

2021-2026年中国调味品行业市场供需格局及投资 规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国调味品行业市场供需格局及投资规划建议报告》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：<https://www.huaon.com/channel/condiment/714620.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

众所周知，我国饮食一直都追求“色香味”俱全，调味品能调出“酸、甜、苦、辣、香”等滋味，使得菜品口味更佳，是居民生活的必需品，居民对食物口味不断探求推动着调味品行业蓬勃发展、不断向前。

中国调味品市场从2014到2020年规模不断扩大，直到2020年市场规模已经达到了3950亿元。尽管2020年受疫情影响导致停工停产，但是疫情也使得餐饮消费由外食或外卖转向了家庭烹饪，这也就提升了零售渠道端调味品的需求，促使2020年调味品市场规模不减反增，取得较大增长幅度，为18.05%。

2014-2020年中国调味品市场规模

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。

报告目录：

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
- 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

根据中国调味品协会数据可得，我国调味品产量从2013年到2019年一直在上升，直到2019年达到最高点，1428.9万吨，增速为8.05%。可以看到，2017年的增速最高，为34.65%。其主要原因是：一是在消费升级趋势下，家庭消费追求品质更好、单价更高的产品；二是复合调味品逐步实现对单一调味品的替代，产品利润空间加大。

2013-2019年中国调味品产量及增速

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

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 调味品细分市场发展概述

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

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（AK LXL）

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

四、调味品行业投资风险分析

第四节 调味品行业投资机会分析

第五节 调味品行业发展路径分析

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8：2016-2020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10：2016-2020年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/condiment/714620.html>