

2018-2024年中国调味品酱 醋类行业市场运营态势与投资策略研究报告

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

《2018-2024年中国调味品酱醋类行业市场运营态势与投资策略研究报告》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/W91894EO3T.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

调味品中，酱醋类渗透率高达99%，但其他品类辣椒酱、调味酱、耗油等仍具备持续的渗透空间，主要增长来自人均用量的提升。目前中国酱油的人均消费量与亚洲其他同类国家还有较大差距，日本人均酱油消耗量是9升，港澳台地区为6升，中国大陆的人均酱油消费量仅为3升。我们认为未来量增空间一倍以上，量增主要来自三块：1) 生抽取代老抽，生抽用量是老抽的3-5倍，可拉动量增3%+；2) 外出餐饮取代家庭烹饪，同量食物调味品用量增加60%+，测算可拉动量增2%+；3) 功能产品替代其他类别产品，如生抽取代盐和味精、蒸鱼豉油一次用量可高达1/3瓶。仅估测前两块，行业可维持量5%以上的增速。主要子行业渗透率数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国调味品酱醋类行业市场运营态势与投资策略研究报告》共五章。首先介绍了调味品酱醋类行业市场发展环境、调味品酱醋类整体运行态势等，接着分析了调味品酱醋类行业市场运行的现状，然后介绍了调味品酱醋类市场竞争格局。随后，报告对调味品酱醋类做了重点企业经营状况分析，最后分析了调味品酱醋类行业发展趋势与投资预测。您若想对调味品酱醋类产业有个系统的了解或者想投资调味品酱醋类行业，本报告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1章：调味品酱醋类行业投资特性及发展背景

1.1调味品酱醋类行业定义及分类

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) 其他调味品酱醋类、发酵制品

1.2调味品酱醋类行业发展环境

1.2.1调味品酱醋类行业政策法规分析

(1) 调味品酱醋类行业相关法律法规和适用标准

(2) 调味品酱醋类行业发展规划分析

1.2.2 调味品酱醋类行业经济环境分析

- (1) 调味品酱醋类工业与GDP相关性分析
- (2) 调味品酱醋类行业与餐饮行业相关性
- (3) 调味品酱醋类行业与居民收入相关性
- (4) 调味品酱醋类行业与农产品价格相关性

第2章：调味品酱醋类行业运行状况与竞争格局分析

2.1 调味品酱醋类行业发展状况分析

2.1.1 调味品酱醋类行业发展总体概况

2.1.2 调味品酱醋类行业发展主要特点

2.1.3 调味品酱醋类行业经营情况分析

- (1) 调味品酱醋类行业经营效益分析
- (2) 调味品酱醋类行业盈利能力分析
- (3) 调味品酱醋类行业运营能力分析
- (4) 调味品酱醋类行业偿债能力分析
- (5) 调味品酱醋类行业发展能力分析

2.2 调味品酱醋类行业经济指标分析

2.2.1 调味品酱醋类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 调味品酱醋类行业经济指标分析

2.3 调味品酱醋类行业供需平衡分析

2.3.1 调味品酱醋类行业供给情况分析人均酱油用量（年/升）数据来源：公开资料整理生抽用量是老抽的3-5倍数据来源：公开资料整理餐饮与家庭烹饪用量比较（g/kg食物）数据来源：公开资料整理

- (1) 调味品酱醋类行业总产值分析
- (2) 调味品酱醋类行业产成品分析

2.3.2 各地区调味品酱醋类行业供给情况分析

- (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调味品酱醋类行业需求情况分析

(1) 调味品酱醋类行业销售产值分析

(2) 调味品酱醋类行业销售收入分析

2.3.4各地区调味品酱醋类行业需求情况分析

(1) 销售收入排名前10个地区分析

2.3.5调味品酱醋类行业产销率分析

2.4调味品酱醋类行业进出口市场分析

2.4.1调味品酱醋类行业进出口状况综述

2.4.2调味品酱醋类行业出口市场分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

2.4.3调味品酱醋类行业进口市场分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

2.4.4调味品酱醋类行业进出口前景及建议

(1) 调味品酱醋类行业出口前景及建议

(2) 调味品酱醋类行业进口前景及建议

2.5调味品酱醋类行业竞争格局分析

2.5.1调味品酱醋类行业竞争格局

2.5.2调味品酱醋类行业五力模型分析

(1) 调味品酱醋类行业对上游议价能力分析

(2) 调味品酱醋类行业对下游议价能力分析

(3) 调味品酱醋类行业现有企业竞争分析

(4) 调味品酱醋类行业潜在进入者威胁分析

(5) 调味品酱醋类行业替代品威胁分析

(6) 调味品酱醋类行业五力分析总结

2.6调味品酱醋类行业原材料市场分析

2.6.1调味品酱醋类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：重点区域调味品酱醋类行业产销需求分析

3.1 行业总体区域结构特征分析

3.1.1 行业区域结构总体特征

3.1.2 行业区域集中度分析

3.2 行业重点区域产销情况分析

3.2.1 华北地区调味品酱醋类行业产销情况分析

(1) 北京市调味品酱醋类行业产销情况分析

(2) 天津市调味品酱醋类行业产销情况分析

(3) 河北省调味品酱醋类行业产销情况分析

(4) 山西省调味品酱醋类行业产销情况分析

(5) 内蒙古调味品酱醋类行业产销情况分析

3.2.2 东北地区调味品酱醋类行业产销情况分析

(1) 吉林省调味品酱醋类行业产销情况分析

(2) 辽宁省调味品酱醋类行业产销情况分析

(3) 黑龙江省调味品酱醋类行业产销情况分析

3.2.3 华东地区调味品酱醋类行业产销情况分析

(1) 上海市调味品酱醋类行业产销情况分析

(2) 江苏省调味品酱醋类行业产销情况分析

(3) 浙江省调味品酱醋类行业产销情况分析

(4) 山东省调味品酱醋类行业产销情况分析

(5) 福建省调味品酱醋类行业产销情况分析

(6) 江西省调味品酱醋类行业产销情况分析

(7) 安徽省调味品酱醋类行业产销情况分析

3.2.4 华中地区调味品酱醋类行业产销情况分析

(1) 湖南省调味品酱醋类行业产销情况分析

(2) 湖北省调味品酱醋类行业产销情况分析

(3) 河南省调味品酱醋类行业产销情况分析

3.2.5 华南地区调味品酱醋类行业产销情况分析

(1) 广东省调味品酱醋类行业产销情况分析

(2) 广西调味品酱醋类行业产销情况分析

3.2.6 西南地区调味品酱醋类行业产销情况分析

(1) 四川省调味品酱醋类行业产销情况分析

(2) 重庆市调味品酱醋类行业产销情况分析

(3) 贵州省调味品酱醋类行业产销情况分析

(4) 云南省调味品酱醋类行业产销情况分析

3.2.7 西北地区调味品酱醋类行业产销情况分析

(1) 陕西省调味品酱醋类行业产销情况分析

(2) 甘肃省调味品酱醋类行业产销情况分析

(3) 青海省调味品酱醋类行业产销情况分析

(4) 宁夏调味品酱醋类行业产销情况分析

(5) 新疆调味品酱醋类行业产销情况分析

第4章：调味品酱醋类行业品牌企业生产经营分析

4.1 跨国调味品酱醋类企业在华投资布局

4.1.1 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

4.1.3 日本味之素株式会社 (KotobukiPharmaceutical)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业在华投资布局

4.1.4 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

4.1.5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

4.1.6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

4.2主要酱油品牌企业生产经营分析

4.2.1海天

(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

4.2.2李锦记

(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

4.2.3老干妈

(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

4.2.4太太乐

(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5章：调味品酱醋类行业发展前景预测与投资策略建议ZYZF

5.1调味品酱醋类行业市场容量预测

5.1.1餐饮行业需求容量预测

5.1.2食品加工行业需求容量预测

5.1.3家庭消费需求容量预测

5.1.4调味品酱醋类消费终端需求容量预测

5.2调味品酱醋类行业投资特性分析

5.2.1调味品酱醋类行业进入壁垒分析

5.2.2调味品酱醋类行业盈利模式分析

5.2.3调味品酱醋类行业驱动因素分析

5.2.4调味品酱醋类行业投资风险分析

(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

5.3调味品酱醋类行业投资机会分析

5.3.1大型调味品酱醋类企业发展商机分析

5.3.2中型调味品酱醋类企业发展商机分析

5.3.3小型调味品酱醋类企业发展商机分析

5.4调味品酱醋类行业发展趋势分析

5.4.1调味品酱醋类产品细分化发展趋势

5.4.2调味品酱醋类行业运作精细化趋势

5.4.3调味品酱醋类行业企业整合化趋势

5.4.4调味品酱醋类行业技术发展趋势

5.5调味品酱醋类行业发展路径分析

5.5.1 调味品酱醋类品牌专营化发展路径

5.5.2 调味品酱醋类渠道多样化运营路径

5.5.3 区域调味品酱醋类品牌中国化路径

5.6 调味品酱醋类行业市场拓展策略

5.6.1 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

5.6.2 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

5.6.3 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

5.6.4 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

5.7 调味品酱醋类行业产品开发建议

5.7.1 营养强化系列产品开发建议

5.7.2 营养调整系列产品开发建议

5.7.3 特殊人群系列产品开发建议

5.7.4 温馨家庭系列产品开发建议

5.7.5 健康素食系列产品开发建议 ZYZF

图表目录：

图表1：调味品酱醋类、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：其他调味品酱醋类、发酵制品及其细分产品

图表5：调味品酱醋类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：调味品酱醋类行业与GDP相关性

图表8：调味品酱醋类行业与餐饮行业相关性

图表9：城镇居民人均调味品酱醋类支出与人均可支配收入相关性

图表10：中国调味品酱醋类行业发展特点

图表11：2014-2017年调味品酱醋类行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表12：2012-2017年中国调味品酱醋类行业盈利能力分析（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/W91894EO3T.html>