

# 2019年中国调味品行业分析报告- 市场现状调查与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://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-市场现状调查与投资前景预测》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/426499426499.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

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。它的主要功能是增进菜品质量，满足消费者的感官需要，从而刺激食欲，增进人体健康。从广义上讲，调味品包括咸味剂、酸味剂、甜味剂、鲜味剂和辛香剂等，像食盐、酱油、醋、味精、糖（另述）、八角、茴香、花椒、芥末等都属此类。

调味品行业主要产品分类 资料来源：互联网

### 一、行业发展现状

调味品作为我国传统产业，一直以来，人们对调味品产品的印象就是包装落后、档次不高，低价值，是名副其实的“小产品”。近年来，随着社会经济的发展，消费水平的提高，调味品产品越来越趋向专业化，功能化，市场需求不断增长。在经济发达地区每消费10元食品，其中就包含了1元的调味品消费。目前，行业已经形成一个年销售额过千亿的大市场，调味品产业“小产品，大市场”格局正在形成。

按照我国调味品的历史沿革，基本上可以分为以下三代

第一代、单味调味品，如：酱油、食醋、酱、腐乳及辣椒、八角等天然香辛料，其盛行时间最长，跨度数千年。

第二代、高浓度及高效调味品，如超鲜味精、IMP、GMP、甜蜜素、阿斯巴甜、甜叶菊和木糖等，还有酵母抽提物、HVP、HAP、食用香精、香料等。此类高效调味品从70年代流行至今。

第三代、复合调味品。现代化复合调味品起步较晚，进入90年代才开始迅速发展。目前，上述三代调味品共存，但后两者逐年扩大市场占有率和营销份额。

第四代、纯天然调味品。纯天然调味品以纯提技术为前提，更以营养健康为重。目前，在益意追求健康为主的呼吁下，纯天然调味品所占领的市场份额越来越大。

资料来源：互联网

受益于棚改货币化带来的农村及低线城市居民财富提升以及供给侧改革带来部分上游工厂员工薪资水平改善，令低线区域的消费能力呈现加速上行态势。与此同时农村及三四线城市的人口基数大，也对调味品行业的增长提供了有力的支撑。此外餐饮端互联网外卖市场的崛起通过联动效应最终会推动酱油等调味品使用量的增长。数据显示，自2010年以来我国调味品行业销售收入不断增长，截止到2019年1月我国日常调味品行业销售额1.6亿元，同比增长42.5%

国内农村居民消费支出增速加码 数据来源：中国调味品协会

2018-2019.1调味品销售额及增速 数据来源：中国调味品协会

在线餐饮外卖市场规模 数据来源：中国烹饪协会

餐饮端互联网外卖规模爆发式增长 数据来源：中国烹饪协会

消费趋势的改变对调味酱产业产生了巨大的影响

第一，消费潜能释放。小的便利店被新零售、智慧零售、无界零售覆盖，成为布局中的一个网点。而互联网巨头又纷纷收购或投资大型超市，这种零售变化给我们带来了很多释放的产能，消费者获取产品的方式和渠道发生了变化，很多需求得到快速满足，进一步促进了消费。另一方面，餐饮行业，原先消费者以吃饱为主，现在以吃好为主，轻餐饮，家庭diy烹饪、标准化等为酱类消费释放了潜力。

第二，调味酱产业研发的周期缩短，新品迭代速度加快。为迎合市场的变化，酱类产品和技術、口味、包装、渠道定制等将进一步提高。这就需要研发的速度加快。

第三，大单品战略向迭代产品战略转变。迭代性产品的研发会不断开拓市场的蓝海。如饭爷的素面酱、太太乐的小肉包梅菜肉酱、李锦记的锋味樱花虾酱等通过与明星合作和线上推广锁定目标消费群体，并且不断迭代翻新。

第四，适应消费升级，研发适销对路的产品。作为传统微利的调味品行业，现在正是搭上消费升级的便车的最机。高附加值、高端制造的调味酱产品会有很大的市场空间。同时，传统的酱料产品作为丰富的复合调味品、酱类产品的原料，终端销售有所下降。

第五，消费渠道的变化。目前的统计显示，调味品行业线上销售额的数据不超过1.5%，大多数还是在传统超市、便利店、流通市场，及餐饮行业。但是网络品牌的入驻速度增长非常快，每年增速达到200%。资料来源：互联网

目前国内调味品品牌企业在商超口径的集中度已相对较高，CR3已超50%，且呈现逐渐提升的趋势。在家庭消费的场景下，品牌力是消费者购买产品的关键因素，因而调味品品牌企业的集中度能逐步提升。从细分领域俩看，酱油行业产销量和企业规模均居调味品行业首位，产业发展潜力广阔。

调味品行业结构占比 数据来源：中国调味品协会

调味品行业渗透率 数据来源：中国调味品协会

## 二、发展趋势

未来调味品的发展将受益于家庭消费水平的提高以及对健康关注度的提高的推动，虽然调味品在食品工业中的占比并不高，但其属于典型的小产品大市场，除非市场基本面受到较大波动，否则，调味品市场仍将继续以两位数的增速继续增长。

从行业细分领域来看，食醋行业集中度最低，未来有很大的整合空间，而且符合健康消费的大趋势。食醋衍生品众多，衍生品有可能开拓出空白细分市场，成为行业新的增长点。随着调味品行业竞争的不断加剧，大型调味品企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的调味品生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对产业发展环境和产品消费者的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的调味品品牌迅速崛起，逐渐成为中国调味品行业中的翘楚!

行业发展趋势

行业整合加速，市场集中度将提高

在川味复合调味料行业的快速发展过程中，随着社会对食品安全日益重视以及国家对企业环

保监管力度不断加大，部分规模较小、经营不规范的企业将逐渐被淘汰，优势企业发展将更加迅速，行业整合将进一步加速，市场集中度将不断提高，企业规模化经营成为行业发展的必然趋势。

市场竞争由单纯价格竞争转向品牌、质量和营销等综合实力竞争

随着居民消费水平的日益提高，作为快速消费品的川味复合调味料，价格已不再成为消费者关心的最重要因素。企业要在众多的市场竞争者中脱颖而出，赢得消费者的信任和喜爱，必须在市场上树立良好的品牌形象，建立独特的产品特色以及切实可行的销售策略，来满足消费者不断增长和变化的需求。

生产工艺持续改进，新产品和新配方推出速度加快

人们对饮食的要求已从过去的吃饱向吃好转变，由单一向多元化转变，健康、营养、快捷的饮食将成为消费者追求的目标。饮食习惯的改变将要求行业内企业不断改进生产工艺，加强研发投入，持续不断推出新产品和新配方，满足和引导消费者多层次需求，并加快从研发到市场的进程，精益求精、快速响应将成为市场的趋势。

餐饮行业连锁化趋势带动调味品行业定制化需求

连锁化是目前餐饮行业发展的一个重要趋势，连锁经营不仅可以提高效率、降低成本，更能帮助餐企突破发展中的管理瓶颈。与此同时，大型连锁餐饮企业对产品标准化、食品安全性及和口味稳定性的需求也推动了调味料行业的发展，尤其是对于具有一定口味特色要求的连锁餐饮企业，口味的标准化和稳定性是其快速扩张所需具备的重要条件。对于复合调味料行业而言，具有较强的口味还原能力、产品研发能力以及产品标准化能力的生产企业将有较大竞争优势。

资料来源：互联网(ww)

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国调味品行业分析报告-市场现状调查与投资前景预测》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、调味品、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、中国调味品、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。

## 【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、调味品环境分析

#### 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

### 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

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 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关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键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/426499426499.html>