

2022-2027年中国调味品行业发展前景及投资战略 咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国调味品行业发展前景及投资战略咨询报告》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/754985.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。根据调研数据显示，目前国内超八成仍存在通过商超渠道购买调味品，主要原因是调味品的种类众多，目前国内消费者并没有养成预先囤货的习惯，多数情况是用完之后才会去购买新的，此时最好的方式就是商超或便利店就近购买。而普通电商配送时间都在一天以上，无法满足时效需求，随着国内电商持续发展，生鲜电商崛起，可满足实时配送的及时性需求，预计国内线上渠道占比将持续提高。

2021年中国调味品行业用户购买渠道调查

注：2021年2月调研数据

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

第二节 韩国日本市场分析

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

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年调味品所属行业市场规模

就调味品市场规模而言，随着我国人均可支配收入逐步增长，人们对于“口腹之欲”的支出逐步增长，导致我国调味品市场规模快速增长，2019年我国调味品市场规模达3345亿元，2020年全球公共卫生事件下，我国调味品行业逆势上升，市场规模达近些年来最高值，3950亿元，同比2019年增长18.1%。

2014-2020年中国调味品行业市场规模及增长率

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 2021年我国调味品行业绩效分析

一、2021年调味品所属行业产销情况

二、2021年调味品所属行业规模

三、2021年调味品所属行业盈利能力

四、2021年调味品所属行业经营发展能力

五、2021年调味品所属行业偿债能力

第四节 2017-2021年调味品所属行业进出口统计分析

一、2021年调味品所属行业进口统计

二、2021年调味品所属行业出口统计

第五节 调味品市场发展格局

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、2021年中国餐饮市场分析

二、2021年中国餐饮业零售额分析

三、中国餐饮业发展与创新

四、2022-2027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

第二节 我国小麦市场分析

第三节 我国玉米市场分析

第四节 我国稻米市场分析

第六章 中国调味品细分市场分析

第一节 酱油市场分析

第二节 味精市场分析

第三节 食醋市场分析

第四节 鸡精市场分析

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、2021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

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

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

第二节 弱势调味品的终端营销攻略

第三节 区域性调味品品牌与外来品牌竞争策略

第四节 调味品营销的发展趋势

第九章 行业重点企业分析

第一节 广东海天集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第二节 莲花健康产业集团股份有限公司

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 上海太太乐食品有限公司

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 加加食品集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司财务状况

三、公司动态

第十章 2022-2027年中国调味品行业发展趋势与对策分析

第一节 2022-2027年行业发展趋势(AK HZW)

一、2022-2027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 2022-2027年我国调味品行业发展对策

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/condiment/754985.html>