

2020-2026年中国调味品市 场全景调查与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国调味品市场全景调查与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201910/144056.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

据统计，全球每年调味品营业额高达2500亿美元，占食品工业额的12%左右，是典型的“小产品、大市场”。目前，我国调味品产业的总产值近3200亿元人民币（折合482亿美元），占比不到世界调味品市场总量的20%。与世界调味品行业规模总量相比，我国调味品行业的发展差距是显而易见的。由此也可以看出，中国调味品市场存在着巨大的发展潜力。

据中国调味品行业协会数据显示，2016年销售额为3103.6亿元，市场规模为3000亿元。调味品市场有1220家规模以上企业，前十名企业的市场集中度不到35%。海天作为全国最大的酱油类调味品生产企业，其销售收入仅占全国调味品销售收入的7%左右。 2009-2016年中国调味品行业市场规模情况

本中国调味品行业市场监测与发展战略研究报告由北京智研科信咨询有限公司出品，通过专业的文字、图表形式，向您全面而详细描述调味品行业的发展现状。共研咨询通过多年的行业研究，建立了一整套完备的产业研究体系，其研究方法一直处于业内领先地位。本中国调味品行业市场监测与发展战略研究报告是2017-2019年度，国内最全面、研究最深入、数据资源最强大的研究报告产品，能为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由共研咨询公司领衔撰写，资料来源于庞大缜密的市场调研。报告建立于国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、中国产业信息网提供的最新行业运行数据基础之上，验证于与我们联系紧密的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

本报告重点分析了调味品行业标杆企业的经营状况，并揭示出行业的发展前景与市场机会。报告能为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层部署战略规划提供准确的市场情报及科学的决策依据，同时也对银行信贷部门具备参考价值。

报告目录：

第1章 调味品行业投资特性及发展背景 1

1.1 调味品行业定义及分类 1

1.1.1 行业概念及定义 1

1.1.2 行业主要产品大类 1

(1) 味精 1

(2) 酱油、食醋及类似制品 1

(3) 其他调味品、发酵制品 2

1.2 调味品行业发展环境	2
1.2.1 调味品行业政策法规分析	2
(1) 调味品行业相关法律法规和适用标准	2
(2) 调味品行业发展规划分析	3
1.2.2 调味品行业经济环境分析	11
(1) 调味品工业与GDP相关性分析	11
(2) 调味品行业与餐饮行业相关性	12
(3) 调味品行业与居民收入相关性	13
(4) 调味品行业与农产品价格相关性	14
 第2章调味品行业运行状况与竞争格局分析	 15
2.1 调味品行业发展状况分析	15
2.1.1 调味品行业发展总体概况	15
2.1.2 调味品行业发展主要特点	16
2.1.3 调味品行业经营情况分析	18
(1) 调味品行业经营效益分析	18
(2) 调味品行业盈利能力分析	18
(3) 调味品行业运营能力分析	19
(4) 调味品行业偿债能力分析	19
(5) 调味品行业发展能力分析	20
2.2 调味品行业经济指标分析	20
2.2.1 调味品行业经济效益影响因素	20
(1) 宏观经济	20
(2) 原材料价格	21
(3) 政策因素	21
2.2.2 调味品行业经济指标分析	22
2.2.3 不同性质企业经济指标分析	23
2.3 调味品行业供需平衡分析	23
2.3.1 调味品行业供给情况分析	23
(1) 调味品行业总产值分析	23
(2) 调味品行业产成品分析	24
2.3.2 各地区调味品行业供给情况分析	24

(1) 总产值排名前10个地区分析	24
(2) 产成品排名前10个地区分析	25
2.3.3 调味品行业需求情况分析	26
(1) 调味品行业销售产值分析	26
(2) 调味品行业销售收入分析	26
2.3.4 各地区调味品行业需求情况分析	27
(1) 销售产值排名前10个地区分析	27
(1) 销售收入排名前10个地区分析	27
2.3.5 调味品行业产销率分析	28
2.4 调味品行业进出口市场分析	28
2.4.1 调味品行业进出口状况综述	28
2.4.2 调味品行业出口市场分析	29
(1) 行业出口整体情况	29
(2) 行业出口产品结构	31
2.4.3 调味品行业进口市场分析	31
(1) 行业进口整体情况	31
(2) 行业进口产品结构	32
2.4.4 调味品行业进出口前景及建议	33
(1) 调味品行业出口前景及建议	33
(2) 调味品行业进口前景及建议	33
2.5 调味品行业竞争格局分析	34
2.5.1 调味品行业竞争格局	34
2.5.2 调味品行业五力模型分析	37
(1) 调味品行业对上游议价能力分析	37
(2) 调味品行业对下游议价能力分析	37
(3) 调味品行业现有企业竞争分析	38
(4) 调味品行业潜在进入者威胁分析	38
(5) 调味品行业替代品威胁分析	39
(6) 调味品行业五力分析总结	39
2.6 调味品行业原材料市场分析	40
2.6.1 调味品行业产业链结构简述	40
2.6.2 大豆产销情况与价格走势	41

(1) 中国大豆产销情况分析	41
(2) 中国大豆价格走势分析	41
2.6.3 小麦产销情况与价格走势	44
(1) 中国小麦产销情况分析	44
(2) 中国小麦价格走势分析	49
2.6.4 稻谷产销情况与价格走势	51
(1) 中国稻谷产销情况分析	51
(2) 中国稻谷价格走势分析	52
2.6.5 玉米产销情况与价格走势	54
(1) 中国玉米产销情况分析	54
(2) 中国玉米价格走势分析	56
2.6.6 肉制品原料市场发展分析	58

第3章调味品细分产品市场发展状况分析 67

3.1 味精市场发展状况分析 67

3.1.1 味精行业运行指标分析 67

(1) 味精行业产值规模分析 67

2014年我国味精制造行业产值为456.05亿元，2015年行业产值为465.08亿元，2016年行业产值增长至518.05亿元。 2015-2017年我国味精制造行业产值走势图 资料来源：国家统计局

(2) 味精行业销售规模分析 67

(3) 味精行业供需平衡分析 68

截止2016年我国味精制造业规模以上企业数量为83个，当中亏损企业数量为14个，2016年我国味精制造业亏损企业平均亏损金额为1256.4万元。 2015-2017年我国味精制造业企业亏损情况分析 资料来源：国家统计局

近年来我国味精产量稳定在210万吨左右，2016年国内产量为220万吨，进口数量为0.19万吨，出口数量为6.95万吨，国内表观需求为213.24万吨。 2009-2016年我国味精产量统计图

2009-2016年我国味精进出口数据统计（千克，千美元）

年份	出口量	出口金额	进口量	进口金额
2009年	36166438	43850	107856	304
2010年	26814418	36374	289441	855
2011年	18284394	27367	344773	956
2012年	22438778	32236	492742	1448
2013年	17841614	24607	663265	1871
2014年	16336726	23,605	633740	1,916
2015年	163069342	196458	1101023	3323
2016年	69466153	69573	1882056	4682

资料来源：中国海关

2009-2016年我国味精供需平衡分析

(4) 味精行业财务状况分析	70
3.1.2 味精行业产品结构分析	72
5.1.3 味精行业竞争格局分析	72
5.1.4 主要味精品牌成功经验	74
5.1.5 味精行业发展威胁分析	77
3.1.6 味精行业产能变化分析	78
3.1.7 味精行业市场规模预测	79
3.2 酱油、食醋市场发展分析	80
3.2.1 酱油、食醋行业运行指标分析	80
(1) 酱油、食醋行业产值规模分析	80
(2) 酱油、食醋行业销售规模分析	81
(3) 酱油、食醋行业供需平衡分析	82
(4) 酱油、食醋行业财务状况分析	88
3.2.2 酱油、食醋行业产品结构分析	89
3.2.3 酱油、食醋行业竞争格局分析	90
3.2.4 主要酱油、食醋品牌成功经验	92
3.2.5 酱油、食醋行业发展威胁分析	96
3.2.6 酱油、食醋行业产量变化分析	97
3.2.7 酱油、食醋行业市场规模预测	97
3.3 香辛料市场发展分析	99
3.3.1 香辛料行业运行指标分析	99
3.3.2 香辛料行业产品结构分析	100
3.3.3 香辛料行业竞争格局分析	101
3.3.4 主要香辛料品牌成功经验	101
3.3.5 香辛料行业发展威胁分析	102
3.3.6 香辛料行业产能变化分析	103
3.3.7 香辛料行业市场规模预测	104
3.4 酱类市场发展状况分析	104
3.4.1 酱类行业运行指标分析	104
3.4.2 酱类行业产品结构分析	105

3.4.3 酱类行业竞争格局分析	106
3.4.4 主要酱类品牌成功经验	106
3.4.5 酱类行业发展威胁分析	112
3.4.6 酱类行业产量变化分析	113
3.4.7 酱类行业市场容量预测	113
3.5 复合调味料市场分析	114
3.5.1 复合调味料行业运行指标分析	114
3.5.2 复合调味料行业产品结构分析	115
3.5.3 复合调味料行业竞争格局分析	115
3.5.4 主要复合调味料品牌成功经验	117
3.5.5 复合调味料行业发展威胁分析	118
3.5.6 复合调味料行业产量变化分析	119
3.5.7 复合调味料行业市场规模预测	120
第4章调味品行业区域市场产销需求分析	121
4.1 行业总体区域结构特征分析	121
4.1.1 行业区域结构总体特征	121
4.1.2 行业区域集中度分析	122
4.2 行业重点区域产销情况分析	124
4.2.1 华北地区调味品行业产销情况分析	124
(1) 北京市调味品行业产销情况分析	124
(2) 天津市调味品行业产销情况分析	124
(3) 河北省调味品行业产销情况分析	125
(4) 山西省调味品行业产销情况分析	125
(5) 内蒙古调味品行业产销情况分析	126
4.2.2 东北地区调味品行业产销情况分析	126
(1) 吉林省调味品行业产销情况分析	126
(2) 辽宁省调味品行业产销情况分析	127
(3) 黑龙江省调味品行业产销情况分析	127
4.2.3 华东地区调味品行业产销情况分析	128
(1) 上海市调味品行业产销情况分析	128
(2) 江苏省调味品行业产销情况分析	128

(3) 浙江省调味品行业产销情况分析	129
(4) 山东省调味品行业产销情况分析	129
(5) 福建省调味品行业产销情况分析	130
(6) 江西省调味品行业产销情况分析	130
(7) 安徽省调味品行业产销情况分析	131
4.2.4 华中地区调味品行业产销情况分析	131
(1) 湖南省调味品行业产销情况分析	131
(2) 湖北省调味品行业产销情况分析	132
(3) 河南省调味品行业产销情况分析	132
4.2.5 华南地区调味品行业产销情况分析	133
(1) 广东省调味品行业产销情况分析	133
(2) 广西调味品行业产销情况分析	133
4.2.6 西南地区调味品行业产销情况分析	134
(1) 四川省调味品行业产销情况分析	134
(2) 重庆市调味品行业产销情况分析	134
(3) 贵州省调味品行业产销情况分析	135
(4) 云南省调味品行业产销情况分析	135
4.2.7 西北地区调味品行业产销情况分析	136
(1) 陕西省调味品行业产销情况分析	136
(2) 甘肃省调味品行业产销情况分析	136
(3) 青海省调味品行业产销情况分析	137
(4) 宁夏调味品行业产销情况分析	137
(5) 新疆调味品行业产销情况分析	138

第5章调味品行业品牌企业生产经营分析 139

5.1 跨国调味品企业在华投资布局 139

5.1.1 日本龟甲万株式会社（KIKKOMAN） 139

- (1) 企业发展简况分析 139
- (2) 企业在华投资布局 139

5.1.2 英国联合利华公司（UNILEVER） 140

- (1) 企业发展简况分析 140
- (2) 企业在华投资布局 146

5.1.3 日本味之素株式会社 (KOTOBUKI PHARMACEUTICAL)	147
(1) 企业发展简况分析	147
(2) 企业在华投资布局	148
5.1.4 瑞士雀巢公司 (NESTLE)	148
(1) 企业发展简况分析	148
(2) 企业在华投资布局	159
5.1.5 日本味滋康集团 (MIZKAN)	159
(1) 企业发展简况分析	159
(2) 企业在华投资布局	160
5.1.6 美国亨氏 (HEINZ) 食品集团	161
(1) 企业发展简况分析	161
(2) 企业在华投资布局	166
5.2 主要酱油品牌企业生产经营分析	167
5.2.1 佛山市海天调味食品股份有限公司	167
(1) 企业发展简况分析	167
(2) 企业经营情况分析	168
(3) 企业经营优劣势分析	172
5.2.2 李锦记集团有限公司	173
(1) 企业发展简况分析	173
(2) 企业经营情况分析	173
(3) 企业经营优劣势分析	174
5.2.3 加加食品集团股份有限公司	174
(1) 企业发展简况分析	174
(2) 企业经营情况分析	175
(3) 企业经营优劣势分析	179
5.2.4 上海淘大食品有限公司	181
(1) 企业发展简况分析	181
(2) 企业经营情况分析	181
(3) 企业经营优劣势分析	182
5.2.5 广东美味鲜调味食品有限公司	183
(1) 企业发展简况分析	183
(2) 企业经营情况分析	184

(3) 企业经营优劣势分析	185
5.3 主要食醋品牌企业生产经营分析	186
5.3.1 江苏恒顺醋业股份有限公司	186
(1) 企业发展简况分析	186
(2) 企业经营情况分析	187
(3) 企业经营优劣势分析	191
5.3.2 山西老陈醋集团有限公司	192
(1) 企业发展简况分析	192
(2) 企业经营情况分析	193
(3) 企业经营优劣势分析	194
5.3.3 山西水塔醋业股份有限公司	195
(1) 企业发展简况分析	195
(2) 企业经营情况分析	196
(3) 企业经营优劣势分析	197
5.3.4 四川保宁醋有限公司	198
(1) 企业发展简况分析	198
(2) 企业经营情况分析	199
(3) 企业经营优劣势分析	200
5.3.5 天津市天立独流老醋股份有限公司	200
(1) 企业发展简况分析	200
(2) 企业经营情况分析	201
(3) 企业经营优劣势分析	202
5.4 主要食盐品牌企业生产经营分析	204
5.4.1 中国盐业总公司经营情况分析	204
(1) 企业发展简况分析	204
(2) 企业经营情况分析	206
(3) 企业经营优劣势分析	207
5.4.2 江苏省盐业集团有限责任公司	209
(1) 企业发展简况分析	209
(2) 企业经营情况分析	210
(3) 企业经营优劣势分析	211
5.4.3 四川久大制盐有限责任公司	211

(1) 企业发展简况分析	211
(2) 企业经营情况分析	213
(3) 企业经营优劣势分析	214
5.4.4 安徽省盐业总公司	214
(1) 企业发展简况分析	214
(2) 企业经营情况分析	215
(3) 企业经营优劣势分析	215
5.4.5 云南盐化股份有限公司	216
(1) 企业发展简况分析	216
(2) 企业经营情况分析	217
(3) 企业经营优劣势分析	221
5.5 主要味精品牌企业生产经营分析	221
5.5.1 河南莲花健康产业股份有限公司	221
(1) 企业发展简况分析	221
(2) 企业经营情况分析	223
(3) 企业经营优劣势分析	227
5.5.2 梅花生物科技集团股份有限公司	227
(1) 企业发展简况分析	227
(2) 企业经营情况分析	230
(3) 企业经营优劣势分析	234
5.5.3 阜丰集团有限公司	235
(1) 企业发展简况分析	235
(2) 企业经营情况分析	236
(3) 企业经营优劣势分析	240
5.5.4 沈阳红梅味精股份有限公司	241
(1) 企业发展简况分析	241
(2) 企业经营情况分析	242
(3) 企业经营优劣势分析	243
5.5.5 菱花集团有限公司	244
(1) 企业发展简况分析	244
(2) 企业经营情况分析	246
(3) 企业经营优劣势分析	247

5.6 主要鸡精品牌企业生产经营分析	247
5.6.1 上海太太乐食品有限公司	247
(1) 企业发展简况分析	247
(2) 企业经营情况分析	249
(3) 企业经营优劣势分析	250
5.6.2 联合利华食品（中国）有限公司	251
(1) 企业发展简况分析	251
(2) 企业经营情况分析	252
(3) 企业经营优劣势分析	253
5.6.3 四川豪吉食品有限公司	253
(1) 企业发展简况分析	253
(2) 企业经营情况分析	254
(3) 企业经营优劣势分析	255
5.6.4 味好美（武汉）食品有限公司	255
(1) 企业发展简况分析	255
(2) 企业经营情况分析	256
(3) 企业经营优劣势分析	257
5.6.5 广东佳隆食品股份有限公司	257
(1) 企业发展简况分析	257
(2) 企业经营情况分析	258
(3) 企业经营优劣势分析	262
5.7 其他调味品品牌企业生产经营分析	263
5.7.1 北京二商王致和食品有限公司	263
(1) 企业发展简况分析	263
(2) 企业经营情况分析	265
(3) 企业经营优劣势分析	266
5.7.2 太古（中国）糖业有限公司	266
(1) 企业发展简况分析	266
(2) 企业经营情况分析	266
(3) 企业经营优劣势分析	267
5.7.3 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司	267
(1) 企业发展简况分析	267

(2) 企业经营情况分析	267
(3) 企业经营优劣势分析	268
5.7.4 驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司	270
(1) 企业发展简况分析	270
(2) 企业经营情况分析	271
(3) 企业经营优劣势分析	272
第6章：调味品行业发展前景预测与投资策略建议	274
6.1 调味品行业市场容量预测（zycwb235）	274
6.1.1 餐饮行业需求容量预测	274
6.1.2 食品加工行业需求容量预测	276
6.1.3 家庭消费需求容量预测	276
6.1.4 调味品消费终端需求容量预测	277
6.2 调味品行业投资特性分析	278
6.2.1 调味品行业进入壁垒分析	278
6.2.2 调味品行业盈利模式分析	279
6.2.3 调味品行业驱动因素分析	280
6.2.4 调味品行业投资风险分析	281
(1) 宏观经济波动风险分析	281
(2) 质量安全控制风险分析	282
(3) 行业技术风险分析	282
(4) 行业供求风险分析	282
(5) 原材料价格波动风险	283
(6) 产品结构及市场竞争风险	283
6.3 调味品行业投资机会分析	284
6.3.1 大型调味品企业发展商机分析	284
6.3.2 中型调味品企业发展商机分析	285
6.3.3 小型调味品企业发展商机分析	286
6.4 调味品行业发展趋势分析	288
6.4.1 调味品产品细分化发展趋势	288
6.4.2 调味品行业运作精细化趋势	290
6.4.3 调味品行业企业整合化趋势	290

6.4.4 调味品行业技术发展趋势	291
6.5 调味品行业发展路径分析	291
6.5.1 调味品品牌专营化发展路径	291
6.5.2 调味品渠道多样化运营路径	292
6.5.3 区域调味品品牌中国化路径	293
6.6 调味品行业市场拓展策略	293
6.6.1 酱油行业市场拓展策略	293
(1) 价格优势策略	293
(2) 规模扩张策略	294
(3) 低成本品牌扩展策略	294
(4) 中端市场突破策略	294
6.6.2 食醋行业市场拓展策略	294
(1) 精准定位策略	294
(2) 区域资源优势策略	295
(3) 消费大众口碑策略	295
6.6.3 复合调味料市场经营策略	295
(1) 区域差异化策略	295
(2) 营销方式多元化策略	295
6.6.4 调味酱市场营销策略	296
(1) 产品差异化营销策略	296
(2) 提高竞争层次营销策略	296
6.7 调味品行业产品开发建议	296
6.7.1 营养强化系列产品开发建议	296
6.7.2 营养调整系列产品开发建议	297
6.7.3 特殊人群系列产品开发建议	297
6.7.4 温馨家庭系列产品开发建议	297
6.7.5 健康素食系列产品开发建议	298

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144056.html>