

# 中国调味品行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031年）

## 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《中国调味品行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031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趋势、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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202311/676665.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

### 一、行业基本概述

调味品是指能增加菜肴的色香味的辅助食品。调味品在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用以调和滋味和气味并具有去腥、除膻、增香、增鲜等作用。

调味品种类繁多。其中有属于东方传统的调味品，也有引进的调味品和新兴的调味品种。对于调味品的分类目前尚无定论，可以从不同角度可以对调味品进行不同的分类。根据《调味品分类》（GB/T20903-2007），共有食用盐、食糖、酱油、食醋、味精、芝麻油、酱类、鱼露、耗油等17种品类。

按照成份分类，可以分为单味调味品和复合调味品。单味调味品是指仅含一种主要原材料的调味品，复合调味品则通常是由两种及两种以上的调味品按照一定比例调配制成。

按调味品商品性质，可以分为酿造类调味品、腌菜类调味品、鲜菜类调味品、干货类调味品、水产类调味品、其它类调味品。

按调味品成品形状可分为酱品类（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、噜汁、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）。

按调味品呈味感觉，可分为咸味调味品（食盐、酱油、豆豉等）、甜味调味品（蔗糖、蜂蜜、饴糖等）、苦味调味品（陈皮、茶叶汁、苦杏仁等）、辣味调味品（辣椒、胡椒、芥末等）、酸味调味品（食醋、茄汁、山楂酱等）、鲜味调味品（味精、鸡精、虾油、鱼露、蚝油等）、香味调味品（花椒、八角、料酒、葱、蒜等）。除了以上单一味为主的调味品外，大量的是复合味的调味品，如油咖喱、甜面酱、乳腐汁、花椒盐等等。

调味品主要分类

分类

具体情况

按照成份分类

单味调味品

花椒、八角茴香（大茴香）、桂皮、干姜、辣椒等天然香辛料

复合调味品

蟹油、香味油、菌油、香辣烹调油、鸡香油、辣酱油、川锅酱、芥末糊、辣甜豆豉酱、咖喱油等

按调味品商品性质分类

酿造类调味品

酱油、食醋、酱、豆豉、豆腐乳等

腌菜类调味品

榨菜、芽菜、冬菜、梅干菜、腌雪里蕻、泡姜、泡辣椒等

鲜菜类调味品

葱、蒜、姜、辣椒、芫荽、辣根、香椿等

干货类调味品

胡椒、花椒、干辣椒、八角、小茴香、芥末、桂皮、姜片、姜粉、草果等

水产类调味品

水珍、鱼露、虾米、虾皮、虾籽、虾酱、虾油、蚝油、蟹制品、淡菜、紫菜等

其它类调味品

食盐、味精、糖、黄酒、咖喱粉、五香粉、芝麻油、芝麻酱、花生酱、沙茶酱、银虾酱、番茄沙司、番茄酱、果酱、番茄汁、桂林酱、椒油辣酱、芝麻辣酱、花生辣酱、油酥酱、辣酱油、辣椒油、香糟、红糟、菌油等

按调味品成品形状分类

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、鳴汁、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

按调味品呈味感觉分类

咸味调味品

食盐、酱油、豆豉等

甜味调味品

蔗糖、蜂蜜、饴糖等

苦味调味品

陈皮、茶叶汁、苦杏仁等

辣味调味品

辣椒、胡椒、芥末等

酸味调味品

食醋、茄汁、山楂酱等

鲜味调味品

味精、鸡精、虾油、鱼露、蚝油等

香味调味品

花椒、八角、料酒、葱、蒜等

资料来源：观研天下整理

## 二、行业市场发展情况

调味品在食品产业中占有非常重要的作用,不仅是消费者一日三餐的必需品,同时也广泛地应用于食品加工领域,具有“小产品,大市场”的特点。自改革开放以来,随着市场经济的不断完善与发展,调味品行业经历多个阶段取得飞速发展,当前行业已来到了充满挑战与机遇的新时期。

### 1、市场规模不断增长,酱油占据着主导地位

近年来我国调味品市场规模不断增长。尤其是2020年、2021年由于外部环境影响使调味品消费从餐饮烹饪转向家庭烹饪场景,提升了家庭端调味品需求,面向消费者的部分调味品企业在此期间保持了良好增长,使得市场规模同比增长18.05%、16.30%。数据显示,2022年我国调味品行业市场规模达5133亿元。预计2023年我国调味品市场规模将达5925亿元。

数据来源：观研天下整理

目前酱油在我国传统调味品行业诸多品类中占据着主导地位。根据数据显示,在我国调味品行业零售额中,酱油醋类占比高达62.6%;其次分别为汤料调味剂、辣椒酱,占比分别为6.9%、5.9%。

数据来源：观研天下整理

### 2、产量规模保持逐年上升趋势,百强企业产量在近两年有所下滑

产量规模保持逐年上升趋势。数据显示,2021年我国调味品产量为1785.4万吨,同比增长9.73%。估计2022年我国调味品产量可达1943.8万吨,同比增长8.87%。

数据来源：观研天下整理

调味品行业百强企业产量在近两年有所下滑。数据显示,2022年我国调味品著名品牌企业百强调味品生产总量为1749.4万吨,同比下降1.5%。

数据来源：观研天下整理

### 3、销售规模保持逐年上升趋势

“民以食为天,食以味为先”,调味品在居民日常生活中越来越重要,近年随着居民消费升级,人们对调味品的需求也在不断增长。同时受疫情影响,居家烹饪的人数增加,其消费调味品的支出也有所提升,调味品产业面向家庭端存在广阔的发展空间。根据调味品年度消费支出调查显示,有近九成消费者的调味品年度支出在300元以内。其中30.3%的受访消费者表示调味品年度消费支出在101-200元之间。

数据来源：观研天下整理

近年百强企业的销售收入快速增长。数据显示，2021年我国调味品行业百强企业的销售收入为1317亿元，同比增长15.64%。2022年中国调味品著名品牌企业百强调味品销售收入为1363.8亿元，同比增长6.9%。

数据来源：观研天下整理

#### 4、销售渠道呈现多元化特征，线上规模持续扩张

近年来调味品渠道呈现多元化特征，除传统的餐饮、家庭和工业渠道，外卖、新零售等渠道也在快速发展。调味品企业在传统优势渠道面临增长瓶颈的时候，并购整合是调味品企业拓展渠道的可行路径，从单一渠道走向多渠道发展。

目前我国调味品产业的分销模式主要以线下渠道为主，但互联网经济影响力进一步扩大，线上渠道凭借着精准抵达目标客户与有效运用资源的特点，调味品的渗透率有进一步提升的可能。根据相关数据显示，80.5%消费者倾向于在线上渠道购买调味品，80.0%的受访消费者表示商超也是其主要购买途径之一。随着移动互联网影响的持续加深，线上购买渠道成为了调味品的重要分销渠道之一，未来调味品线上销售渠道也将持续扩张。

数据来源：观研天下整理

### 三、行业竞争情况

近年随着我国调味品行业品牌企业日益强大，越来越多的企业进入资本市场，借助资本市场的力量快速发展，品牌企业的市场份额进一步提高，产业集中度也有了明显的变化。目前我国调味品行业大体可分为三个竞争梯队。第一梯队以海天味业为代表，这类企业为行业龙头企业，其调味品产品品类全面，总营收规模超过150亿元；第二梯队以李锦记、老干妈为代表，这类企业的调味品产品品类丰富，总营收规模在30-150亿元之间；第三梯队是以恒顺、加加为代表，这类企业的调味品产品多侧重于某一品类，营收规模小于30亿元。

目前我国调味品行业仍呈现一超多强局面。十几年以来，在我国调味品市场上，头部企业一直保持着领先性的竞争优势，但是在这些企业内部，以及在拥挤圈层的中腰部企业之间，彼此竞争地位的替换与波动极度频繁、激烈。总体来看，目前我国调味品行业的天花板尚未被触及，调味品市场的增长潜力，也加剧了赛道竞争的白热化。

根据2023年上半年上市企业财报来看，“一超多强”的局面未被打破，虽然营收不及梅花生物，但从净利润来看，最赚的企业依然是海天味业。数据显示，上半年海天味业以30.96亿元的净利润占据龙头位置，其次是梅花生物、安琪酵母，分别实现13.71亿元、6.69亿元净利润。与此同时，仲景食品、莲花健康、日辰股份、安记食品、佳隆股份、加加食品等企业的净利润均不足1亿元。

2023年上半年相关上市企业财报情况 企业 营收（亿元） 增速（%） 净利润（亿元）

增速(%) 梅花生物 135.88 -4.44 13.71 -46.77 海天味业 129.66 -4.19 30.96 -8.76  
安琪酵母 67.14 10.23 6.69 0.13 雪天盐业 29.38 -10.82 3.33 -27.8 苏盐井神 29.01 -4.23  
4.05 -15.97 中炬高新 26.54 0.08 -14.43 -560.78 千禾味业 15.31 50.89 2.57 115.94  
江盐集团 14.59 -5.54 2.38 -8.94 天味食品 14.26 17.42 2.08 25.09 涪陵榨菜 13.37 -5.97  
4.7 -8.87 恒顺醋业 11.39 -3.71 1.24 -3.43 宝立食品 11.28 23.86 1.66 78.85 莲花健康 9.74  
13.15 0.5 57.23 加加食品 8.54 -9.44 0.04 23.48 仲景食品 4.6 10.37 0.9 41.84 安记食品  
2.98 25.75 0.21 109.8 日辰股份 1.63 12.3 0.24 -6.79 佳隆股份 1.46 43.83 0.04 186.51

资料来源：观研天下整理

目前高端化、健康化成为各企业布局的战略高地。根据相关资料显示，伴随着消费群体的多元化，消费者从过往单一注重安全、品质的消费诉求，逐步向营养健康、功能多样、体验升级等综合诉求转变。

为顺应消费者对营养健康食品日益增长的需求，海天味业推出低盐、零添加、铁强化等各种优质产品。涪陵榨菜在榨菜品类基础上，打造轻盐健康榨菜的大市场，布局下饭菜品类全国销售网络。加加食品表示，2023年以“零添加”战略单品为主要发力点，同时继续推进“减盐”等系列大单品。恒顺醋业选择推进“金优零添加”产品，并通过冠名“非诚勿扰”栏目，扩大“金优零添加”产品知名度。而随着布局健康调味品的企业增多，同质化趋势也越发明显，在健康调味品赛道形成差异化竞争优势将成为企业制胜点。（WW）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国调味品行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031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。

## 【目录大纲】

第一章 2019-2023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、调味品特点分析

### 三、调味品行业基本情况介绍

#### 四、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、调味品行业需求主体分析

#### 第二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

#### 第三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

## 第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

#### 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

#### 第五节欧洲调味品行业地区市场分析

##### 一、欧洲调味品行业市场现状分析

##### 二、欧洲调味品行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲调味品行业市场前景分析

#### 第六节 2024-2031年世界调味品行业分布走势预测

#### 第七节 2024-2031年全球调味品行业市场规模预测

## 第三章 中国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

## 第二节 我国宏观经济环境对调味品行业的影响分析

### 第三节 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

#### 三、主要行业标准

### 第四节 政策环境对调味品行业的影响分析

### 第五节 中国调味品行业产业社会环境分析

## 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

#### 一、影响中国调味品行业市场规模的因素

#### 二、中国调味品行业市场规模

#### 三、中国调味品行业市场规模解析

### 第三节 中国调味品行业供应情况分析

#### 一、中国调味品行业供应规模

#### 二、中国调味品行业供应特点

### 第四节 中国调味品行业需求情况分析

#### 一、中国调味品行业需求规模

#### 二、中国调味品行业需求特点

### 第五节 中国调味品行业供需平衡分析

## 第五章 中国调味品行业产业链和细分市场分析

### 第一节 中国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、调味品行业产业链图解

### 第二节 中国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、下游产业对调味品行业的影响分析

### 第三节 我国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 2019-2023年中国调味品行业市场竞争分析

### 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格局分析

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影响因素分析

二、中国调味品行业市场集中度分析

### 第三节 中国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 2019-2023年中国调味品行业模型分析

### 第一节 中国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、中国调味品行业SWOT分析结论

### 第三节 中国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 2019-2023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结构分析
- 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、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、中国调味品行业平均价格趋势分析
  - 二、中国调味品行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国调味品行业所属行业运行数据监测

- 第一节中国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 2019-2023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析

#### 一、影响调味品行业区域市场分布的因素

#### 二、中国调味品行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区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、华东地区调味品行业市场分析

##### (1) 华东地区调味品行业市场规模

##### (2) 华东地区调味品行业市场现状

##### (3) 华东地区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、华中地区调味品行业市场分析

##### (1) 华中地区调味品行业市场规模

##### (2) 华中地区调味品行业市场现状

##### (3) 华中地区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、华南地区调味品行业市场分析

##### (1) 华南地区调味品行业市场规模

##### (2) 华南地区调味品行业市场现状

##### (3) 华南地区调味品行业市场规模预测

### 第五节 华北地区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、华北地区调味品行业市场分析

##### (1) 华北地区调味品行业市场规模

##### (2) 华北地区调味品行业市场现状

##### (3) 华北地区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、东北地区调味品行业市场分析

#### (1) 东北地区调味品行业市场规模

#### (2) 东北地区调味品行业市场现状

#### (3) 东北地区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、西南地区调味品行业市场分析

#### (1) 西南地区调味品行业市场规模

#### (2) 西南地区调味品行业市场现状

#### (3) 西南地区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、西北地区调味品行业市场分析

#### (1) 西北地区调味品行业市场规模

#### (2) 西北地区调味品行业市场现状

#### (3) 西北地区调味品行业市场规模预测

## 第十一章 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

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

#### 第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第十二章 2024-2031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规模发展预测

- 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

### 第十三章 2024-2031年中国调味品行业进入壁垒与投资风险分析

#### 第一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

#### 第二节调味品行业风险分析

- 一、调味品行业宏观环境风险
- 二、调味品行业技术风险
- 三、调味品行业竞争风险
- 四、调味品行业其他风险

### 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

## 第十四章 2024-2031年中国调味品行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国调味品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

### 第二节中国调味品行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

### 第三节调味品行业营销策略分析

一、调味品行业产品策略

二、调味品行业定价策略

三、调味品行业渠道策略

四、调味品行业促销策略

### 第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 · · · · ·

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202311/676665.html>