

# 2015-2022年中国调味品市场深度调查与投资前景报告

## 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

《2015-2022年中国调味品市场深度调查与投资前景报告》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/V8189429TP.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

### 前言

调味品是指能够增加菜肴的色、香、味，促进食欲，有益于人体健康的辅助食品。不同国家或地区的调味品有很大区别。如欧洲习惯食用以蛋白质酸水解物为基础的沙司，东南亚习惯食用小杂鱼制成的雨露，而我国绝大部分地区和日本习惯食用豆类和小麦发酵而成的酱油。其中，又有鲁、川、苏、浙、粤、湘、闽、徽八大菜系，不同菜系调味品使用又有很大区别。

2011年中国调味品制造业销售收入为1917.89亿元，到2014年增长至2649.06亿元。年增长率保持在15%左右。

本调味品行业研究报告共十九章是智研咨询公司的研究成果，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。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立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。本中国调味品行业研究报告是2014-2015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。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，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品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国调味品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国调味品行业发展前景预测。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：

#### 第一部分 调味品行业运行现状 1

##### 第一章 调味品行业相关概述 1

##### 第一节 调味品的定义及分类 1

###### 一、调味品的定义 1

###### 二、调味品的分类 1

###### 三、调味品的特性 3

##### 第二节 调味品产业链分析 3

## 一、市场特点 3

## 二、行业经济特性 4

## 三、产业链结构分析 4

# 第二章 中国调味品行业发展现状分析 8

## 第一节 2013-2014年调味品行业发展现状 8

### 一、调味品行业发展概况 8

#### 1、市场空间大

据统计，全球每年调味品营业额高达2400亿美元，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2000亿元人民币（折合330亿美元），占比不到世界调味品市场总量的15%。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。

#### 2、地域特征明显

由于调味品行业呈现“诸侯割据，区域为王”的业态，许多品牌只能覆盖到各自的区域市场，行业缺乏强势的全国性的品牌，因此，调味品行业是公认为数不多的未完成市场整合的行业。据中国调味品行业协会数据显示，2014年销售额为2649.06亿元，调味品市场有999多家规模以上企业，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7.66%左右。

#### 3、外企积极扩张

中国调味品市场的快速发展和巨大的市场前景使得中国的调味品成为世界众多企业进行抢占的一个重要战场，世界跨国公司在上海财富论坛上提出“欲独霸世界，先逐鹿中国”的口号。所以近年来，国外跨国公司不断进军国内调味品市场，如今国内已被外资入股或全资收购的调味品企业已占国内企业的半壁江山。

## 二、调味品行业生产状况分析 8

## 第二节 2013-2014年调味品企业发展分析 9

### 一、调味品企业发展动态分析 9

### 二、调味品企业发展存在的问题 18

### 三、调味品企业战略发展分析 19

## 第三节 2013-2014年调味品行业经济运行分析 20

### 一、2013-2014年调味品行业产值分析 20

二、2013-2014年调味品行业效益分析	20
三、2013-2014年调味品行业进口分析	21
四、2013-2014年调味品行业出口分析	22
第四节 2013-2014年调味品市场发展分析	24
一、2014年调味品政策及市场变化分析	24
二、2014年调味品市场分析	25
三、2015-2020年调味品市场走势分析	26
第五节 调味品行业面临的挑战及发展建议	26
一、调味品行业发展面临的难题	26
二、调味品行业发展建议	27
第三章 我国调味品销售市场分析	28
第一节 我国调味品行业采购经理人指数分析	28
第二节 我国调味品批发市场分析	28
第三节 我国调味品零售市场分析	29
第四章 中国调味品行业市场营销战略分析	30
第一节 调味品企业营销分析	30
一、调味品市场营销现状	30
二、调味品品牌成功因素分析	30
三、调味品企业营销战略研究	33
第二节 调味品营销渠道分析	36
一、调味品销售渠道构成	36
二、调味品营销渠道策略分析	37
第二部分 调味品行业行业全景调研	40
第五章 中国调味品行业数据监测	40
第一节 2013-2014年调味品行业总体规模分析	40
一、2013-2014年调味品企业数量结构分析	40
二、2013-2014年调味品行业生产规模分析	40
第二节 2013-2014年调味品行业产销分析	41
一、2013-2014年调味品行业产成品情况总体分析	41

二、2013-2014年调味品行业产品销售收入总体分析	41
第三节 2013-2014年调味品行业盈利能力分析	41
一、调味品行业销售利润率	41
二、调味品行业成本费用利润率	42
三、调味品行业亏损面	42
第四节 2013-2014年调味品行业偿债能力分析	43
一、调味品行业资产负债率	43
二、调味品行业利息保障倍数	43
第五节 2013-2014年调味品行业营运能力分析	43
一、调味品行业应收帐款周转率	43
二、调味品行业总资产周转率	44
第六节 2013-2014年调味品行业发展能力分析	44
一、调味品行业总资产增长率	44
二、调味品行业利润总额增长率	45
三、调味品行业主营业务收入增长率	45
第六章 中国调味品行业发展分析	46
第一节 2013-2014年调味品行业发展现状	46
一、调味品行业的发展史	46
二、调味品市场变化分析	48
三、2014年调味品市场运行分析	52
四、2014年调味品市场发展分析	54
五、调味品质量情况分析	57
六、调味品市场现状分析	70
第二节 2013-2014年调味品市场供需分析	72
一、调味品产值分析	72
二、调味品需求分析	72
三、影响调味品市场需求的因素	73
第三节 调味品行业产量分析	78
一、2010-2014年调味品产量分析	78
二、2015-2020年调味品产量预测	80

第七章 中国调味品行业发展分析	82
第一节 2013-2014年调味品市场发展分析	82
一、调味品发展分析	82
二、调味品市场发展有利因素分析	83
三、调味品市场消费特点分析	86
第二节 2013-2014年调味品出口状况分析	87
一、调味品出口数量及金额分析	87
二、调味品主要出口市场分析	89
第三节 2013-2014年调味品行业存在的问题及对策	90
一、调味品产品问题分析	90
二、调味品行业存在的问题	90
第三部分 调味品行业行业竞争格局	94
第八章 中国调味品行业竞争格局分析	94
第一节 2013-2014年调味品行业竞争结构分析	94
一、调味品种类品牌竞争	94
二、调味品技术工艺创新竞争	96
三、调味品销售渠道竞争	102
第二节 2013-2014年调味品区域市场格局分析	103
第九章 中国调味品市场竞争分析	105
第一节 2013-2014年调味品行业集中度分析	105
一、调味品市场集中度分析	105
二、调味品区域集中度分析	107
三、调味品企业集中度分析	109
第二节 2013-2014年调味品市场竞争分析	111
一、调味品市场竞争现状分析	111
二、调味品企业竞争动态分析	112
三、调味品行业竞争策略研究	113
第十章 调味品地区销售状况分析统计	115
第一节 华北地区	115

一、北京	115
二、山西	115
三、天津	115
四、内蒙古	116
第二节 华南地区	116
一、海南	116
二、广西	117
三、广东	117
第三节 华中地区	118
一、湖南	118
二、湖北	118
三、河南	118
第四节 华东地区	119
一、上海	119
二、江苏	119
三、浙江	120
四、安徽	120
五、福建	120
六、山东	121
第五节 西北地区	121
一、陕西	121
二、甘肃	121
三、新疆	122
四、青海	122
第六节 东北地区	123
一、黑龙江	123
二、吉林	123
三、辽宁	123
第七节 西南地区	124
一、贵州	124
二、四川	124
三、云南	125

四、重庆 125

五、西藏 125

第四部分 调味品行业竞争格局 129

第十一章 调味品行业竞争格局分析 129

第一节 行业竞争结构分析 129

一、现有企业间竞争 129

二、潜在进入者分析 129

三、替代品威胁分析 130

四、供应商议价能力 130

五、客户议价能力 131

第二节 行业集中度分析 131

一、市场集中度分析 131

二、企业集中度分析 131

三、区域集中度分析 132

第三节 中国调味品行业竞争格局综述 133

一、2011年调味品行业集中度 133

二、2011年调味品行业竞争程度 133

三、2011年调味品企业与品牌数量 134

四、2011年调味品行业竞争格局分析 134

第四节 2013-2014年调味品行业竞争格局分析 134

一、2013-2014年国内外调味品竞争分析 134

二、2013-2014年我国调味品市场竞争分析 135

三、2013-2014年我国调味品市场集中度分析 136

四、2015-2020年国内主要调味品企业发展动向 137

五、2015年国内调味品拟在建项目分析 138

第十二章 调味品企业竞争策略分析 140

第一节 调味品市场竞争策略分析 140

一、2014年调味品市场增长潜力分析 140

二、2014年调味品主要潜力品种分析 141

三、现有调味品产品竞争策略分析 141

四、潜力调味品品种竞争策略选择	144
五、典型企业产品竞争策略分析	144
第二节 调味品企业竞争策略分析	145
一、欧债危机对调味品行业竞争格局的影响	145
二、欧债危机后调味品行业竞争格局的变化	145
三、2015-2020年我国调味品市场竞争趋势	147
四、2015-2020年调味品行业竞争格局展望	147
五、2015-2020年调味品行业竞争策略分析	148
六、2015-2020年调味品企业竞争策略分析	150
第十三章 主要调味品企业竞争分析	152
第一节 江苏恒顺醋业股份有限公司	152
一、企业概况	152
二、竞争优势分析	153
三、2013-2014年经营状况	154
四、2015-2020年发展战略	159
第二节 河南莲花味精股份有限公司	159
一、企业概况	159
二、竞争优势分析	160
三、2013-2014年经营状况	161
四、2015-2020年发展战略	166
第三节 佛山海天调味食品有限公司	167
一、企业概况	167
二、竞争优势分析	168
三、2013-2014年经营状况	170
四、2015-2020年发展战略	176
第四节 上海太太乐调味品有限公司	177
一、企业概况	177
二、竞争优势分析	178
三、2013-2014年经营状况	179
四、2015-2020年发展战略	180
第五节 李锦记食品有限公司	180

一、企业概况	180
二、竞争优势分析	181
三、2013-2014年经营状况	182
四、2015-2020年发展战略	183
第六节 香港加加集团(长沙)有限公司	183
一、企业概况	183
二、竞争优势分析	184
三、2013-2014年经营状况	185
四、2015-2020年发展战略	186
第七节 北京王致和食品集团有限公司	187
一、企业概况	187
二、竞争优势分析	188
三、2013-2014年经营状况	188
四、2015-2020年发展战略	189
第八节 石家庄珍极酿造集团	190
一、企业概况	190
二、竞争优势分析	190
三、2013-2014年经营状况	191
四、2015-2020年发展战略	192
第五部分 调味品行业趋势预测	193
第十四章 中国调味品行业发展前景分析	193
第一节 2015-2020年调味品市场发展前景分析	193
一、2015-2020年调味品市场发展潜力分析	193
二、2015-2020年调味品市场发展前景分析	193
第二节 2015-2020年调味品产品市场发展前景分析	194
一、2014年调味品市场走势分析	194
二、2015-2020年调味品市场发展趋势分析	196
第十五章 中国调味品行业发展趋势分析	199
第一节 对调味品市场发展预测	199
一、2015-2020年调味品市场供给预测	199

二、2015-2020年调味品市场销量预测	199
三、2015-2020年调味品市场规模预测	200
第二节 2015-2020年调味品市场发展趋势	200
一、2015-2020年调味品行业发展趋势	200
二、2015-2020年调味品市场发展趋势	201
第六部分 调味品行业投资战略研究	205
第十六章 调味品整体行业发展规划分析	205
第一节 2015-2020年调味品行业发展规划分析	205
一、调味品行业发展机会分析	205
二、调味品行业发展机遇分析	205
三、调味品行业发展规划分析	205
第二节 2015-2020年调味品行业投资风险分析	206
一、2015-2020年调味品行业市场风险预测	206
二、2015-2020年调味品行业政策风险预测	207
三、2015-2020年调味品行业经营风险预测	207
四、2015-2020年调味品行业竞争风险预测	207
五、2015-2020年调味品行业其他风险预测	208
第十七章 调味品行业投资现状与建议	209
第一节 调味品行业投资现状分析	209
一、调味品市场投资现状	209
二、调味品市场投资机会分析	209
三、对调味品市场投资分析	210
第二节 2015-2020年调味品行业投资战略分析	211
一、调味品市场投资策略分析	211
二、调味品细分市场投资策略分析	212
三、对调味品行业的投资建议	212
第十八章 中国调味品行业投资战略研究	214
第一节 市场策略分析	214
一、调味品价格策略分析	214

二、调味品渠道策略分析	214
第二节 对我国调味品品牌的战略思考	215
一、企业品牌的重要性分析	215
二、调味品实施品牌战略的意义	216
三、调味品企业品牌的现状分析	216
四、我国调味品企业的品牌战略	217
五、调味品品牌战略管理的策略	217
第三节 调味品企业经营管理策略（ZY LQ）	219
一、定价策略	219
二、竞争策略	221
三、并购重组策略	222
四、营销策略	223
五、人力资源	225

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/V8189429TP.html>