

中国有机调味品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2022-2029年）

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《中国有机调味品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202203/584434.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

一、调味品市场

1、调味品定义及分类

调味品是指能增加菜肴的色、香、味，促进食欲，有益于人体健康的辅助食品，广泛运用到饮食的各个领域。我国的调味品种类繁多，分类多样。按照商品性质可分为酿造类、腌菜类、鲜菜类、干货类、水产类等，按照成品形状可分为酱品类、酱油类、汁水类、味粉类、固体类，按照呈味感觉可分为咸味、甜味、苦味、辣味、酸味、鲜味、香味等，按照成分可分为单一和复合调味品。

调味品分类 分类依据 类别 具体品种 按商品性质 酿造类 酱油、食醋、酱、豆豉、豆腐乳等
腌菜类 榨菜、芽菜、冬菜、梅干菜、腌雪里蕻、泡姜、泡辣椒等 鲜菜类
葱、蒜、姜、辣椒、茺荳、辣根、香椿等 干货类
胡椒、花椒、干辣椒、八角、小茴香、芥末、桂皮、姜片、姜粉、草果等 水产类
水珍、鱼露、虾米、虾皮、虾籽、虾酱、虾油、蚝油、蟹制品、淡菜、紫菜等 其他类
食盐、味精、糖、咖喱粉、五香粉、芝麻油、花生酱香糟、红糟、菌油等 按成品形状
酱品类 沙茶酱、豉椒酱、酸梅酱、xo 酱等 酱油类 生抽王、鲜虾油、豉油皇、草菇老抽等
汁水类 烧烤汁、卤水汁、喼汁、OK 汁等 味粉类 胡椒粉、沙姜粉、大蒜粉、鸡粉等 固体类
砂糖、食盐、味精、豆豉等 按呈味感觉 咸味 食盐、酱油、豆豉等 甜味
蔗糖、蜂蜜、饴糖等 苦味 陈皮、茶叶汁、苦杏仁等 辣味 辣椒、胡椒、芥末等 酸味
食醋、茄汁、山楂酱等 鲜味 味精、鸡精、虾油、鱼露、蚝油等 香味
花椒、八角、料酒、葱、蒜等 按成分 单一 酱油、食醋、腐乳、食盐、味精等 复合
蚝油、鸡精、火锅调料、蕃茄酱、中式复合调味料等

资料来源：观研天下整理

2、调味品市场现状

近年来,随着我国居民消费水平不断提高,我国调味品市场消费量呈现快速增长趋势。数据显示,2020年我国调味品行业营收从2014年2595亿元增至3950亿元,CAGR为7.25%。估计2021年我国调味品行业营收将在4187亿元,并预计2022年这一规模将达到4438亿元左右。

数据来源：观研天下整理

从产量来看,也呈逐年增长态势。根据中国调味品协会百强企业统计,2020年我国百强企业调味食品总产量从2013年的700万吨增长到1627万吨,CAGR为14.17%。

数据来源：中国调味品协会,观研天下整理

虽然调味品市场在近年得到了快速发展,但对比日、韩人均消费来看,我国仍有较大提升空间。根据相关数据显示,目前我国调味品仍均售价为3美元/KG、人均零售消费量为5KG,

人均零售消费额为15美元，而日本、韩国人均消费零售额分别是我国的10.04、2.02倍。由此根据日、韩调味品消费的平均值推算，我国调味品零售端仍有约6倍增长空间，且由于我国人口基数远高于日、韩两国，零售端市场空间或可更高。

数据来源：观研天下整理

二、有机调味品市场

有机调味品是行业消费迭代、技术创新助推下的产物。据了解，有机行业发展的原点，就是对生命的尊重与对自然的敬畏，从某种意义上说，有机的食物，就是有生命的食物。

近年来随着“健康中国2030”战略不断推进落地，大健康产业正形成新的经济增长点，以及消费者对食品安全和质量的重视程度与日俱增，使得调味品逐渐向健康、营养、天然方向发展。有相关资料显示，25岁及以上的中青年群体对健康的关注水平明显提升，并注重调整饮食和日常膳食搭配。另外根据京东超市发布的《2021食品行业消费趋势洞察》也显示，Z世代除关注食品的高品质外，40%的消费者更关注食品是否是天然有机的，另有32%的消费者则将“营养”、“健康”和“增强免疫力”作为食品的重要标签。

在此背景下，受益于消费升级和B端商家的加入，有机食品市场爆发出较好的增长势头，目前正处在风口，预测到2024年，我国有机食品销售额将达到768亿元。例如从主流社交平台和电商平台搜索“有机”，出现大量相关的品类和产品，包括机牛奶、有机茶叶、有机蔬菜、有机大米、有机酱油等等。在微博上，关于有机的各类话题，已经有上亿的阅读，几十万的讨论量。#有机食品#的话题阅读量已经破千万；在抖音上，关于#有机食品的视频播放量已经超过3000万。同样我们在天猫平台看，与有机相关的商品多达16万+，有机食品就有7000多件。

数据来源：观研天下整理

由此可见，在有机食品的风口上，我国有机调味品市场也将迎来爆发增长。根据数据显示，未来5年内，我国酱料、调味料和涂抹酱的总零售额预计将达到1145亿元，期间年均复合增长率为9.2%。

以有机酱油为例，发展基础雄厚且潜力巨大。根据相关数据显示，2020年中国调味品行业市场规模达到3950亿元，同比增长15.3%，预计2021年市场规模将突破4000亿元。而一直以来，酱油在调味品中的消费占比超60%，是调味品消费量较大的产业。可见有机酱油有着广阔的发展空间。

据了解2002年禾然有机酱油填补了中国有机调味品市场空白。近年来随着国民经济的发展和居民生活水平的提高，消费者对健康调味品的诉求越来越旺盛，以“有机”为代表的酱油产品成为消费者青睐的对象，消费比重也在逐年扩大。2021年双11期间，好记有机酱油在北京永辉系统、成都永辉、家乐福等多地KA数据环比增长400%以上，沈阳等地家乐福环比增长更是高达700%

多年来已有多家企业相继进入该赛道。根据京东销售页面，目前有海天、巧媳妇、事思、玉兔、好记等品牌，共推出了1900+件有机酱油品牌。

京东有关有机酱油部分品牌

资料来源：京东，观研天下整理（WW）

其中好记酱油在众多有机酱油品牌中杀出重围，以高端的品质，一跃成为京东超市销量最高的有机酱油品牌，在全国有机认证产量中占比62.52%，稳居全国第一。同时作为调味品百年老字号的新秀“好记酱油”，成为京东超市消费者的网购最爱。目前好记主打有机高端酱油，已发布多款产品包括有机生抽、首款无焦糖有机红烧酱油等，并积极布局多层次细分市场包括老年酱油，儿童酱油等。

观研报告网发布的《中国有机调味品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国有机调味品行业发展概述

第一节有机调味品行业发展情况概述

一、有机调味品行业相关定义

二、有机调味品特点分析

三、有机调味品行业基本情况介绍

四、有机调味品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、有机调味品行业需求主体分析

第二节中国有机调味品行业生命周期分析

一、有机调味品行业生命周期理论概述

二、有机调味品行业所属的生命周期分析

第三节有机调味品行业经济指标分析

一、有机调味品行业的赢利性分析

二、有机调味品行业的经济周期分析

三、有机调味品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球有机调味品行业市场发展现状分析

第一节全球有机调味品行业发展历程回顾

第二节全球有机调味品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲有机调味品行业地区市场分析

一、亚洲有机调味品行业市场现状分析

二、亚洲有机调味品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲有机调味品行业市场前景分析

第四节北美有机调味品行业地区市场分析

一、北美有机调味品行业市场现状分析

二、北美有机调味品行业市场规模与市场需求分析

三、北美有机调味品行业市场前景分析

第五节欧洲有机调味品行业地区市场分析

一、欧洲有机调味品行业市场现状分析

二、欧洲有机调味品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲有机调味品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界有机调味品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球有机调味品行业市场规模预测

第三章 中国有机调味品行业产业发展环境分析

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

第二节我国宏观经济环境对有机调味品行业的影响分析

第三节中国有机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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对有机调味品行业的影响分析

第五节中国有机调味品行业产业社会环境分析

第四章 中国有机调味品行业运行情况

第一节中国有机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

第二节中国有机调味品行业市场规模分析

- 一、影响中国有机调味品行业市场规模的因素
- 二、中国有机调味品行业市场规模
- 三、中国有机调味品行业市场规模解析

第三节中国有机调味品行业供应情况分析

- 一、中国有机调味品行业供应规模
- 二、中国有机调味品行业供应特点

第四节中国有机调味品行业需求情况分析

- 一、中国有机调味品行业需求规模
- 二、中国有机调味品行业需求特点

第五节中国有机调味品行业供需平衡分析

第五章 中国有机调味品行业产业链和细分市场分析

第一节中国有机调味品行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、有机调味品行业产业链图解

第二节中国有机调味品行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对有机调味品行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对有机调味品行业的影响分析

第三节我国有机调味品行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国有机调味品行业市场竞争分析

第一节中国有机调味品行业竞争现状分析

- 一、中国有机调味品行业竞争格局分析
- 二、中国有机调味品行业主要品牌分析

第二节中国有机调味品行业集中度分析

- 一、中国有机调味品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国有机调味品行业市场集中度分析

第三节中国有机调味品行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国有机调味品行业模型分析

第一节中国有机调味品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国有机调味品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国有机调味品行业SWOT分析结论

第三节中国有机调味品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国有机调味品行业需求特点与动态分析

第一节中国有机调味品行业市场动态情况

第二节中国有机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

第三节有机调味品行业成本结构分析

第四节有机调味品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国有机调味品行业价格现状分析

第六节中国有机调味品行业平均价格走势预测

一、中国有机调味品行业平均价格趋势分析

二、中国有机调味品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国有机调味品行业所属行业运行数据监测

第一节中国有机调味品行业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

第二节中国有机调味品行业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

第三节中国有机调味品行业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

第十章 2018-2022年中国有机调味品行业区域市场现状分析

第一节中国有机调味品行业区域市场规模分析

- 一、影响有机调味品行业区域市场分布的因素
- 二、中国有机调味品行业区域市场分布

第二节中国华东地区有机调味品行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区有机调味品行业市场分析
 - (1) 华东地区有机调味品行业市场规模
 - (2) 华南地区有机调味品行业市场现状
 - (3) 华东地区有机调味品行业市场规模预测

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、华中地区有机调味品行业市场分析
 - (1) 华中地区有机调味品行业市场规模
 - (2) 华中地区有机调味品行业市场现状
 - (3) 华中地区有机调味品行业市场规模预测

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、华南地区有机调味品行业市场分析
 - (1) 华南地区有机调味品行业市场规模

(2) 华南地区有机调味品行业市场现状

(3) 华南地区有机调味品行业市场规模预测

第五节 华北地区有机调味品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区有机调味品行业市场分析

(1) 华北地区有机调味品行业市场规模

(2) 华北地区有机调味品行业市场现状

(3) 华北地区有机调味品行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区有机调味品行业市场分析

(1) 东北地区有机调味品行业市场规模

(2) 东北地区有机调味品行业市场现状

(3) 东北地区有机调味品行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区有机调味品行业市场分析

(1) 西南地区有机调味品行业市场规模

(2) 西南地区有机调味品行业市场现状

(3) 西南地区有机调味品行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区有机调味品行业市场分析

(1) 西北地区有机调味品行业市场规模

(2) 西北地区有机调味品行业市场现状

(3) 西北地区有机调味品行业市场规模预测

第十一章 有机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、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第一节中国有机调味品行业未来发展前景分析

一、有机调味品行业国内投资环境分析

二、中国有机调味品行业市场机会分析

三、中国有机调味品行业投资增速预测

第二节中国有机调味品行业未来发展趋势预测

第三节中国有机调味品行业规模发展预测

一、中国有机调味品行业市场规模预测

二、中国有机调味品行业市场规模增速预测

三、中国有机调味品行业产值规模预测

四、中国有机调味品行业产值增速预测

五、中国有机调味品行业供需情况预测

第四节中国有机调味品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国有机调味品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国有机调味品行业进入壁垒分析

一、有机调味品行业资金壁垒分析

二、有机调味品行业技术壁垒分析

三、有机调味品行业人才壁垒分析

四、有机调味品行业品牌壁垒分析

五、有机调味品行业其他壁垒分析

第二节有机调味品行业风险分析

一、有机调味品行业宏观环境风险

二、有机调味品行业技术风险

三、有机调味品行业竞争风险

四、有机调味品行业其他风险

第三节中国有机调味品行业存在的问题

第四节中国有机调味品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国有机调味品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国有机调味品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国有机调味品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 有机调味品行业营销策略分析

一、有机调味品行业产品策略

二、有机调味品行业定价策略

三、有机调味品行业渠道策略

四、有机调味品行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/584434.html>