

2019-2025年中国调味品市场深度调查评估及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国调味品市场深度调查评估及投资方向研究报告》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/detail/374765.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

2010年以来我国调味品行业总体利润规模呈现出阶梯式增长，2014年利润总额突破200亿元，达到225.5亿元，利润增速也维持在13%左右；2015年以来我国调味品行业的利润总额规模仍保持快速增长，2017年已接近300亿元。综合来看，我国调味品行业整体盈利能力正在不断提升。

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1章：调味品行业投资特性及发展背景1.1调味品行业定义及分类1.1.1行业概念及定义1.1.2行业主要产品大类（1）味精（2）酱油、食醋及类似制品（3）其他调味品、发酵制品1.2调味品行业发展环境1.2.1调味品行业政策法规分析（1）调味品行业相关法律法规和适用标准（2）调味品行业发展规划分析1.2.2调味品行业经济环境分析（1）调味品工业与GDP相关性分析（2）调味品行业与餐饮行业相关性（3）调味品行业与居民收入相关性（4）调味品行业与农产品价格相关性第2章：调味品行业运行状况与竞争格局分析2.1调味品行业发展状况分析

2011-2017年我国调味品行业收入从1917.9亿元上升至3225亿元，年均复合增长率为11.2%；利润从2010年的116亿到2017年的接近300亿元，年均复合增长率达到14.5%。调味品行业经历2012年前的一段快速增长期后整体增速放缓，依旧保持着高个位数的增长态势，呈现出较高景气度。2.1.1调味品行业发展总体概况2.1.2调味品行业发展主要特点2.1.3调味品行业经营情况分析（1）调味品行业经营效益分析（2）调味品行业盈利能力分析（3）调味品行业运营能力分析（4）调味品行业偿债能力分析（5）调味品行业发展能力分析2.2调味品行业经济指标分析2.2.1调味品行业经济效益影响因素（1）宏观经济（2）原材料价格（3）政策因素2.2.2调味品行业经济指标分析2.3调味品行业供需平衡分析2.3.1调味品行业供给情况分析（1）调味品行业总产值分析（2）调味品行业产成品分析2.3.2各地区调味品行业供给情况分析（1）总产值排名前10个地区分析（2）产成品排名前10个地区分析2.3.3调味品行业需求情况分析（1）调味品行业销售产值分析（2）调味品行业销售收入分析2.3.4各地区调味品行业需求情况分析（1）销售收入排名前10个地区分析2.3.5调味品行业产销率分析2.4调味品行业进出口市场分析2.4.1调味品行业进出口状况综述2.4.2调味品行业出口市场分析（1）行业出口整体情况（2）行业出口产品结构2.4.3调味品行业进口市场分析（1）行业进口整体情况（2）行业进口产品结构2.4.4调味品行业进出口前景及建议（1）调味品行业出口前景及建议（2）调味品行业进口前景及建议2.5调味品行业竞争格局分析2.5.1调味品行业竞争格局2.5.2调味品行业五力模型分析（1）调味品行业对上游议价能力分析（2）调味品行业对下游议价能力分析（3）调味品行业现有企业竞争分析（4）调味品行业潜在进入者威胁分析（5）调味品行业替代品威胁分析（6）调味品行业五力分析总结2.6调味品行

业原材料市场分析2.6.1调味品行业产业链结构简述2.6.2大豆产销情况与价格走势（1）中国大豆产销情况分析（2）中国大豆价格走势分析2.6.3小麦产销情况与价格走势（1）中国小麦产销情况分析（2）中国小麦价格走势分析2.6.4稻谷产销情况与价格走势（1）中国稻谷产销情况分析（2）中国稻谷价格走势分析2.6.5玉米产销情况与价格走势（1）中国玉米产销情况分析（2）中国玉米价格走势分析2.6.6肉制品原料市场发展分析 第3章：调味品细分产品市场发展状况分析3.1味精市场发展状况分析3.1.1味精行业运行指标分析（1）味精行业产值规模分析（2）味精行业销售规模分析（3）味精行业供需平衡分析（4）味精行业财务状况分析3.1.2味精行业产品结构分析3.1.3味精行业竞争格局分析3.1.4主要味精品牌成功经验3.1.5味精行业发展威胁分析3.1.6味精行业产量变化分析3.1.7味精行业市场规模预测3.2酱油、食醋市场发展分析3.2.1酱油、食醋行业运行指标分析（1）酱油、食醋行业产值规模分析（2）酱油、食醋行业销售规模分析（3）酱油、食醋行业供需平衡分析（4）酱油、食醋行业财务状况分析3.2.2酱油、食醋行业产品结构分析3.2.3酱油、食醋行业竞争格局分析3.2.4主要酱油、食醋品牌成功经验3.2.5酱油、食醋行业发展威胁分析3.2.6酱油、食醋行业产量变化分析3.2.7酱油、食醋行业市场规模预测3.3香辛料市场发展分析3.3.1香辛料行业运行指标分析3.3.2香辛料行业产品结构分析3.3.3香辛料行业竞争格局分析3.3.4主要香辛料品牌成功经验（1）严把外购材料质量关（2）提高配料准确性（3）政府部门的支持3.3.5香辛料行业发展威胁分析3.3.6香辛料行业产能变化分析3.3.7香辛料行业市场规模预测3.4酱类市场发展状况分析3.4.1酱类行业运行指标分析3.4.2酱类行业产品结构分析3.4.3酱类行业竞争格局分析3.4.4主要酱类品牌成功经验3.4.5酱类行业发展威胁分析3.4.6酱类行业产量变化分析3.4.7酱类行业市场容量预测3.5复合调味料市场分析3.5.1复合调味料行业运行指标分析3.5.2复合调味料行业产品结构分析3.5.3复合调味料行业竞争格局分析3.5.4主要复合调味料品牌成功经验3.5.5复合调味料行业发展威胁分析3.5.6复合调味料行业产量变化分析3.5.7复合调味料行业市场规模预测 第4章：重点区域调味品行业产销需求分析4.1行业总体区域结构特征分析4.1.1行业区域结构总体特征4.1.2行业区域集中度分析4.2行业重点区域产销情况分析4.2.1华北地区调味品行业产销情况分析（1）北京市调味品行业产销情况分析（2）天津市调味品行业产销情况分析（3）河北省调味品行业产销情况分析（4）山西省调味品行业产销情况分析（5）内蒙古调味品行业产销情况分析4.2.2东北地区调味品行业产销情况分析（1）吉林省调味品行业产销情况分析（2）辽宁省调味品行业产销情况分析（3）黑龙江省调味品行业产销情况分析4.2.3华东地区调味品行业产销情况分析（1）上海市调味品行业产销情况分析（2）江苏省调味品行业产销情况分析（3）浙江省调味品行业产销情况分析（4）山东省调味品行业产销情况分析（5）福建省调味品行业产销情况分析（6）江西省调味品行业产销情况分析（7）安徽省调味品行业产销情况分析4.2.4华中地区调味品行业产销情况分析（1）湖南省调味品行业产销情况分析（2）湖北省调味品行业产销情况分析（3）河南省调味品行业产销情况分析4.2.5华南地区调味品行业产销情况分析（1）广东省调味品行业产销情况分析（2）广西调味品行业产销情况分析4.2.6西南地区调味品行业产销情况分析（1）

四川省调味品行业产销情况分析 (2) 重庆市调味品行业产销情况分析 (3) 贵州省调味品行业产销情况分析 (4) 云南省调味品行业产销情况分析4.2.7西北地区调味品行业产销情况分析 (1) 陕西省调味品行业产销情况分析 (2) 甘肃省调味品行业产销情况分析 (3) 青海省调味品行业产销情况分析 (4) 宁夏调味品行业产销情况分析 (5) 新疆调味品行业产销情况分析 第5章：调味品行业品牌企业生产经营分析5.1跨国调味品企业在华投资布局5.1.1日本龟甲万株式会社 (Kikkoman) (1) 企业发展简况分析 (2) 企业在华投资布局5.1.2英国联合利华公司 (Unilever) (1) 企业发展简况分析 (2) 企业在华投资布局5.1.3日本味之素株式会社 (KotobukiPharmaceutical) (1) 企业发展简况分析 (2) 企业在华投资布局5.1.4瑞士雀巢公司 (Nestle) (1) 企业发展简况分析 (2) 企业在华投资布局5.1.5日本味滋康集团 (mizkan) (1) 企业发展简况分析 (2) 企业在华投资布局5.1.6美国亨氏 (Heinz) 食品集团 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业在华投资布局5.2主要酱油品牌企业生产经营分析5.2.1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) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析5.2.2李锦记集团有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业营销渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析5.2.3加加食品集团股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析5.2.4上海淘大食品有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析5.2.5广东美味鲜调味食品有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析5.3主要食醋品牌企业生产经营分析5.3.1江苏恒顺醋业股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析5.3.2山西老陈醋集团有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析5.3.3山西水塔醋业股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析5.3.4四川保宁醋有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析5.3.5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) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析5.4主要食盐品牌企业生产经营分析5.4.1中国盐业总公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析5.4.2江苏省盐业集团有限责任公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企

业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.4.3 四川久大制盐有限责任公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.4.4 安徽省盐业总公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.4.5 云南能源投资股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.5 主要味精品牌企业生产经营分析

5.5.1 莲花健康产业集团股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析

5.5.2 梅花生物科技集团股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析

5.5.3 阜丰集团有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 主要经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.5.4 福建省建阳武夷味精有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.5.5 菱花集团有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.6 主要鸡精品牌企业生产经营分析

5.6.1 上海太太乐食品有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业生产工艺分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.6.2 联合利华食品(中国)有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业品牌经营分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.6.3 四川豪吉食品有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.6.4 味好美(武汉)食品有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业兼并情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.6.5 广东佳隆食品股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.7 其他调味品品牌企业生产经营分析

5.7.1 北京二商王致和食品有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.7.2 太古(中国)糖业有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.7.3 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

5.7.4 驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析

第6章：调味品行业发展前景预测与投资策略建议(AKLY)

6.1 调味品行业市场容量预测

6.1.1 餐饮行业需求

容量预测6.1.2食品加工行业需求容量预测6.1.3家庭消费需求容量预测6.1.4调味品消费终端需求容量预测6.2调味品行业投资特性分析6.2.1调味品行业进入壁垒分析6.2.2调味品行业盈利模式分析6.2.3调味品行业驱动因素分析6.2.4调味品行业投资风险分析（1）宏观经济波动风险分析（2）质量安全控制风险分析（3）行业技术风险分析（4）行业供求风险分析（5）原材料价格波动风险（6）产品结构及市场竞争风险6.3调味品行业投资机会分析6.3.1大型调味品企业发展商机分析6.3.2中型调味品企业发展商机分析6.3.3小型调味品企业发展商机分析6.4调味品行业发展趋势分析6.4.1调味品产品细分化发展趋势6.4.2调味品行业运作精细化趋势6.4.3调味品行业企业整合化趋势6.4.4调味品行业技术发展趋势6.5调味品行业发展路径分析6.5.1调味品品牌专营化发展路径6.5.2调味品渠道多样化运营路径6.5.3区域调味品品牌中国化路径6.6调味品行业市场拓展策略6.6.1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6.6.2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6.6.3复合调味料市场营销策略（1）区域差异化策略（2）营销方式多元化策略6.6.4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6.7调味品行业产品开发建议6.7.1营养强化系列产品开发建议6.7.2营养调整系列产品开发建议6.7.3特殊人群系列产品开发建议6.7.4温馨家庭系列产品开发建议6.7.5健康素食系列产品开发建议 部分图表目录：图表1：调味品、发酵制品制造行业分类示意图图表2：味精产品成分对比图表3：酱油、食醋及类似制品原材料比对图表4：其他调味品、发酵制品及其细分产品图表5：调味品行业相关法规及标准汇总图表6：《“十三五”国家食品安全规划》主要内容图表7：调味品行业与GDP相关性图表8：调味品行业与餐饮行业相关性图表9：城镇居民人均调味品支出与人均可支配收入相关性图表10：中国调味品行业发展特点图表11：2014-2018年调味品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）图表12：2012-2018年中国调味品行业盈利能力分析（单位：%）更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/374765.html>