

2018-2023年中国调味品市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国调味品市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/G816511S5A.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-05-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国调味品市场深度调研与投资前景研究报告》介绍了调味品行业相关概述、中国调味品产业运行环境、分析了中国调味品行业的现状、中国调味品行业竞争格局、对中国调味品行业做了重点企业经营状况分析及中国调味品产业发展前景与投资预测。您若想对调味品产业有个系统的了解或者想投资调味品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2016年第四季度调味品行业重点公司（海天味业、中炬高新、恒顺醋业、涪陵榨菜、加加食品、千禾味业）的收入表现相对平稳，实现营业总收入57.12 亿元，同比增长12.37%。但是2017年一季度行业总收入出现了较为明显的复苏，共实现营业总收入64.75 亿元，同比增长17.90%。

由于主要调味品上市公司从16年下半年开始都完成了提价，但是不同公司对于经销商的政策有所不同。以中炬和恒顺为代表的公司提价前给经销商预留1-2 个月的打款期，因此受到经销商的备货节奏的影响，预计收入端的季度波动相对明显；而海天和千禾的提价则相对顺畅，预计季度间的收入波动不会特别大。

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

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

调味品行业整体毛利率稳步提升

资料来源：公开资料，博思数据整理

调味品行业的净利率稳步提升

资料来源：公开资料，博思数据整理

2017Q1 调味品平均净利率同比提高1.39%

资料来源：公开资料，博思数据整理

(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调研

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调研

(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调研

(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调研

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 复合调味料市场调研
 - 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（Kotobuki Pharmaceutical）

- (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：调味品行业趋势预测分析与投资前景研究建议

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 调味品行业投资前景分析

(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 复合调味料市场经营策略

- (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11：2014-2017年调味品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表12：2012-2017年中国调味品行业盈利能力分析（单位：%）

图表13：2012-2017年中国调味品行业运营能力分析（单位：次）

图表14：2012-2017年中国调味品行业偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表15：2012-2017年中国调味品行业发展能力分析（单位：%）

图表16：2014-2017年调味品行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）

图表17：2012-2017年调味品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表18：2012-2017年调味品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表19：2013-2017工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表20：2017年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表21：2013-2017产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表22：2017年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表23：2012-2017年调味品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表24：2012-2017年调味品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表25：2013-2017销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表26：2017年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表27：2012-2017年中国调味品行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表28：2015-2017年中国调味品行业进出口状况表（单位：万美元，%）

图表29：2012-2017年调味品行业产品出口总额情况（单位：亿美元）

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/G816511S5A.html>