

2016-2022年中国调味酱市 场深度研究与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国调味酱市场深度研究与投资前景评估报告》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/diaoweipin/D04382ZFIV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

前言

2014年我国调味酱行业消费量约650.1万吨，行业销售市场规模约457.7亿元，同比2013年的415亿元增长了10.29%。

本调味酱行业研究报告共二十章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国调味酱行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究数据研究中心报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、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、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国调味酱行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国调味酱行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国调味酱行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章2016-2022年中国调味酱行业发展概述 1

第一节调味酱行业发展情况 1

一、调味酱定义 1

二、调味酱行业发展历程 1

第二节调味酱产业链分析 3

一、产业链模型介绍 3

二、调味酱产业链模型分析 5

第三节中国调味酱行业经济指标分析 6

一、赢利性 6

二、成长速度 6

三、附加值的提升空间 6

四、进入壁垒 / 退出机制 7

五、风险性	8
六、行业周期	8
七、竞争激烈程度指标	9
八、当前行业发展所属周期阶段的判断	9
第二章当前中国调味酱行业市场发展环境分析（PEST分析法）	11
第一节中国经济环境分析	11
一、农业生产形势较好	11
二、工业生产运行在合理区间	13
三、固定资产投资增速放缓	21
四、进出口增速回落	29
五、结构调整稳步推进	32
六、货币信贷增势平稳	40
七、当前国内宏观经济趋势分析	42
第二节中国调味酱行业政策环境分析	44
一、最近年来国家以及政府颁布的相关政策法规	44
二、相关政策法规对市场的影响程度	45
三、调味酱市场国家宏观发展规划调控方向	45
第三节中国调味酱行业社会环境分析	46
一、市场销售稳定增长	46
二、价格水平涨幅较低	48
三、居民收入继续增加	54
四、人口就业总体稳定	56
第四节中国调味酱行业技术环境分析	60
第三章调味酱产品生产工艺及技术趋势研究	62
第一节质量指标情况	62
第二节国外主要生产工艺	62
第三节国内技术发展分析	63
第四节国内外最新技术进展及趋势研究	63
第四章2012-2015年全球调味酱产品市场运行态势分析	68

第一节2012-2015年国际调味酱产品市场现状分析 68

一、国际调味酱产品市场供需分析 68

1.国际调味酱品牌

国际调味酱品牌有委内瑞拉Pampero番茄酱、伊朗野生鱼子酱、美国亨氏番茄酱、泰国拉差辣酱、泰国风味花生调味酱、法国鹅肝酱、德国冠利色拉调味酱、英国Lea&Perrins伍斯特郡调味酱、韩国辣酱、中国台湾沙茶酱、中国老干妈等。

国际调味酱品牌	国家	产品
委内瑞拉 Pampero	番茄酱	伊朗 野生鱼子酱
美国 亨氏	番茄酱	泰国 拉差辣酱
泰国	风味花生调味酱	法国 鹅肝酱
德国	冠利色拉调味酱	英国 Lea&Perrins
伍斯特郡	调味酱	韩国 辣酱
中国台湾	沙茶酱	中国 老干妈

资料来源：公开资料整理

2.全球人口概况

根据世界银行发布的测算数据：截止2014年底，全球总人口数量达到72.07亿人。

2014年东亚地区人口总数占世界的28.3%，撒哈拉以南非洲地区占世界人口的13.34%，欧盟占7.05%，北美占4.92%。

3.全球餐饮行业概况

调味酱大部分用于餐饮消费，家庭消费占其少部分。2014年全球餐饮业市场规模为35358.7亿美元，较2013年增长3.7%。从区域发展态势来看，发达国家市场以平稳发展为显著特征，市场饱和态势相对明显；而发展中国家增长较为明显，这与该等区域发展相对滞后、经济增长、消费观念转变存在很大关系。

1.全球调味酱供需分析

近年来，全球调味酱行业保持稳定增长，2010年全球调味酱产量为2270.3万吨，2014年增长至2774.3万吨。

在人口和餐饮业增长的拉动下，全球调味酱需求量保持持续增长，2010年全球调味酱产量为1940.2万吨，2014年需求量增长至2122.9万吨。

二、国际调味酱产品价格走势分析 71

三、国际调味酱产品市场运行特征分析 71

第二节国际调味酱产品主要国家及地区发展情况分析 73

一、美国 73

二、亚洲 74

三、欧洲 74

第三节2015年国际调味酱产品发展前景 75

第五章2016-2022年国内调味酱产品市场运行结构分析 76

第一节国内调味酱产品市场规模分析 76

一、总量规模 76

二、增长速度 76

三、市场季节变动分析 77

第二节国内调味酱产品市场供给平衡性分析 77

第六章2015年中国调味酱行业市场现状运营分析 78

第一节调味酱市场现状分析及预测 78

一、2014年中国调味酱市场规模分析 78

二、2016-2022年中国调味酱市场规模预测 78

第二节调味酱产品产能分析及预测 79

一、2014年中国调味酱产能分析 79

二、2016-2022年中国调味酱产能预测 80

第三节调味酱产品产量分析及预测 80

一、2014年中国调味酱产量分析 80

二、2016-2022年中国调味酱产量预测 81

第四节调味酱市场需求分析及预测 81

一、2014年中国调味酱市场需求分析 81

二、2016-2022年中国调味酱市场需求预测 82

第五节调味酱价格趋势分析 82

一、2014年中国调味酱市场价格分析 82

二、2016-2022年中国调味酱市场价格预测 83

第六节调味酱行业生产分析 83

一、产品及原材料进口、自有比例 83

二、国内产品及原材料生产分析 84

经过多年连续亏损后，国内番茄酱行业已经达成限产保价的共识，自2012年开始酱用番茄种植面积大幅下降，目前行业去库存完成。新疆主要番茄酱生产商中粮屯河和新中基与农户签约番茄种植（目前没有了其他签约者，农户不会自行种植），番茄种植面积得到有效管控，

行业进入全新发展阶段。

2014年我国水果产量为26142.24万吨，水果出口总量为289.05万吨，进口总量为387.57万吨，国内表观消费量为26240.76万吨。当中苹消费总量为3287.4万吨，葡萄消费量为822.7万吨，柚子消费量为361.5万吨，；梨子消费量为1569.5万吨。

随着人们生活水平的提高，市场对于无公害、有机蔬菜的需求日益强劲，蔬菜的种植面积和产量呈上升态势，且单产水平有所提高。2000年我国蔬菜单产达到27828kg/hm²，年人均蔬菜持有量为326.23kg；2004年蔬菜种植面积增加了200万hm²，单产却提升了3529kg，年人均蔬菜持有量为423.56kg；到2014年全国蔬菜种植面积达到2128.9万hm²，单产也达到最高峰35701.76kg/hm²。我国蔬菜种植结构也发生了变化，逐渐由数量型向效益型转变，此外随着蔬菜种植面积和产量的提高，人们的菜篮子也不断得到充实。

根据国家统计局数据：我国蔬菜产量从2008年的5.92亿吨增长至2014年的7.60亿吨。与1990年相比，2014年蔬菜生产总量增长超过了6.3倍。

第七节2016-2022年调味酱行业市场供给分析 88

- 一、调味酱生产规模现状 88
- 二、调味酱产能规模分布 88
- 三、调味酱市场价格走势 89
- 四、调味酱重点厂商分布 89

第七章2014年调味酱行业采购状况分析 90

第一节2014年调味酱成本分析 90

- 一、2014年原材料成本走势分析 90
- 二、2014年劳动力供需及价格分析 90
- 三、2014年其他方面成本走势分析 103

第二节上游原材料价格与供给分析 103

- 一、供给情况 103
- 二、表现消费量 112
- 三、价格变动情况 123

第三节调味酱产业链的分析 127

- 一、行业集中度 127
- 二、主要环节的增值空间 128
- 三、行业进入壁垒和驱动因素 129

四、上下游产业影响及趋势分析	130
第八章2016-2022年国内调味酱下游应用行业发展分析	131
第一节下游应用行业发展状况	131
第二节下游应用行业市场集中度	133
第三节下游应用行业发展趋势	140
第四节下游产业需求分析	144
一、下游产业发展现状与前景	144
二、下游产业领域应用现状	149
三、下游产业对调味酱的需求规模	150
四、下游产业调味酱行业主要企业及经营情况	150
五、2016-2022年下游产业调味酱需求前景	156
第九章2015年国内调味酱产品进出口贸易分析	157
第一节2015年国内调味酱产品进口情况分析	157
第二节2015年国内调味酱产品出口情况分析	158
第三节2015年国内进出口相关政策及税率研究	159
第四节代表性国家和地区进出口市场分析	160
一、进口国家及地区分析	160
二、出口国家及地区分析	161
第五节2016-2022年调味酱产品进出口预测分析	161
第十章2015年中国调味酱市场竞争格局分析	163
第一节调味酱行业竞争结构分析	163
一、现有企业的竞争力	163
二、供应商的议价能力	163
三、下游客户的议价能力	164
四、替代品的威胁	164
五、行业潜在进入者威胁力	164
第二节调味酱行业行业集中度分析	165
一、市场集中度分析	165
二、企业集中度分析	165

三、区域集中度分析	166
第三节影响国际竞争力因素	167
一、生产要素	167
二、需求条件	167
三、相关和支持性产业	168
四、企业的战略、结构和竞争对手	168
五、政府的作用	169
第四节调味酱竞争力优势分析	169
一、整体产品竞争力评价	169
二、产品竞争力评价结果分析	169
三、决定调味酱竞争力的因素	170
第五节2016-2022年国内调味酱产品市场竞争态势预测	171
一、来自国外高端产品的竞争	171
二、未来我国调味酱行业竞争更加激烈	172
第十一章行业盈利能力分析	174
第一节2011-2015年行业销售毛利率	174
第二节2011-2015年行业销售利润率	174
第三节2011-2015年行业资产收益率	174
第四节2011-2015年行业净资产收益率	175
第五节2011-2015年行业产值利税率	175
第六节2016-2022年行业盈利能力预测	176
第十二章行业成长性分析	177
第一节2011-2015年行业销售收入增长分析	177
第二节2011-2015年行业总资产增长分析	177
第三节2011-2015年行业固定资产增长分析	177
第四节2011-2015年行业净资产增长分析	178
第五节2011-2015年行业利润增长分析	178
第六节2016-2022年行业成长能力预测	179
第十三章行业偿债能力分析	180

第一节2011-2015年行业资产负债率分析	180
第二节2011-2015年行业流动比率分析	180
第三节2011-2015年行业利息保障倍数分析	180
第四节2016-2022年行业偿债能力预测	181
第十四章行业营运能力分析	182
第一节2011-2015年行业总资产周转率分析	182
第二节2011-2015年行业净资产周转率分析	182
第三节2011-2015年行业流动资产周转率分析	182
第四节2011-2015年行业存货周转率分析	183
第五节2016-2022年行业营运能力预测	183
第十五章调味酱国内拟在建项目分析及竞争对手动向	185
第一节国内主要竞争对手动向	185
第二节国内拟在建项目分析	187
第十六章中国调味酱重点企业竞争力分析	193
第一节海天酱油	193
一、企业概况	193
二、企业财务指标与经营情况	194
三、企业竞争优势分析	200
四、企业主营产品分析	202
五、企业发展新动态与战略规划分析	202
六、在建项目分析	203
第二节中粮屯河	203
一、企业概况	203
二、企业财务指标与经营情况	204
三、企业竞争优势分析	211
四、企业主营产品分析	212
五、企业发展新动态与战略规划分析	212
六、在建项目分析	213
第三节新疆天业	214

一、企业概况	214
二、企业财务指标与经营情况	215
三、企业竞争优势分析	220
四、企业主营产品分析	221
五、企业发展新动态与战略规划分析	221
六、在建项目分析	222
第四节新中基	222
一、企业概况	222
二、企业财务指标与经营情况	223
三、企业竞争优势分析	228
四、企业主营产品分析	230
五、企业发展新动态与战略规划分析	230
六、在建项目分析	231
第五节上海梅林	231
一、企业概况	231
二、企业财务指标与经营情况	232
三、企业竞争优势分析	238
四、企业主营产品分析	238
五、企业发展新动态与战略规划分析	239
六、在建项目分析	240
第六节敦煌种业	240
一、企业概况	240
二、企业财务指标与经营情况	241
三、企业竞争优势分析	246
四、企业主营产品分析	247
五、企业发展新动态与战略规划分析	247
六、在建项目分析	248
第七节冠农股份	248
一、企业概况	248
二、企业财务指标与经营情况	249
三、企业竞争优势分析	254
四、企业主营产品分析	256

五、企业发展新动态与战略规划分析	256
六、在建项目分析	257
第八节上海味好美食品有限公司	257
一、企业概况	257
二、企业财务指标与经营情况	258
三、企业竞争优势分析	259
四、企业主营产品分析	259
五、企业发展新动态与战略规划分析	260
六、在建项目分析	260
第九节其他优秀企业	260
第十七章2015年调味酱地区销售情况及竞争力深度研究	265
第一节中国调味酱各地区对比销售分析	265
第二节“东北地区”销售分析	266
一、2015年东北地区销售规模	266
二、2016-2022年东北地区销售规模预测分析	267
第三节“华北地区”销售分析	267
一、2015年华北地区销售规模	267
二、2016-2022年华北地区销售规模预测分析	269
第四节“华东地区”销售分析	269
一、2015年华东地区销售规模	269
二、2016-2022年华东地区销售规模预测分析	271
第五节“华南地区”销售分析	271
一、2015年华南地区销售规模	271
二、2016-2022年华南地区销售规模预测分析	273
第六节“西北地区”销售分析	273
一、2015年西北地区销售规模	273
二、2016-2022年西北地区销售规模预测分析	275
第七节“华中地区”销售分析	275
一、2015年华中地区销售规模	275
二、2016-2022年华中地区销售规模预测分析	277
第八节“西南地区”销售分析	277

一、2015年西南地区销售规模	277
二、2016-2022年西南地区销售规模预测分析	279
第九节主要省市集中度及竞争力模式分析	279
第十八章2016-2022年调味酱行业前景展望	281
第一节2016-2022年行业供求形势展望	281
一、上游原料供应预测及市场情况	281
二、2016-2022年调味酱下游需求行业发展展望	285
三、2016-2022年调味酱行业产能预测	285
四、进出口形势展望	285
第二节调味酱市场前景分析	286
一、调味酱市场容量分析	286
二、调味酱行业利好利空政策	286
三、调味酱行业发展前景分析	287
第三节调味酱未来发展预测分析	287
一、中国调味酱发展方向分析	287
二、2016-2022年中国调味酱行业发展规模	288
三、2016-2022年中国调味酱行业发展趋势预测	288
第四节2016-2022年调味酱行业供需预测	289
一、2016-2022年调味酱行业供给预测	289
二、2016-2022年调味酱行业需求预测	289
第五节影响企业生产与经营的关键趋势	290
一、市场整合成长趋势	290
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	290
三、企业区域市场拓展的趋势	290
四、科研开发趋势及替代技术进展	291
五、影响企业销售与供给的关键趋势	291
1、需求变化因素	291
2、厂商产能因素	292
3、原料供给状况	292
4、技术水平提高	292
5、政策变动因素	292

六、中国调味酱行业SWOT分析	293
第六节行业市场格局与经济效益展望	294
一、市场格局展望	294
二、经济效益预测	294
第七节总体行业“十三五”整体规划及预测	294
一、2016-2022年调味酱行业国际展望	294
二、2016-2022年国内调味酱行业发展展望	295
第十九章2016-2022年调味酱行业投资机会与风险分析	296
第一节投资环境的分析与对策	296
第二节投资机遇分析	296
第三节行业投资风险分析	296
一、政策风险	296
二、经营风险	297
三、技术风险	297
四、竞争风险	298
五、国际贸易风险	298
第四节行业投资策略与建议（ZYCSM）	299
一、产品定位策略	299
二、产品开发策略	299
三、渠道销售策略	300
四、品牌经营策略	300
五、服务策略	302
第二十章2016-2022年调味酱行业盈利模式与营销战略分析	303
第一节我国调味酱行业商业模式探讨	303
一、行业国内营销模式分析	303
二、行业主要销售渠道分析	304
三、行业广告与促销方式分析	304
第二节市场的重点客户战略实施研究	304
第三节调味酱行业企业品牌营销战略分析	308
一、产品质量保证	308

二、生产技术提升	309
三、产品结构调整	309
四、产品销售网络	309
五、品牌宣传策略	310
六、销售服务策略	311
七、品牌保护策略	311
八、品牌发展战略分析	312
第四节我国调味酱行业发展与投资注意事项分析	314
一、产品技术应用注意事项	314
二、项目投资注意事项	314
三、产品生产开发注意事项	315
四、产品销售注意事项	315
第五节最优投资路径设计	316
一、投资对象	316
二、投资模式	316
三、预期财务状况分析	317
四、风险资本退出方式	318

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/D04382ZFIV.html>