

2020-2026年中国复合调味品行业市场调研与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国复合调味品行业市场调研与投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/diaoweipin/U72719P30G.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

复合调味品是指在科学的调味理论指导下，将各种基础调味品按照一定比例进行调配制作，从而得到的满足不同调味需要的调味品。其使用的原料种类很多，常用的原料主要有咸味剂、鲜味剂、增鲜剂、甜味剂、酵母精、水解动植物蛋白、香精与香辛料、着色剂、辅助剂等。复合调味品中的呈味成分多、口感复杂，各种呈味成分的性能特点及其之间的配合比例，决定了复合调味品的调味效果。按照复合配方配合在一起的原料，呈现出来的是一种独特的风味。所以，复合调味品也是一类针对性很强的专用型调味料。鱼香肉丝、麻婆豆腐、烤牛肉、红烧猪肉等不同菜肴的风味特点，都可以通过加入专用的复合调味品表现出来。

现代复合调味料的概念是指采用多种调味料，具备特殊调味作用，工业化大批量生产的，产品规格化和标准化的，有一定的保质期，在市场上销售的商品化包装调味品。

(1)按饮食习惯分类可分为 传统菜肴调味汁； 中式小吃调味汁； 西式调味汁； 面条蘸汁； 生鲜蔬菜味汁。

(2)按加工制成品分类可分为 酱类：如沙茶酱、柱侯酱、鱼香酱、茄茸酱、果仁果酱、番茄沙司等； 汁类：有OK汁、煎封汁、香槟汁、西柠汁、唧汁、红油汁等； 鲜味粉料类：如鸡精、牛肉精等； 油料类：如蟹油、香味油、菌油、香辣烹调油、鸡香油等； 其他类：如西瓜豆豉、渣辣椒、泡辣椒等。

(3)按味型分类可分为 咸鲜味型：主味由咸味和鲜味构成，如蒜茸豆豉酱、西瓜豆豉、炅汁、豉油王、煎封汁等； 葱椒味型：主要以葱、姜、蒜、花椒为主要调味品，具有浓郁的蒜、姜等香味，如葱椒泥、葱椒绍酒、葱油汁、蒜酱、蒜茸酱、蒜姜调味料等； 酸甜味型：主味以酸味略重于甜味，如OK汁、柠汁(西柠汁)、茄汁(粤)、青梅酱、草莓酱、辣甜沙司、京都汁等； 辣香味型：如马拉盏酱、辣酱油、川锅酱、芥末糊、辣甜豆豉酱、咖喱油、辣葵花酱等； 香甜味型：如黑香酱、复合奇妙酱、椒梅酱、五香粉、精卤水、果仁、果酱等； 鲜肉香型：主味呈各种肉香，如火腿汁、蚝油、鸡香油、鸡精和蟹油等。

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国复合调味品行业市场调研与投资方向研究报告》共十一章。首先介绍了复合调味品相关概念及发展环境，接着分析了中国复合调味品规模及消费需求，然后对中国复合调味品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国复合调味品面临的机遇及发展前景。您若想对中国复合调味品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 复合调味品行业概况

第一节 复合调味品定义及分类

第二节 复合调味品产品发展历程

第三节 复合调味品产品产业链分析

第二章 复合调味品产品行业政策环境分析

第一节 复合调味品产品行业在国民经济中的地位

第二节 政策环境分析

一、行业监管体制

（一）市场准入制度

（二）质量管理体系

（三）运行抽查制度

二、行业法律法规

三、相关产业政策

第三节 贸易环境分析

一、行业贸易环境发展现状

二、行业海外市场进口政策

三、行业贸易发展趋势分析

第三章 复合调味品产品行业生产调查

第一节 国内复合调味品产品行业产量统计

一、产品构成

二、产量统计数据

第二节 国内复合调味品产品行业需求量统计

一、需求量统计数据

二、产品需求分布

三、产品需求特点

第四章 市场竞争格局分析

第一节 主要产品市场分布

第二节 品牌竞争格局分析

第三节 市场竞争现状分析

第四节 市场规模分析

第五章 复合调味品产品消费者调查

第一节 品牌认可度

第二节 常用的调味品种类

第三节 鸡精/鸡粉使用情况

一、鸡精/鸡粉使用比例

二、不使用鸡精/鸡粉的原因

三、鸡精/鸡粉品牌认可度

第四节 调味酱使用情况

一、调味酱品牌认可度

二、调味酱购买/食用频率

三、调味酱食用方式

第五节 消费群体调查

一、消费群体构成

二、不同消费群体偏好调查

第六章 复合调味品进出口市场调查

第一节 复合调味品及其他调味品剂进口分析

一、复合调味品及其他调味品剂进口数量情况

二、复合调味品及其他调味品剂进口金额分析

三、复合调味品及其他调味品剂进口价格分析

第二节 复合调味品及其他调味品剂出口分析

一、复合调味品及其他调味品剂出口数量情况

二、复合调味品及其他调味品剂出口金额分析

三、复合调味品及其他调味品剂出口价格分析

第七章 复合调味品营销渠道分析

第一节 主要营销模式及典型代表分析

- 一、销售渠道分析
- 二、网络渠道分析
- 三、营销模式现状
- 四、经销商模式
- 五、典型案例分析

第二节 渠道新策略

- 一、新的销售渠道建设
- 二、渠道策略的新思路

第八章 典型企业与品牌分析

第一节 佛山市海天调味食品股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品系列分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业销售网络分析
- 六、企业发展战略分析

第二节 上海太太乐食品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主营产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析

第三节 联合利华食品（中国）有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析

第四节 王守义十三香调味品集团有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程分析

三、企业主营产品分析

四、企业经营情况分析

五、企业竞争优势分析

第五节 香港李锦记集团

一、企业基本情况

二、企业产品系列分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第六节 福建省泉州市安记食品有限公司

一、企业基本情况

二、企业产品系列分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第七节 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业产品系列分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第八节 加加食品集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第九章 细分产品分析

第一节 鸡精鸡粉

一、产品特性

二、产品需求情况

三、市场主要品牌

四、市场前景

第二节 调味酱

一、产品概述

二、产品需求情况

三、市场主要品牌

四、市场前景

第三节 西式复合调味品

一、西餐在华市场发展现状

二、西式复合调味品市场现状

三、重点西式复合调味品分析

（一）西式快餐用调味品

（二）西式面点用调味品

（三）西式正餐用调味品

四、亚洲国家风味餐饮调味品市场

（一）日韩风味调味品

（二）东南亚风味调味品

第四节 火锅底料

一、火锅餐饮业运行概况

二、火锅连锁餐饮主要流派

三、火锅底料主要品牌分析

四、火锅底料销售渠道分析

第十章 复合调味品产品行业未来发展趋势预测

第一节 复合调味品产品行业未来发展方向

第二节 复合调味品产品市场规模预测

第三节 复合调味品产品竞争格局发展趋势

第十一章 主要结论及建议

第一节 主要结论及观点

一、占总体调味品比例提升空间

二、占餐饮比例提高空间很大

三、绝对消费量提升空间

第二节策略建议

一、产品策略

二、渠道策略

三、开发潜在市场建议

四、市场竞争策略建议

图表目录：

图表 1 专业划分法复合调味料的分类和种类

图表 2 以消费功能为标准划分的复合调味料的分类及其用途

图表 3 复合调味品在社会消费量零售总额中的占比情况

图表 4 调味品生产经营涉及的相关法律法规

图表 5 中国复合调味品产量变化趋势图

图表 6 中国复合调味品零售额变化趋势图

图表 7 复合调味品主要产品分布

图表 8 中国复合调味品市场规模变化趋势图

图表 9 消费者心中最好的调味品品牌分布

图表 10 消费者常用的调味品种类

图表 11 鸡精/鸡粉使用比例分布

图表 12 不使用鸡精/鸡粉的原因分布

图表 13 消费者心中最好的鸡精/鸡粉品牌分布

图表 14 消费者心中最好的调味酱品牌分布

图表 15 消费者购买/食用调味酱的频率分布

图表 16 调味酱的食用方式情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/U72719P30G.html>