

2019年中国调味品行业分析报告- 市场行情监测与发展战略规划

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国调味品行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划》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/375158375158.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

与众多快消品行业中新面孔辈出不同，调味品行业偏爱“老字号”。诞生于 17 世纪中叶的龟甲万、19 世纪的亨氏、味好美，以清代酱园为前身的海天、美味鲜，这些都是有着上百年历史的调味品企业。地域迁移、时间推移、菜系拓展、现代企业的渠道扩张等是调味品行业发展的主要推动力量，并在其漫长的历史变迁中带来了三大长青壁垒：风味工艺、用户粘性、品牌规模，使得调味品企业穿过历史沉浮。

一方水土孕育一方风味，调味品的形成与地方饮食文化密不可分，区域性差异较大。以酱油为例，酱油源于中国，东渐日本，西入欧美，由于不同地区气候条件、制作工艺差异，产品口味也有较大差异。调味品习惯性消费属性较强，具有代际传承。调味品的更换会被味蕾敏锐地捕捉到，味觉记忆是调味品的天然用户粘性之一，我们更喜欢吃家乡菜、妈妈做的菜，也是对背后调味品的一种熟悉和依赖，调味品的复制让家的味道在代际之间得以传递。

从产品生命周期来看，复合调味料目前处于发展早期，而味精、盐则已经开始衰退。酱醋等处于黄金发展时期，渗透率加大，量价都有提升空间。而在品类黄金周期中，又叠加有品牌黄金周期（品牌集中度提升），酱油、酱腌菜品牌企业拥有绝佳发展赛道，而中长期视角下，醋的潜力更大。各类调味品生命周期 资料来源：公开资料整理

调味品下游对接两种渠道，家庭渠道是传统意义的消费品，而餐饮渠道是综合服务提供商，要求更高。两者在采购群体、产品需求、量价空间、消费粘性、集中度、核心资源上有所差异。

调味品在餐饮、家庭、工业中比重的经验数据约为 4:3:3，随着餐饮外部化持续发展，餐饮的空间会持续扩大。调味品分渠道占比（%） 资料来源：调味品协会，中国报告网整理

对接餐饮向上游看齐，对接家庭向下游看齐，餐饮渠道集中度更大。调味品总体分为配料、调味料、佐餐酱菜几类。上游对接 B 端产品同质化，高度集中，以味精为例，阜丰、梅花等寡头垄断；而下游下饭酱、腌制品则口味多元，呈现百花齐放的状态。酱油、醋对接餐饮更多体现为工业品属性，讲究规模和效率，客户集中度更高、口味标准化更高；对接下游则迎合多种需求，品类更加多元。

从 2014 年以来餐饮起底复苏，空间持续被打开的三个推力为：行业复苏、大众餐饮崛起、外卖大发展。2013 年餐饮行业受八项规定冲击较为严重，部分高端餐饮退出市场，从 2014 年开始，行业复苏与结构调整同步发生，大众餐饮成为行业回暖复苏的主动力。与此同时，外卖也逐渐打开空间，前期体量虽小，但连续几年的高增长使得其在餐饮行业中地位不容小觑。餐饮行业 2016 年结构变化 资料来源：中国餐饮业年度报告，中国报告网整理

目前我国大部分调味品集中度偏低，对照日本、欧美等国家，行业提升空间大。消费升级对优质产品的需求和落后产能在成本、政策等压力下加速淘汰，将构成未来几年龙头

加速的主要推动力。

饮食形态、健康观念成为品类方向之关键。一方面，未来品类的发展方向与饮食形态变化方向高度相关，中国传统菜系相互融合还将继续，西式餐饮也有一席之地；另一方面，品类的发展方向与消费观念发展相适应。参考国际经验，健康化、复合化将成为未来品类发展的趋势。（YM）

观研天下发布的《2019年中国调味品行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018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

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、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 2016-2018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 2019-2025年世界调味品行业分布走势预测

第七节 2019-2025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

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 中国调味品行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2018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 2016-2018年中国调味品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国调味品行业消费特点

第二节 中国调味品行业消费偏好分析

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

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 2016-2018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

第九章 2016-2018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

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 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2019-2025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 2019-2025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分析

四、调味品行业其他风险分析

第二节 调味品行业企业经营发展分析及建议

一、调味品行业经营模式

二、调味品行业销售模式

三、调味品行业创新方向

第三节 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 2019-2025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 2019-2025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

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/375158375158.html>