

# 2020-2026年中国沙拉酱行业 分析与发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国沙拉酱行业分析与发展趋势预测报告》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.abaogao.com/b/shipin/998477GXQ3.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

沙拉酱以植物油、水、蛋制品、酸性配料为主要原料，添加或不添加食糖、食用盐、香辛料和食用增稠剂等辅料经乳化、灌装而成的半固体复合调味料（沙拉酱属于调味沙司的一种），这种半固体形态的酸性高脂肪乳状液，是利用了蛋黄卵磷脂的乳化特性，使油、水形成了水包油型乳状液，从而形成了稳定的酱体。

随着消费的不断升级，沙拉酱正成为食品行业中增幅最快的门类，巨大的市场潜能刺激着内外资沙拉酱生产巨头开始产能竞赛。同时，随着人民生活水平的提高和食品工业的迅速发展，沙拉酱产品将朝着多样化、复合方便化、营养保健化等方向发展，对于小产品大市场的沙拉酱行业来说，需要尽快加强新产品的开发，才能适应新的形势，谋求更大的商机。

2017年我国沙拉酱行业生产企业数量约几十家，企业主要集中在我国东部经济发达地区。2017年我国沙拉酱行业产量约20.2万吨，同比2016年的17.9万吨增长了约12.85%，近几年我国沙拉酱行业产量情况如下图所示：2009-2017年我国沙拉酱行业产量情况 资料来源：智研数据研究中心整理 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。

报告目录第一章沙拉酱相关概述18第一节沙拉酱阐述18一、沙拉的配酱18二、沙拉酱分类18三、沙拉酱的热量18第二节沙拉酱的稳定性及其保质期19一、材料与amp;方法19二、试验结果20三、微生物学鉴定20四、稳定性及其保质期21第二章2017-2019年中国沙拉酱市场运行分析23第一节2017-2019年中国宏观经济分析23一、GDP历史变动轨迹分析23二、固定资产投资历史变动轨迹分析25三、2019年中国宏观经济发展预测分析34第二节中国政策法规分析34一、中华人民共和国食品安全法实施条例34二、沙拉酱中食品添加剂最大允许使用量最大允许残留量标准48三、西餐调味品专业委员会成立对行业的影响49四、中国调味品协会在全行业深入贯彻实施《食品安全法》50五、《沙拉酱》行业标准征求意见稿再次公示54六、《调味品经销商经营管理规范》54七、沙拉酱等五项调味品标准出台56第三节2017-2019年中国沙拉酱社会发展分析58第三章沙拉酱生产工艺及技术趋势研究62第一节沙拉酱生产工艺研究62一、实验原材料与设备62二、实验方法62三、结果与分析65第二节蛋黄酱和沙拉酱生产工艺及趋势67一、蛋黄酱和沙拉酱67二、主要设备68三、材料配方69四、工艺流程69五、操作要点70六、质量标准70七、注意事项71八、低脂沙拉酱71第四章2017-2019年中国调味品业整体运行状况分析72第一节2017-2019年中国调味品市场运行总况72一、中国调味品市场发展特点72二、国内调味品市场进入调整阶段73三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展73四、消费升级带动调味品市场细分趋势74第二节

2017-2019年中国调味品区域市场发展状况75一、山东调味品产业发展状况75二、湖北省调味品业发展状况93三、新疆番茄酱出口量分析93第三节 2017-2019年中国调味品包装分析94一、调味品包装发展概况94二、包装成为调味品行业发展动力95三、调味品包装运用中存在的问题100四、塑料软管包装成调味品包装新趋势102 第五章 2017-2019年中国沙拉酱制造所属行业数据监测分析109第一节2017-2019年中国调味品、发酵制品制造行业总体数据分析109一、2019年中国调味品、发酵制品制造行业全部企业数据分析109二、2019年中国调味品、发酵制品制造行业全部企业数据分析109三、2019年中国调味品、发酵制品制造行业全部企业数据分析109第二节2017-2019年中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业数据分析110一、2019年中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业数据分析110二、2019年中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业数据分析111三、2019年中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业数据分析111第三节2017-2019年中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业数据分析112一、2019年中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业数据分析112二、2019年中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业数据分析113三、2019年中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业数据分析114 第六章 2017-2019年中国沙拉酱市场运行分析115第一节 2017-2019年中国沙拉酱市场特点分析115第二节 2017-2019年中国沙拉酱市场运行分析115一、沙拉酱市场供给情况分析115

2017年我国沙拉酱行业生产企业数量约几十家，企业主要集中在我国东部经济发达地区

。2017年我国沙拉酱行业产量约20.2万吨，同比2016年的17.9万吨增长了约12.85%，近几年我国沙拉酱行业产量情况如下图所示： 2009-2017年我国沙拉酱行业产量情况 资料来源：智研数据研究中心整理

二、沙拉酱市场需求情况分析116

2017年我国沙拉酱行业消费量约18.9万吨，行业销售市场规模约43.85亿元，近几年我国沙拉酱行业市场规模情况如下图所示： 2009-2017年我国沙拉酱行业市场规模 资料来源：国家统计局

三、影响市场供需的因素分析116第三节 2017-2019年中国沙拉酱市场价格分析117一、沙拉酱市场价格走势分析117二、影响价格的因素分析117 第七章 2017-2019年中国沙拉酱消费者调研分析119第一节 2017-2019年中国沙拉酱产业用户度分析119一、沙拉酱消费动机119二、沙拉酱消费渠道119三、沙拉酱消费习惯119四、沙拉酱价格消费心理120五、沙拉酱顾客的忠诚度120六、沙拉酱品牌消费心理121第二节 2017-2019年调味酱消费市场分析121一、消费者对品牌的认识121二、消费者最喜欢调味酱产品122三、消费者对产品看法的标准122四、消费者对调味酱吃法调查122五、消费者主要食用时间调查123六、购买产品的主要原因调查123七、消费者心中最合理的定价123八、核心消费群体的年龄阶段124九、现有产品的首要不足问题124十、对中小食品企业的营销124 第八章 2017-2019年中国调味品发展销售预测透析126第一节 2017-2019年中国调味品市场竞争现状126一、调味品细分市场品牌竞争分析126二、外资

角逐调味品市场分析127三、调味品行业亮出重大资产重组牌128四、鸡精和味精产品消费者需求差异对比分析130

第二节 2017-2019年中国调味品集中度分析134一、市场集中度分析134二、生产企业集中度分析134

第三节 2020-2026年中国调味品市场竞争趋势分析135

第九章 2017-2019年中国沙拉酱市场竞争态势分析137

第一节 2017-2019年中国沙拉酱市场竞争分析137

一、沙拉酱品牌集中度137二、味全进攻沙拉酱市场137

第二节 2017-2019年中国沙拉酱与替代品竞争分析一、番茄酱二、果酱三、辣椒酱

第三节 2019年中国沙拉酱竞争趋势分析

第十章 2017-2019年中国沙拉酱重点生产厂商竞争性财务指标分析141

第一节 丘比食品有限公司141

一、企业基本概况141二、公司主要财务指标分析142三、企业成本费用指标145

第二节 上海味好美食品有限公司148

一、企业基本概况148二、公司主要财务指标分析149三、企业成本费用指标152

第三节 联合利华食品(中国)有限公司155

一、企业基本概况155二、公司主要财务指标分析156三、企业成本费用指标159

第四节 珠海一统实业有限公司 162

一、企业基本概况162二、公司主要财务指标分析162三、企业成本费用指标165

第五节 广东百味佳味业科技股份有限公司168

一、企业基本概况168二、公司主要财务指标分析169三、企业成本费用指标172

第六节 东莞市鸿兴食品有限公司175

一、企业基本概况175二、公司主要财务指标分析177三、企业成本费用指标180

第七节 广州忆霖食品有限公司183

一、企业基本概况183二、公司主要财务指标分析184三、企业成本费用指标187

第八节 上海味全食品工业有限公司190

一、企业基本概况190二、公司主要财务指标分析190三、企业成本费用指标193

第十一章 2017-2019年中国沙拉酱上游原材料供应状况分析197

第一节 食用植物油197

一、植物油市场供需分析197二、植物油市场价格走势198

第二节 禽蛋202

一、我国蛋品市场供需分析202二、全国各地鸡蛋价格走势202

第三节 食醋204

一、我国食醋市场发展状况分析204二、促进我国食醋产业发展的有效途径分析204三、我国食醋生产政策分析208

第四节 成品糖211

一、我国成品糖产量分析211二、食糖供求与价格分析212三、2020-2026年食糖供求预测214

第五节 乳品215

一、我国奶业发展及供应分析215二、乳品原料价格走势分析216三、奶业生产及贸易发展趋势216

第六节 食用香料218

一、食品业推动食用香料香精行业发展218二、我国香精香料产量情况分析223三、我国食用香料香精行业的发展方向223

第十二章 2020-2026年中国沙拉酱行业发展趋势预测分析227

第一节 2020-2026年中国调味品发展趋势分析227

一、调味品市场发展趋势分析227二、调味品市场容量预测232三、调味品的细分与整合趋势232四、调味品行业未来发展趋势分析234

第二节 2020-2026年中国沙拉酱前景预测分析238

一、中国沙拉酱市场前景分析238二、我国沙拉酱行业发展规模239

第三节 2020-2026年中国中型调味品企业突破品牌瓶颈的策略239

一、品牌再塑并确定战略方向239二、确立品牌239三、调整品牌组合模式240四、产品创新之道241五、渠道整合243

第十三章 2020-2026年中国沙拉酱产业投资战略研究245

第一节 2020-2026年中国沙拉酱行业投资概况245

一、沙拉酱行业投资特性245二、沙拉酱具有良好的投资价值245

第二节

2020-2026年中国沙拉酱投资机会分析245一、沙拉酱投资吸引力分析245二、与产业链相关的投资机会分析246第三节 2020-2026年中国沙拉酱投资风险分析246一、宏观调控政策风险246二、市场竞争风险246三、进退入风险247四、市场运营机制风险248第四节 投资248

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/998477GXQ3.html>