

2019年中国调味品行业分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

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《2019年中国调味品行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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/405362405362.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

6月调味品行业线上渠道销售额持续走高。数据显示，2020年6月调味品阿里平台销售额达到11.84亿元，同比增长77.68%，环比增长13.11%；线上销量达到4992.26万件，同比增长66.32%，环比增长8.87%；均价为23.72元，同比增长6.83%，环比增长3.89%。2020年1-6月调味品阿里平台销售额及同比增速 数据来源：阿里平台

2020年1-6月调味品阿里平台销量及同比增速 数据来源：阿里平台

2020年1-6月调味品阿里平台均价及同比增速 数据来源：阿里平台

调味品三大品类为调味料、调味酱与日常调味品，三大品类占据调味品市场大量份额。数据显示，2020年6月阿里线上渠道调味料占调味品销售额比例最高，实现销售额4.22亿元，占比35.68%，主要包括火锅底料、烧烤调料、汤汁调料等；调味酱实现销售额3.78亿元，占比31.9%，主要包括番茄酱、辣椒酱、沙拉酱等；日常调味品实现销售额2.08亿元，占比17.58%，主要包括酱油、料酒、醋等。

6月调味品行业子品类销售额占比数据来源：阿里平台

调味品市场竞争格局分散，海天优势地位明显。数据显示，2020年6月海天通过阿里线上渠道实现销售额5537.65万元，销量为204.46万件。市场份额方面，海天市占率相对领先，其他品牌多而且市场份额较小，竞争格局非常分散，行业集中度低。2020年6月海天市占率达到4.68%，排名第一；其次是千禾，市占率1.94%；李锦记市占率1.83%，排名第三。行业CR3维持在6%-8%左右，CR5维持在10%-12%左右，6月CR3为8.04%，CR5为11.22%。

2020年6月调味品主要品牌阿里平台销售额占比 数据来源：阿里平台

以海天味业为例，2020年6月份热销产品居榜首的是海天金标生抽酱油1.28L*2+白米醋450ml+耗油260g，销量为76473件，销售额达到569.72万元。其次是海天味极鲜1.9L*2+蚝油700g*2酱油，销量49254件，销售额289.61万元。

2020年6月阿里渠道海天味业热销产品

排名

产品

销量（件）

均价（元/件）

销售额（万元）

1

海天金标生抽酱油1.28L*2+白米醋450ml+耗油260g

76473

74.50

569.72

2

海天味极鲜1.9L*2+蚝油700g*2酱油

49254

58.80

289.61

3

海天酱油金标生抽蚝油 古道料酒

44481

49.90

221.96

4

海天味极鲜特级酱油1.9L*2+上等蚝油520g生抽

25806

77.50

200.00

5

海天筒盐酱油1.28L薄盐生抽减盐酱油

36097

49.90

180.12

6

海天金标生抽1.28L*2+上等蚝油520g酱油

45587

38.50

175.51

7

海天精选生抽1750ml 酿造酱油

65278

25.00

163.20

8

海天零添加特级酱油1.28L上等蚝油520g料酒450ml

19110

79.90

152.69

9

海天筒盐酱油1.28L+招牌红蚝油685g

36411

39.90

145.28

10

海天招牌红蚝油685g调味品

81667

16.00

130.67

数据来源：阿里平台

在6月份酱油热销产品前十名中，千禾产品继续占据榜首，海天依旧强势，占据七名；李锦记、原味鲜分为位列第三、七名。酱油产品品牌集中度高，前十榜单中海天占据“大半江山”。

2020年6月阿里渠道酱油品类热销产品TOP10

排名

产品名称

销售量（万件）

销售金额（万元）

平均价格（元）

1

【千禾_零添加酱油】厨房调味御藏本酿180天1.8L特级生抽佐餐食用

15.80

834.50

52.80

2

海天金标生抽酱油1.28L*2+白米醋450ml+蚝油260g调料调味料调味品

7.65

569.72

74.50

3

李锦记锦珍生抽1650ml酿造酱油凉拌炒菜精选原料凉拌炒菜家用调味

21.93

326.72

14.90

4

超定制-海天味极鲜1.9L*2+蚝油700g*2酱油箱装升级款盐焗粉随机送

4.93

289.61

58.80

5

海天酱油金标生抽蚝油 古道料酒 家庭装省心礼盒锦鲤派调味料品

4.45

221.96

49.90

6

海天味极鲜特级酱油1.9L*2+上等蚝油520g生抽 家庭调味调料组合

2.58

200.00

77.50

7

原味鲜红烧酱油450ml+头道生抽450ml+鲜酱油100ml 酿造酱油0添加

4.16

188.76

45.39

8

新品上市 海天筒盐酱油1.28L薄盐生抽减盐酱油凉拌炒菜火锅调味品

3.61

180.12

49.90

9

【惠民价】海天金标生抽1.28L*2+上等蚝油520g酱油调料赠品组合

4.56

175.51

38.50

10

海天精选生抽1750ml 酿造酱油 凉拌炒菜火锅调料凉拌炒菜家用调味

6.53

163.20

25.00

数据来源：阿里平台（CT）

【报告大纲】

第一章 调味品行业研究范围界定及发展环境剖析

第一节 调味品行业概念界定及统计口径说明

- 一、调味品的概念界定
- 二、调味品在国民经济行业分类与代码中所包含的范围
- 三、调味品的分类

- (1) 味精
- (2) 酱油、食醋及类似制品
- (3) 其他调味品、发酵制品

四、调味品行业的数据来源及统计口径说明

第二节 调味品行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

- (1) 行业监管体系及相关机构
- (2) 行业相关标准
- (3) 行业发展政策及规划

二、行业经济环境分析

- (1) 宏观经济发展现状及未来展望
- (2) 产业环境发展现状及未来展望
- (3) 宏观经济与调味品发展的相关性分析

三、行业社会环境分析

- (1) 人口环境分析
- (2) 城镇化水平分析
- (3) 居民收入与支出水平分析
- (4) 社会环境对调味品行业发展的影响分析

四、行业技术环境分析

- (1) 专利申请数
- (2) 专利申请人
- (3) 专利技术构成

第三节 调味品行业发展机遇与威胁分析

第二章 中国调味品行业发展现状与市场供求分析

第一节 中国调味品行业发展概述

一、中国调味品行业发展概况分析

- (1) 高成本低效益
- (2) 地域差异造就地方品牌

(3) 价格战阻碍品牌建设

二、中国调味品行业发展特征分析

第二节 中国调味品行业市场供给分析

一、中国调味品产量规模分析

二、中国调味品成本结构分析

第三节 中国调味品行业市场需求分析

一、中国调味品销售收入分析

二、中国调味品市场消费特征分析

第四节 中国调味品行业的供需现状总结及价格走势分析

一、中国调味品行业供需现状总结

二、中国调味品行业价格走势分析

第五节 中国调味品行业的发展痛点解析

一、疫情对行业上下游造成影响

二、调味品的渠道结构相对复杂

第三章 中国调味品行业竞争状态及竞争格局分析

第一节 中国调味品行业竞争状态分析

一、调味品行业对上游议价能力分析

二、调味品行业对下游议价能力分析

三、调味品行业现有企业竞争分析

四、调味品行业潜在进入者威胁分析

五、调味品行业替代品威胁分析

六、调味品行业五力分析总结

第二节 调味品行业的细分产品竞争格局

第三节 调味品行业的外资及本土企业竞争格局分布

一、外资利用技术、资本和管理优势占领高端

二、本土民企强势崛起应对外资扩张

三、中小企业立足区域突围中国

第四节 调味品行业的企业/品牌竞争格局分布

第四章 调味品行业产业链及上游市场分析

第一节 调味品行业产业链概况

一、调味品行业产业链介绍

二、调味品行业上游简介

三、调味品行业下游简介

第二节 大豆产销情况与价格走势

一、中国大豆产销情况分析

二、中国大豆价格走势分析

第三节 小麦产销情况与价格走势

一、中国小麦产销情况分析

(1) 小麦产量

(2) 小麦总消费量

二、中国小麦价格走势分析

第四节 稻谷产销情况与价格走势

一、中国稻谷产销情况分析

(1) 稻谷产量

(2) 稻谷总消费量

二、中国稻谷价格走势分析

第五节 玉米产销情况与价格走势

一、中国玉米产销情况分析

(1) 玉米产量

(2) 玉米总消费量

二、中国玉米价格走势分析

第六节 肉制品原料市场发展分析

第五章 调味品细分产品市场发展趋势及前景预测

第一节 调味品细分市场概述

第二节 味精市场发展状况分析

一、味精行业供给与需求分析

(1) 味精市场供给分析

(2) 味精市场需求分析

二、味精行业运营状况分析

三、味精行业产品结构分析

四、味精行业竞争格局分析

五、主要味精品牌成功经验

六、味精行业发展威胁分析

七、味精行业发展趋势分析

八、味精行业市场前景预测

第三节 酱油、食醋市场发展分析

一、酱油、食醋市场供给与需求分析

(1) 酱油、食醋市场供给分析

(2) 酱油、食醋市场需求分析

二、酱油、食醋市场运行状况分析

三、酱油、食醋行业产品结构分析

四、酱油、食醋行业竞争格局分析

五、主要酱油、食醋品牌成功经验

六、酱油、食醋行业发展威胁分析

七、酱油、食醋行业发展趋势分析

八、酱油、食醋行业市场前景预测

第四节 香辛料市场发展分析

一、香辛料市场供给与需求分析

二、香辛料行业产品结构分析

三、香辛料行业竞争格局分析

四、主要香辛料品牌成功经验

五、香辛料行业发展威胁分析

六、香辛料行业发展趋势分析

第五节 酱类市场发展分析

一、酱类市场的供给与需求分析

二、酱类市场运行状况分析

三、酱类行业产品结构分析

四、酱类行业竞争格局分析

五、主要酱类品牌成功经验

六、酱类行业发展威胁分析

七、酱类行业发展趋势分析

第六节 复合调味料市场分析

一、复合调味料的供给与需求分析

(1) 复合调味料市场供给分析

(2) 复合调味料市场需求分析

二、复合调味料的运行状况分析

三、复合调味料行业产品结构分析

四、复合调味料行业竞争格局分析

五、主要复合调味料品牌成功经验

六、复合调味料行业发展威胁分析

七、复合调味料的发展趋势分析

八、复合调味料行业市场前景预测

第六章 中国重点区域调味品行业市场需求潜力分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

第二节 北京市

一、区域发展环境分析

(1) 人口环境

(2) 居民收入与支出水平

(3) 餐饮业发展

二、调味品市场供需现状

三、调味品需求潜力测算

第三节 上海市

一、区域发展环境分析

(1) 人口环境

(2) 居民收入与支出水平

(3) 餐饮业发展

二、调味品市场供需现状

三、调味品的需求潜力测算

第四节 广东省

一、区域发展环境分析

(1) 人口环境

(2) 居民收入与支出水平

(3) 餐饮业发展

二、调味品市场供需现状

三、调味品的需求潜力测算

第五节 浙江省

一、区域发展环境分析

(1) 人口环境

(2) 居民收入与支出水平

(3) 餐饮业发展

二、调味品供需现状

三、调味品需求潜力测算

第六节 江苏省

一、区域发展环境分析

(1) 人口环境

(2) 居民收入与支出水平

(3) 餐饮业发展

二、调味品供需现状

三、调味品需求潜力测算

第七章 调味品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 主要跨国调味品企业投资布局

一、日本龟甲万株式会社（Kikkoman）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

二、英国联合利华公司（Unilever）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

三、日本味之素株式会社（Kotobuki Pharmaceutical）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

四、瑞士雀巢公司（Nestle）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

五、日本味滋康集团（mizkan）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

六、美国亨氏（Heinz）食品集团

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

第二节 主要酱油品牌

一、佛山市海天调味食品股份有限公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、李锦记集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、加加食品集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

(6) 企业最新发展动向分析

四、上海淘大食品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、广东美味鲜调味食品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

(6) 企业最新发展动向分析

第三节 主要食醋品牌

一、江苏恒顺醋业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、山西老陈醋集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、山西水塔醋业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

四、四川保宁醋有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

五、天津市天立独流老醋股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第四节 主要酱类品牌

一、江苏洽康食品有限公司（洽康小康牛肉酱）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

二、仲景食品股份有限公司（仲景香菇酱）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

三、饭爷食品科技（北京）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

四、四川自贡百味斋食品股份有限公司（百味斋）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司（老干妈）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第五节 主要味精品牌

一、莲花健康产业集团股份有限公司

二、梅花生物科技集团股份有限公司

三、阜丰集团有限公司

四、福建省建阳武夷味精有限公司

五、菱花集团有限公司

第六节 主要鸡精品牌

一、上海太太乐食品有限公司

二、联合利华食品（中国）有限公司

三、四川豪吉食品有限公司

四、味好美（武汉）食品有限公司

五、广东佳隆食品股份有限公司

第七节 其他调味品品牌

一、北京二商王致和食品有限公司

二、太古（中国）糖业有限公司

三、驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司

第八章 调味品行业发展前景预测与投资策略建议

第一节 调味品行业市场容量预测

一、餐饮行业需求容量预测

二、家庭消费需求容量预测

三、调味品消费终端需求容量预测

第二节 调味品行业发展趋势分析

一、调味品产品细分化发展趋势

二、调味品行业运作精细化趋势

三、调味品行业企业整合化趋势

四、调味品行业技术发展趋势

第三节 调味品行业投资特性分析

一、调味品行业进入壁垒分析

二、调味品行业盈利模式分析

三、调味品行业驱动因素分析

- (1) 餐饮业的快速发展
- (2) 方便食品制造业的稳定发展

四、调味品行业投资风险分析

- (1) 质量安全控制风险分析
- (2) 行业技术风险分析
- (3) 行业供求风险分析
- (4) 上游原材料价格波动风险
- (5) 产品结构及市场竞争风险

第四节 调味品行业投资机会分析

一、大型调味品企业发展商机分析

二、中型调味品企业发展商机分析

三、小型调味品企业发展商机分析

第五节 调味品行业发展路径分析

一、调味品品牌专营化发展路径

二、调味品渠道多样化运营路径

三、区域调味品品牌中国化路径

第六节 调味品行业产品开发建议

一、营养强化系列产品开发建议

二、营养调整系列产品开发建议

三、特殊人群系列产品开发建议

四、温馨家庭系列产品开发建议

五、健康素食系列产品开发建议

第七节 调味品行业市场拓展策略

一、酱油行业市场拓展策略

- (1) 价格优势策略
- (2) 规模扩张策略
- (3) 低成本品牌扩展策略
- (4) 中端市场突破策略

二、食醋行业市场拓展策略

- (1) 精准定位策略
- (2) 区域资源优势策略
- (3) 消费大众口碑策略

三、复合调味料市场经营策略

- (1) 区域差异化策略

(2) 营销方式多元化策略

四、调味酱市场营销策略

(1) 产品差异化营销策略

(2) 提高竞争层次营销策略

图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》调味品、发酵制品制造行业所包含的范围

图表2：调味品、发酵制品制造行业分类示意图

图表3：味精产品成分对比

图表4：酱油、食醋及类似制品原材料比对

图表5：其他调味品、发酵制品及其细分产品

图表6：报告的研究方法及数据来源说明

图表7：调味品行业主要标准汇总

图表8：2017-2020年调味品行业相关政策

图表9：《“十三五”国家食品安全规划》主要内容

图表10：2017-2020年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）

图表11：2017-2020年我国社会消费品零售总额增长趋势（单位：亿元，%）

图表12：2020年主要经济指标预测（单位：%）

图表13：2020年中国GDP增速预测（单位：%）

图表14：2017-2020年中国餐饮行业收入走势图（单位：亿元，%）

图表15：2017-2020年中国粮食产量（单位：万吨）

图表16：2017-2020年调味品行业与GDP增速对比（单位：%）

图表17：2017-2020年调味品行业与餐饮行业增速对比（单位：%）

图表18：2017-2020年中国人口数量增长走势图（单位：万人）

图表19：2017-2020年中国城镇化水平变化走势图（单位：%）

图表20：2017-2020年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均可支配收入变动图（单位：元，%）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

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。《2021年中国调味品行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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、阿里巴巴、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。

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/405362405362.html>