

2020-2025年中国调味品行业市场深度分析及行业 发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国调味品行业市场深度分析及行业发展趋势报告》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/499928.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

调味品（flavouring, condiment, seasoning），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。调味品行业随着国民饮食消费结构的变迁逐渐壮大发展。根据中国调味品协会的相关统计数据显示，我国目前的调味品生产企业呈现逐年递增的态势，调味品虽然属于一种“小产品”种类，但是作为我国的传统食品，营销模式比较固定，主要的销售渠道有：连锁超市、零售、调料店、便利店，等等。销售出去的传统调味品，大部分都是用于家庭或者餐饮消费，此外还有部分用于食品加工。

调味品不同渠道占比

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：

第一部分 调味品行业发展环境

第一章 调味品行业发展环境分析

第一节 调味品行业概述

一、调味品行业定义

二、调味品行业分类

第二节 调味品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、上游产业影响分析

三、下游产业影响分析

第三节 调味品行业发展环境分析

一、政策环境分析

1、行业管理体制

2、行业主要政策法规

3、行业相关发展规划

二、经济环境分析

- 1、宏观经济形势分析
- 2、农业经济运行分析
- 3、居民收入水平分析
- 4、居民消费水平分析
- 三、社会环境分析
- 1、城镇化进程分析
- 2、居民食品消费理念
- 四、技术环境分析
- 1、行业技术现状分析
- 2、新技术应用情况分析

第二部分 调味品行业发展现状

第二章 调味品行业发展现状分析

第一节 调味品行业发展概况

- 一、调味品行业发展历程
- 二、调味品行业发展现状
- 三、调味品市场结构分析
- 四、调味品行业发展问题
- 五、调味品行业发展对策

第二节 调味品所属行业经济运行情况分析

- 一、调味品所属行业经营效益分析
- 二、调味品所属行业盈利能力分析
- 三、调味品所属行业运营能力分析
- 四、调味品所属行业偿债能力分析
- 五、调味品所属行业发展能力分析

第三节 调味品所属行业进出口情况分析

- 一、调味品进出口形式分析
- 二、调味品进口情况分析
- 1、进口金额分析
- 2、进口结构分析
- 三、调味品出口情况分析
- 1、出口金额分析
- 2、出口结构分析

第三章 调味品行业营销现状及策略分析

第一节 调味品行业营销现状分析

- 一、企业的营销观念陈旧
- 二、企业普遍缺乏品牌创新意识
- 三、缺乏企业营销战略的指导
- 四、营销管理环节薄弱，营销人才匮乏

第二节 调味品营销的基本原则

- 一、单一品类创品牌
- 二、整合品牌形象包装
- 三、由点到面的精细化推广
- 四、决胜在终端

第三节 提高调味品企业营销能力的对策

- 一、建立和培育企业的营销文化
- 二、建立和完善企业的营销管理体系
- 三、创建优秀的企业营销团队

第四节 调味品企业市场营销发展战略

- 一、市场细分战略
- 二、目标市场选择与市场定位
- 三、市场营销组合战略
 - 1、准确运用产品策略
 - 2、灵活运用价格策略
 - 3、选择正确的渠道策略
 - 4、采用合适的促销策略

第四章 调味品行业包装设计发展分析

第一节 我国当前调味品包装现状

- 一、当前社会文化背景下的调味品包装设计
- 二、我国当前调味品包装设计的不足和缺陷
 - 1、包装变成了商品和商家的门面
 - 2、过度包装造成审美疲劳和物质浪费
 - 3、对传统美学因素注重不够
 - 4、对“整体性”要求的忽略
- 二、现代调味品包装设计应有的特点
 - 1、调味品包装设计之人性化
 - 2、调味品包装设计之民族化
 - 3、调味品包装设计之适当化

4、调味品包装设计之系列化

第二节 调味品包装设计的需求分析

一、不同人群对不同调味品包装的购买心理

1、儿童对调味品包装设计的需求

2、年轻人对调味品包装设计的需求

3、中老年人对调味品包装设计的需求

二、中餐厅和西餐厅对调味品包装的要求

第三节 包装设计发展趋势

一、人性化设计是社会发展的必然结果

二、包装设计形式上的创新

三、调味品包装设计的整体性和统一性

第四节 调味品包装设计对策分析

一、图形语言在包装设计中的主导作用

1、图形的表现形式

2、图形的视觉传达

3、特殊的图形表现形式

二、使调味品与其包装达到统一

1、审美要求与实用功能的统一

2、调味品包装设计中大众消费心理的影响

第三部分 调味品市场调研

第五章 调味品行业细分产品市场分析

第一节 味精市场分析

一、味精的概念及功能

二、味精市场发展现状

1、企业情况

2、产量情况

三、市场竞争格局分析

四、产品发展趋势分析

第二节 鸡精市场分析

一、鸡精的概念及功能

二、鸡精市场发展现状

1、企业情况

2、产量情况

三、市场竞争格局分析

四、产品发展趋势分析

第三节 酱油市场分析

一、酱油的概念及功能

二、酱油市场发展现状

1、企业情况

2、产量情况

三、市场竞争格局分析

四、产品发展趋势分析

第四节 食醋市场分析

一、食醋的概念及功能

二、食醋市场发展现状

1、企业情况

2、产量情况

三、市场竞争格局分析

四、主要食醋产地分析

五、产品发展趋势分析

第五节 香辛料市场分析

一、香辛料的概念及功能

二、香辛料分类情况

三、香辛料发展现状

1、企业情况

2、产量情况

四、市场竞争格局分析

五、产品发展趋势分析

第六节 调味酱市场分析

一、调味酱的概念及功能

二、调味酱分类情况

三、调味酱发展现状

1、企业情况

2、产量情况

四、市场竞争格局分析

五、产品发展趋势分析

第七节 复合调味料市场分析

一、复合调味料的定义及功能

二、复合调味料分类情况

三、复合调味料发展现状

1、企业情况

2、产量情况

四、市场竞争格局分析

五、产品发展趋势分析

1、天然化

2、方便化

3、健康化

4、风味多元化

第四部分 调味品行业竞争格局

第六章 调味品行业竞争现状分析

第一节 调味品行业竞争五力模型分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、现有企业竞争分析

四、潜在进入者威胁分析

五、行业替代品威胁分析

第二节 调味品行业竞争现状分析

2018年中国调味品行业企业市场份额占比

一、调味品行业品牌格局分析

二、调味品行业市场集中度分析

三、调味品所属行业区域集中度分析

第三节 国际调味品企业在华竞争情况

一、英国联合利华公司（Unilever）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业在华投资布局

二、日本味之素株式会社（Kotobuki Pharmaceutical）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业在华投资布局

三、瑞士雀巢公司（Nestle）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业在华投资布局

四、日本味滋康集团（mizkan）

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业在华投资布局

五、美国亨氏（Heinz）食品集团

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业在华投资布局

第四节 调味品行业竞争力提升策略分析

一、推动业务流程重组, 重塑调味品企业组织竞争优势

二、降低内外部成本, 扩大调味品企业竞争范围

三、加快产品和技术创新, 提高调味品企业差异化竞争优势

第七章 调味品所属行业重点区域市场分析

第一节 上海市调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第二节 北京市调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第三节 重庆市调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第四节 广东省调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第五节 山东省调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第六节 山西省调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第七节 四川省调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第八节 湖南省调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第九节 湖北省调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第十节 河南省调味品市场分析

一、调味品行业发展环境

二、调味品行业发展现状

三、调味品行业市场前景

第八章 调味品行业重点企业经营分析

第一节 江苏恒顺醋业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第二节 河南永达美基食品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第三节 千禾味业食品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第四节 上海太太乐食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第五节 李锦记（中国）销售有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第六节 佛山市海天调味食品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第七节 四川省丹丹邛县豆瓣集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第八节 安琪酵母股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第九节 天津市利民调料有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第十节 山东天博食品配料有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业生产工艺分析

第五部分 调味品行业发展趋势

第九章 调味品行业发展趋势预测

第一节 2020-2025年调味品行业发展前景展望

一、调味品行业发展因素分析

1、有利因素

2、不利因素

二、调味品行业发展前景分析

1、国内市场前景分析

2、国际市场前景分析

第二节 2020-2025年调味品行业发展趋势预测

一、行业市场趋势预测

二、行业产品发展方向

三、行业技术革新趋势

四、行业市场竞争趋势

五、行业政策变化趋势

六、企业发展趋势预测

第三节 2020-2025年调味品行业发展规模预测

一、2020-2025年调味品行业供给预测

二、2020-2025年调味品行业需求预测

第六部分 调味品行业投资战略规划

第十章 调味品行业投资战略规划（AK ZWY）

第一节 调味品行业投资壁垒分析

一、行业准入壁垒

二、规模壁垒

三、品牌壁垒

四、营销渠道及网络壁垒

第二节 调味品行业投资风险分析

一、食品安全风险

二、市场风险

三、宏观经济波动风险

四、贸易政策变化的风险

五、原材料价格波动风险

第三节 调味品行业投资战略规划

一、行业总体投资战略分析

二、行业细分市场投资战略分析

三、行业区域市场投资战略分析

部分图表目录：

图表：调味品产业链结构

图表：调味品行业主要政策法规

图表：2015-2019年GDP增长形势

图表：2015-2019年居民收入水平

图表：2015-2019年居民消费水平

图表：城镇化进程分析

图表：2015-2019年调味品所属行业经营效益

图表：2015-2019年调味品所属行业盈利能力

图表：2015-2019年调味品所属行业运营能力

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/499928.html>