

2021-2026年中国调味品行业投资研究分析及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国调味品行业投资研究分析及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/condiment/654160.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

调味品（flavouring, condiment, seasoning），是指能增加菜肴的色、香、味，促进食欲，有益于人体健康的辅助食品。它的主要功能是增进菜品质量，满足消费者的感官需要，从而刺激食欲，增进人体健康。从广义上讲，调味品包括咸味剂、酸味剂、甜味剂、鲜味剂和辛香剂等，像食盐、酱油、醋、味精、糖（另述）、八角、茴香、花椒、芥末等都属此类。调味品的销售渠道主要是餐饮业、家庭厨房和食品加工。近年来，随着餐饮业的快速发展和新型餐饮业态的诞生，调味品在餐饮业中销售的比例越来越高，数据显示，2019年，中国调味品的销售在餐饮业中的比例高达50%，家庭厨房和食品工业的占比分别为30%和20%。

2019年中国调味品行业销售市场占比情况

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：

第一部分 调味品行业发展概况

第一章 调味品行业的相关概述

第一节 调味品的定义及分类

一、调味品的定义和分类

二、调味品的感官特征与特性

三、调味品与调味食品的共性与区别

第二节 调味品行业的投资特性分析

一、行业发展周期

二、要素密集性

三、行业进入壁垒

四、风险性分析

第二章 国外调味品市场发展分析

第一节 欧美市场

一、国际大蒜市场发展分析

二、欧美食醋介绍

三、美国酱油市场概况

四、国外微生物鲜味剂产业最新进展

第二节 韩国日本市场分析

一、韩国酱类争国际标准

二、西式调味品在日本发展空间大

三、日本酱油在欧美市场现状

四、日本功能醋介绍

第三节 其他地区分析

一、危地马拉调味料生产情况

二、以色列调味品出口

第三章 中国调味品发展现状分析

第一节 中国调味品市场发展现状

据中国调味品协会数据显示，2013至2019年我国调味品产量逐年增长。2019年我国调味品产量达到1428.9万吨，同比增长8.05%。

2013-2019年中国调味品产量及增长趋势

一、价格催动调味品升级

二、西餐调味品专业委员会即将成立

三、调味品行业进入大转变时期

四、《调味品分类》国家标准正式颁布

第二节 2020年我国调味品所属行业绩效分析

一、2020年调味品所属行业产销情况

二、2020年调味品所属行业规模

三、2020年调味品所属行业盈利能力

四、2020年调味品所属行业经营发展能力

五、2020年调味品所属行业偿债能力

第三节 2020年我国调味品行业绩效分析

一、2020年调味品所属行业产销情况

二、2020年调味品所属行业规模

三、2020年调味品所属行业盈利能力

四、2020年调味品所属行业经营发展能力

五、2020年调味品所属行业偿债能力

第四节 2016-2020年调味品所属行业进出口统计分析

一、2020年调味品所属行业进口统计

二、2020年调味品所属行业出口统计

第五节 调味品市场发展格局

一、中国食醋行业竞争格局

二、荷兰帝斯曼在沪建调味配料工厂

三、韩国调味品企业瞄上中国市场

四、味之素巧取中国调味品市场

第四章 中国调味品关联产业发展分析

第一节 中国餐饮业发展分析

- 一、2020年中国餐饮市场分析
- 二、2020年中国餐饮业零售额分析
- 三、中国餐饮业发展与创新
- 四、2021-2026年中国餐饮业发展趋势

第二节 调味品包装市场分析

- 一、我国调味品包装市场现状
- 二、调味品业流行包装形式
- 三、我国调味品包装的发展趋势

第三节 方便食品发展分析

- 一、提升方便食品营养水平
- 二、方便食品市场前景看好
- 三、方便面行业发展现状与趋势

第五章 中国调味品原辅料市场发展分析

第一节 我国大豆市场分析

- 一、2020年大豆市场走势分析
- 二、大豆产业蕴含商机无限
- 三、我国大豆产业的特点、隐忧和出路

第二节 我国小麦市场分析

- 一、2020年国内小麦市场形势分析
- 二、2020年小麦市场供应分析

第三节 我国玉米市场分析

- 一、2020年玉米价格分析
- 二、2020年中国玉米市场价格行情及预测
- 三、2020年我国玉米市场供求预测

第四节 我国稻米市场分析

- 一、2020年稻米市场形势与价格走势分析
- 二、南方稻米加工厂效益现状

第六章 中国调味品细分市场分析

第一节 酱油市场分析

- 一、酱油产业现状
- 二、2020年酱油产量分析
- 三、酱油产业是一种发展空间巨大

四、酱油产业发展方向

五、外资品牌抢滩中国酱油市场

第二节 味精市场分析

一、2020年味精产量分析

二、味精行业发展现状

第三节 食醋市场分析

一、食醋市场发展分析

二、我国醋行业瓶颈分析

第四节 鸡精市场分析

一、国际资本逐渐渗透国内鸡精市场

二、中国150亿鸡精市场尚未开发

第五节 其他调味品市场分析

一、中国番茄酱产业发展分析

二、复合调味料产业发展正当时

第七章 中国调味品消费市场分析

第一节 中国消费品市场分析

一、2020年全国居民消费价格分析

二、我国城乡消费者食品安全意识增强

第二节 中国消费市场地域分析

一、中国消费市场地域分析

二、上海调味品消费市场发展分析

第三节 消费者饮食分析

一、人类饮食追求方向

二、中国的饮食习惯分析

三、欧洲人饮食习惯改变

四、消费者购买行为分析

第四节 调味品消费分析

一、消费者对调味品的利益认知

二、调味品选择偏好度

三、调味品城市消费者购买渠道选择

第八章 调味品市场营销分析

第一节 调味品的营销现状分析

一、中国调味品市场急需“大营销”

二、中小型调味品企业拓展市场策略

三、中国调味品企业的出路

第二节 弱势调味品的终端营销攻略

一、宣传策略

二、促销策略

第三节 区域性调味品品牌与外来品牌竞争策略

一、品牌--双品牌策略

二、渠道--自营化策略

三、产品--多元化策略

四、终端--无缝化策略

五、传播--全息化策略

第四节 调味品营销的发展趋势

一、产品创新将是永远的潮流

二、调味品行业渠道直观

三、关系营销更适合调味品的营销

第五节 太太乐调味品营销策略分析

一、调味品消费渠道的售点细分

二、太太乐主要终端渠道的售点细分和定位

第九章 行业重点企业分析

第一节 佛山市海天调味食品有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第二节 河南莲花味精股份有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第三节 江苏恒顺醋业股份有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第四节 上海太太乐调味品有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第五节 李锦记（广州）食品有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第六节 中国香港加加集团（长沙）有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第七节 北京王致和食品集团有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第八节 石家庄珍极酿造集团

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第九节 广东美味鲜调味食品有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第十节 王守义十三香调味品集团有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第十章 2021-2026年中国调味品行业发展趋势与对策分析

第一节 2021-2026年行业发展趋势(AK HZWY)

一、2021-2026年我国调味品市场发展趋势分析

二、调味品市场发展趋势

三、我国复合型调味品发展趋向

第二节 2021-2026年我国调味品行业发展对策

一、鸡牌味精的变革与创新

二、新疆中基延伸我国西部番茄产业链

三、酱油产业如何在外资并购风中取胜

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/condiment/654160.html>