壁垒分析

三、辣椒酱行业人才壁垒分析

四、辣椒酱行业品牌壁垒分析

五、辣椒酱行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球辣椒酱行业市场发展现状分析

第一节 全球辣椒酱行业发展历程回顾

第二节 全球辣椒酱行业市场区域分布情况

第三节 亚洲辣椒酱行业地区市场分析

一、亚洲辣椒酱行业市场现状分析

二、亚洲辣椒酱行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲辣椒酱行业市场前景分析

第四节 北美辣椒酱行业地区市场分析

一、北美辣椒酱行业市场现状分析

二、北美辣椒酱行业市场规模与市场需求分析

三、北美辣椒酱行业市场前景分析

第五节 欧洲辣椒酱行业地区市场分析

一、欧洲辣椒酱行业市场现状分析

二、欧洲辣椒酱行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲辣椒酱行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界辣椒酱行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球辣椒酱行业市场规模预测

第三章 中国辣椒酱产业发展环境分析

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、全社会消费品辣椒酱总额
- 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 中国辣椒酱行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国辣椒酱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 中国辣椒酱行业运行情况

第一节 中国辣椒酱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 中国辣椒酱行业市场规模分析

第三节 中国辣椒酱行业供应情况分析

第四节 中国辣椒酱行业需求情况分析

第五节 我国辣椒酱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、我国辣椒酱行业细分市场分析

- 1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国辣椒酱行业供需平衡分析

第八节 中国辣椒酱行业发展趋势分析

第五章 中国辣椒酱所属行业运行数据监测

第一节 中国辣椒酱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 中国辣椒酱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 中国辣椒酱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年中国辣椒酱市场格局分析

第一节 中国辣椒酱行业竞争现状分析

一、中国辣椒酱行业竞争情况分析

二、中国辣椒酱行业主要品牌分析

第二节 中国辣椒酱行业集中度分析

一、中国辣椒酱行业市场集中度影响因素分析

二、中国辣椒酱行业市场集中度分析

第三节 中国辣椒酱行业存在的问题

第四节 中国辣椒酱行业解决问题的策略分析

第五节 中国辣椒酱行业钻石模型分析

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年中国辣椒酱行业需求特点与动态分析

第一节 中国辣椒酱行业消费市场动态情况

第二节 中国辣椒酱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 辣椒酱行业成本结构分析

第四节 辣椒酱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 中国辣椒酱行业价格现状分析

第六节 中国辣椒酱行业平均价格走势预测

一、中国辣椒酱行业价格影响因素

二、中国辣椒酱行业平均价格走势预测

三、中国辣椒酱行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国辣椒酱行业区域市场现状分析

第一节 中国辣椒酱行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区辣椒酱市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区辣椒酱市场规模分析

四、华东地区辣椒酱市场规模预测

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、华中地区辣椒酱市场规模分析

四、华中地区辣椒酱市场规模预测

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、华南地区辣椒酱市场规模分析

四、华南地区辣椒酱市场规模预测

第九章 2017-2021年中国辣椒酱行业竞争情况

第一节 中国辣椒酱行业竞争结构分析（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 中国辣椒酱行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国辣椒酱行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 辣椒酱行业企业分析（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年中国辣椒酱行业发展前景分析与预测

第一节 中国辣椒酱行业未来发展前景分析

一、辣椒酱行业国内投资环境分析

二、中国辣椒酱行业市场机会分析

三、中国辣椒酱行业投资增速预测

第二节 中国辣椒酱行业未来发展趋势预测

第三节 中国辣椒酱行业市场发展预测

一、中国辣椒酱行业市场规模预测

二、中国辣椒酱行业市场规模增速预测

三、中国辣椒酱行业产值规模预测

四、中国辣椒酱行业产值增速预测

五、中国辣椒酱行业供需情况预测

第四节 中国辣椒酱行业盈利走势预测

一、中国辣椒酱行业毛利润同比增速预测

二、中国辣椒酱行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国辣椒酱行业投资风险与营销分析

第一节 辣椒酱行业投资风险分析

- 一、辣椒酱行业政策风险分析
- 二、辣椒酱行业技术风险分析
- 三、辣椒酱行业竞争风险分析
- 四、辣椒酱行业其他风险分析

第二节 辣椒酱行业应对策略

- 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年中国辣椒酱行业发展战略及规划建议

第一节 中国辣椒酱行业品牌战略分析

- 一、辣椒酱企业品牌的重要性
- 二、辣椒酱企业实施品牌战略的意义
- 三、辣椒酱企业品牌的现状分析
- 四、辣椒酱企业的品牌战略
- 五、辣椒酱品牌战略管理的策略

第二节 中国辣椒酱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 中国辣椒酱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年中国辣椒酱行业发展策略及投资建议

第一节 中国辣椒酱行业产品策略分析

- 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 中国辣椒酱行业营销渠道策略

一、辣椒酱行业渠道选择策略

二、辣椒酱行业营销策略

第三节 中国辣椒酱行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国辣椒酱行业重点投资区域分析

二、中国辣椒酱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/canyin/543835543835.html>