

2020-2026年中国家用调味品行业分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国家用调味品行业分析与投资战略报告》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.cction.com/report/202003/155736.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

目前我国调味品的主要消费渠道为：餐饮采购、家庭消费和食品加工三个渠道。餐饮渠道占比达到45%，家庭消费占比30%，食品加工占比25%。不同消费渠道的消费特点

-
餐饮采购

食品加工

家庭消费

对象

厨师、餐厅

食品加工企业

家庭主妇

需求特点

注重口味、质量，高中低端餐饮企业对价格敏感度不同，采购人员控制成本

大多采用中低端基础调味品，控制成本

对价格敏感系数低，注重口味、品质，对营销宣传和促销的敏感度较强

购买渠道

企业直供、农批市场

企业直供、农批市场

超市

价格敏感度

调味品成本占餐饮成本不到10%，对价格敏感度不高，同时注重性价比，考虑到餐厅提供菜品的质量会较多购买中等价位的产品

大宗采购为主，调味品成本占总成本的比重较低，价格敏感度较低

调味品购买频率高，用量稳定，占家庭开支较小，价格敏感度较低 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国家用调味品行业分析与投资战略报告》共十四章。首先介绍了家用调味品相关概念及发展环境，接着分析了中国家用调味品规模及消费需求，然后对中国家用调味品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家用调味品面临的机遇及发展前景。您若想对中国家用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：

第一章家用调味品行业相关基础概述及研究机构

1.1家用调味品的定义及分类

自2008年起，我国调味品行业处于一个快速发展期，行业高达30%以上。近几年受制于行业过高的基数、较高的普及度、渗透率以及渠道下沉难度的增加，行业增速维持在10%左右。未来行业增量空间将维稳，消费升级带来的产品创新可能会创造出新的消费需求，但是整体行业处于一个量缓价升的局面。调味品市场构成结构数据来源：公开资料整理

1.1.1家用调味品的界定

1.1.2家用调味品产品特性

1.1.3家用调味品分类

- 1、酱油
- 2、味精
- 3、生抽
- 4、食醋
- 5、料酒

1.2家用调味品行业特点分析

1.2.1市场特点分析

1.2.2行业经济特性

1.2.3行业发展周期分析

1.2.4行业进入风险

1.2.5行业成熟度分析

1.3家用调味品行业研究机构

1.3.1家用调味品行业介绍

1.3.2家用调味品行业研究优势

1.3.3家用调味品行业研究范围

第二章2015-2019年中国家用调味品行业市场发展环境分析

2.1中国家用调味品行业经济环境分析

2.1.1中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、食品工业发展现状分析
- 2.1.2经济环境对行业的影响分析
- 2.2中国家用调味品行业政策环境分析
- 2.2.1行业监管环境
- 1、行业主管部门
- 2、行业监管体制
- 2.2.2行业政策分析
- 1、《食品安全法》
- 2、《中华人民共和国产品质量法》
- 3、《食品生产许可管理办法》
- 2.2.3政策环境对行业的影响分析
- 2.3中国家用调味品行业社会环境分析
- 2.3.1行业社会环境
- 1、人口规模分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、消费观念变迁
- 7、消费升级趋势
- 2.3.2社会环境对行业的影响分析
- 2.4中国家用调味品行业技术环境分析
- 2.4.1家用调味品生产工艺水平
- 2.4.2行业主要技术发展趋势
- 2.4.3技术环境对行业的影响

第三章中国家用调味品行业上、下游产业链分析

3.1家用调味品行业产业链概述

3.1.1产业链定义

3.1.2家用调味品行业产业链

3.2家用调味品行业上游-原材料产业发展分析

3.2.1家用调味品原材料产业发展现状

3.2.2家用调味品原材料产业供给分析

3.2.3家用调味品原材料供给价格分析

3.2.4家用调味品原材料供给区域分布

3.3家用调味品行业下游-经销商情况分析

3.3.1家用调味品经销商发展现状

3.3.2家用调味品经销商规模情况

3.3.3家用调味品经销商区域分布

3.4家用调味品行业终端消费者消费情况分析

3.4.1中国人均家用调味品消费情况

3.4.2家用调味品消费者地域分布情况

3.4.3家用调味品消费者品牌忠诚度分析

第四章国际家用调味品行业市场发展分析

4.12015-2019年国际家用调味品行业发展现状

4.1.1国际家用调味品行业发展现状

4.1.2国际家用调味品行业发展规模

4.1.3国际家用调味品主要技术水平

4.22015-2019年国际家用调味品市场需求研究

4.2.1国际家用调味品市场需求特点

4.2.2国际家用调味品市场需求结构

4.2.3国际家用调味品市场需求规模

4.32015-2019年国际区域家用调味品行业研究

4.3.1欧洲家用调味品市场

1、欧洲家用调味品市场现状分析

2、欧洲家用调味品市场规模分析

3、欧洲家用调味品市场趋势预测

4.3.2美国家用调味品市场

- 1、美国家用调味品市场现状分析
- 2、美国家用调味品市场规模分析
- 3、美国家用调味品市场趋势预测
- 4.3.3日韩家用调味品市场
 - 1、日韩家用调味品市场现状分析
 - 2、日韩家用调味品市场规模分析
 - 3、日韩家用调味品市场趋势预测
- 4.4国际家用调味品著名品牌分析
- 4.52020-2026年国际家用调味品行业发展展望
 - 4.5.1国际家用调味品行业发展趋势
 - 4.5.2国际家用调味品行业规模预测
 - 4.5.3国际家用调味品行业发展机会

第五章2015-2019年中国家用调味品行业发展概述

- 5.1中国家用调味品行业发展状况分析
 - 5.1.1中国家用调味品行业发展阶段
 - 5.1.2中国家用调味品行业发展总体概况
 - 5.1.3中国家用调味品行业发展特点分析
 - 1、中国家用调味品市场规模快速增长
 - 2、中国家用调味品行业消费升级发展
 - 3、中国家用调味品行业健康化发展
- 5.22015-2019年家用调味品行业发展现状
 - 5.2.12015-2019年中国家用调味品行业发展热点
 - 1、调味品异军突起，市场规模快速增长
 - 2、电商渠道渗透率快速提升
 - 3、消费升级成为大趋势
 - 5.2.22015-2019年中国家用调味品行业发展现状
 - 5.2.32015-2019年中国家用调味品企业发展分析
- 5.3家用调味品行业替代品及互补产品分析
 - 5.3.1家用调味品行业替代品分析
 - 1、替代品种类
 - 2、主要替代品对家用调味品行业的影响

3、替代品发展趋势分析

5.3.2家用调味品行业互补产品分析

1、行业互补产品种类

2、主要互补产品对家用调味品行业的影响

3、互补产品发展趋势分析

5.4中国家用调味品行业细分市场分析

5.4.1酱油市场

未来随着我国中产阶级崛起，以及消费者对于生活质量要求的提高，我们认为消费者对酱油的消费价格带会有一个提升。假设未来高端酱油消费者有一半转向超高端产品，而高端酱油又承接中高端产品的消费需求，在人均年酱油消费量不变的情况下，高端和中高端产品市场规模都会有一个很高的提升。由此看出，调味品行业结构升级空间巨大。酱油行业的市场规模预估

-

-

当前预估

未来预估

定位

价格带（500ml）

占比

消费量（亿升）

市场空间（亿元）

占比

消费量（亿升）

市场空间（亿元）

超高端

20元以上

0.3%

0.24

9.67

1.8%

1.45

58.03

高端

12-20元

3%

2.42

67.70

4.5%

3.63

101.56

中高端

8-12元

6%

4.85

87.05

20.85%

16.81

302.49

中端

5-8元

35.7%

28.77

287.74

45.35%

36.55

365.52

低端

5元以下

55.7%

44.33

177.32

27.50%

22.17

88.66 数据来源：公开资料整理

1、酱油市场发展现状

2、酱油市场规模

3、酱油市场发展前景

5.4.2味精市场

1、味精市场发展现状

2、味精市场规模

3、味精市场发展前景

5.4.3生抽市场

1、生抽市场发展现状

2、生抽市场规模

3、生抽市场发展前景

5.4.4食醋市场

1、食醋市场发展现状

2、食醋市场规模

3、食醋市场发展前景

5.4.5料酒市场

1、料酒市场发展现状

2、料酒市场规模

3、料酒市场发展前景

5.5家用调味品行业渠道与行业品牌分析

5.5.1家用调味品行业渠道分析

1、渠道形式

2、渠道要素对比

3、各区域主要代理商情况

5.5.2家用调味品行业品牌分析

1、品牌数量分析

2、品牌推广方式分析

3、品牌美誉度分析

4、品牌的选择情况

5.5.3国际品牌对国产品牌的冲击分析

1、国际品牌冲击国产品牌市场份额

2、国际品牌具备的竞争优势分析

- 3、国际品牌占据中国高端家用调味品市场
- 5.6中国家用调味品行业发展问题及对策建议
 - 5.6.1中国家用调味品行业发展制约因素
 - 5.6.2中国家用调味品行业存在问题分析
 - 5.6.3中国家用调味品行业发展对策建议

第六章中国家用调味品行业运行指标分析及预测

- 6.1中国家用调味品行业企业数量分析
 - 6.1.12015-2019年中国家用调味品行业企业数量情况
 - 6.1.22015-2019年中国家用调味品行业企业竞争结构
- 6.22015-2019年中国家用调味品行业财务指标总体分析
 - 6.2.1行业盈利能力分析
 - 6.2.2行业偿债能力分析
 - 6.2.3行业营运能力分析
 - 6.2.4行业发展能力分析
- 6.3中国家用调味品行业市场规模分析及预测
 - 6.3.12015-2019年中国家用调味品行业市场规模分析
 - 6.3.22020-2026年中国家用调味品行业市场规模预测
- 6.42015-2019年中国家用调味品区域市场规模分析
 - 6.4.1东北地区市场规模分析
 - 6.4.2华北地区市场规模分析
 - 6.4.3华东地区市场规模分析
 - 6.4.4华中地区市场规模分析
 - 6.4.5华南地区市场规模分析
 - 6.4.6西部地区市场规模分析
- 6.5中国家用调味品行业市场供需分析及预测
 - 6.5.1中国家用调味品行业市场供给分析
 - 1、2015-2019年中国家用调味品行业供给规模分析
 - 2、2020-2026年中国家用调味品行业供给规模预测
 - 6.5.2中国家用调味品行业市场需求分析
 - 1、2015-2019年中国家用调味品行业需求规模分析
 - 2、2020-2026年中国家用调味品行业需求规模预测

- 6.6.2015-2019年中国家用调味品行业产品价格分析
- 6.6.12015-2019年中国家用调味品行业产品价格回顾
- 6.6.22015-2019年中国家用调味品产品当前市场价格统计分析
- 6.6.32015-2019年中国家用调味品产品价格影响因素分析
- 6.6.42020-2026年中国家用调味品产品价格预测
- 6.7家用调味品行业进出口分析
 - 6.7.1出口分析
 - 1、2015-2019年家用调味品出口总况分析
 - 2、2015-2019年家用调味品出口量及增长情况
 - 3、2015-2019年家用调味品细分行业出口情况
 - 4、出口流向结构
 - 5、出口产品品牌分析
 - 6、主要出口企业分析
 - 7、出口价格特征分析
 - 6.7.2进口分析
 - 1、2015-2019年家用调味品进口总况分析
 - 2、2015-2019年家用调味品进口量及增长情况
 - 3、2015-2019年家用调味品细分行业进口情况
 - 4、国家进口结构
 - 5、进口产品结构
 - 6、进口价格趋势

第七章中国互联网+家用调味品行业发展现状及前景

- 7.1互联网给家用调味品行业带来的冲击和变革分析
 - 7.1.1互联网时代家用调味品行业大环境变化分析
 - 7.1.2互联网给家用调味品行业带来的机遇分析
 - 7.1.3互联网给家用调味品行业带来的挑战分析
 - 7.1.4互联网+家用调味品行业渠道形势变革分析
 - 7.1.5互联网+家用调味品行业营销模式变革分析
 - 7.1.6互联网+家用调味品行业经营成本变化情况
- 7.2中国互联网+家用调味品行业市场发展现状分析
 - 7.2.1中国互联网+家用调味品行业投资布局分析

- 1、中国互联网+家用调味品行业投资切入方式
- 2、中国互联网+家用调味品行业投资规模分析
- 3、中国互联网+家用调味品行业投资业务布局
- 7.2.2家用调味品行业目标客户互联网渗透率分析
- 7.2.3中国互联网+家用调味品行业市场规模分析
- 7.2.4中国互联网+家用调味品行业竞争格局分析
- 1、中国互联网+家用调味品行业参与者结构
- 2、中国互联网+家用调味品行业竞争者类型
- 3、中国互联网+家用调味品行业市场占有率
- 7.2.5中国家用调味品企业互联网战略案例分析
- 7.3中国互联网+家用调味品行业市场发展前景分析
- 7.3.1中国互联网+家用调味品行业市场增长动力分析
- 7.3.2中国互联网+家用调味品行业市场发展瓶颈剖析
- 7.3.3中国互联网+家用调味品行业市场发展趋势分析

第八章中国家用调味品行业消费市场调查

- 8.1家用调味品市场消费需求分析
- 8.1.1家用调味品市场的消费需求变化
- 8.1.2家用调味品行业的需求情况分析
- 8.1.3家用调味品品牌市场消费需求分析
- 8.2家用调味品消费市场状况分析
- 8.2.1家用调味品行业消费特点
- 8.2.2家用调味品行业消费结构分析
- 8.2.3家用调味品行业消费的市场变化
- 8.2.4家用调味品市场的消费方向
- 8.3家用调味品行业产品的品牌市场调查
- 8.3.1消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 8.3.2消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 8.3.3消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 8.3.4家用调味品行业品牌忠诚度调查
- 8.3.5消费者的消费理念调研

第九章中国家用调味品行业市场竞争格局分析

9.1中国家用调味品行业竞争格局分析

9.1.1家用调味品行业区域分布格局

9.1.2家用调味品行业企业规模格局

9.1.3家用调味品行业企业性质格局

9.1.4家用调味品国际竞争格局分析

1、国际家用调味品品牌格局

2、国际家用调味品区域格局

3、国际家用调味品市场集中度分析

4、中国家用调味品市场国产品牌占比分析

9.2中国家用调味品行业竞争五力分析

9.2.1家用调味品行业上游议价能力

9.2.2家用调味品行业下游议价能力

9.2.3家用调味品行业新进入者威胁

9.2.4家用调味品行业替代产品威胁

9.2.5家用调味品行业现有企业竞争

9.3中国家用调味品行业竞争SWOT分析

9.3.1家用调味品行业优势分析（S）

9.3.2家用调味品行业劣势分析（W）

9.3.3家用调味品行业机会分析（O）

9.3.4家用调味品行业威胁分析（T）

9.4中国家用调味品行业投资兼并重组整合分析

9.4.1投资兼并重组现状

9.4.2投资兼并重组案例

9.5中国家用调味品行业竞争策略建议

第十章家用调味品行业领先企业竞争力分析

10.1佛山市海天调味食品股份有限公司

10.1.1企业发展基本情况

10.1.2企业主要产品分析

10.1.3企业竞争优势分析

10.1.4企业经营状况分析

10.2上海太太乐食品有限公司

10.2.1企业发展基本情况

10.2.2企业主要产品分析

10.2.3企业竞争优势分析

10.2.4企业经营状况分析

10.3李锦记集团有限公司

10.3.1企业发展基本情况

10.3.2企业主要产品分析

10.3.3企业竞争优势分析

10.3.4企业经营状况分析

10.4北京二商王致和食品有限公司

10.4.1企业发展基本情况

10.4.2企业主要产品分析

10.4.3企业竞争优势分析

10.4.4企业经营状况分析

10.5驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司

10.5.1企业发展基本情况

10.5.2企业主要产品分析

10.5.3企业竞争优势分析

10.5.4企业经营状况分析

10.6广东美味鲜调味食品有限公司

10.6.1企业发展基本情况

10.6.2企业主要产品分析

10.6.3企业竞争优势分析

10.6.4企业经营状况分析

第十一章2020-2026年中国家用调味品行业发展趋势与投资机会研究

11.12020-2026年中国家用调味品行业市场发展潜力分析

11.1.1中国家用调味品行业市场空间分析

11.1.2中国家用调味品行业竞争格局变化

11.1.3中国家用调味品行业互联网+前景

11.22020-2026年中国家用调味品行业发展趋势分析

- 11.2.1 中国家用调味品行业品牌格局趋势
- 11.2.2 中国家用调味品行业渠道分布趋势
- 11.2.3 中国家用调味品行业市场趋势分析
- 11.3 2020-2026年中国家用调味品行业投资机会与建议
- 11.3.1 中国家用调味品行业投资前景展望
- 11.3.2 中国家用调味品行业投资机会分析
- 11.3.3 中国家用调味品行业投资建议

第十二章 2020-2026年中国家用调味品行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国家用调味品行业关键成功要素分析
- 12.2 中国家用调味品行业投资壁垒分析
- 12.3 中国家用调味品行业投资风险与规避
- 12.3.1 宏观经济风险与规避
- 12.3.2 行业政策风险与规避
- 12.3.3 上游市场风险与规避
- 12.3.4 市场竞争风险与规避
- 12.3.5 技术风险分析与规避
- 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国家用调味品行业融资渠道与策略
- 12.4.1 家用调味品行业融资渠道分析
- 12.4.2 家用调味品行业融资策略分析

第十三章 2020-2026年中国家用调味品行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外家用调味品行业投资现状及经营模式分析
- 13.1.1 境外家用调味品行业成长情况调查
- 13.1.2 经营模式借鉴
- 13.1.3 国外投资新趋势动向
- 13.2 中国家用调味品行业商业模式探讨
- 13.2.1 个体经营的零售模式
- 13.2.2 超市卖场零售模式
- 13.2.3 连锁零售模式
- 13.2.4 电子商务销售模式

13.3中国家用调味品行业投资发展战略规划

13.3.1战略优势分析

13.3.2战略机遇分析

13.3.3战略规划目标

13.3.4战略措施分析

13.4最优投资路径设计

13.4.1投资对象

13.4.2投资模式

13.4.3预期财务状况分析

13.4.4风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议

14.1研究结论

14.2家用调味品行业投资可行性评估

14.3建议

14.3.1行业投资结构调整

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：家用调味品行业特点

图表：家用调味品行业生命周期

图表：家用调味品行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国食品工业产值分析

图表：中国家用调味品品牌排行榜

图表：中国家用调味品行业外资品牌市场占有率分析

图表：中国家用调味品产品市场渗透率分析

图表：中国家用调味品国产品牌市场占有率分析
图表：高端家用调味品品牌排行榜
图表：国际家用调味品区域市场分布情况
图表：2015-2019年中国家用调味品行业进口规模分析
图表：2015-2019年中国家用调味品行业出口规模分析
图表：中国家用调味品各个渠道销售占比分析
图表：中国家用调味品行业互联网渠道占比分析
图表：2015-2019年家用调味品行业市场规模分析
图表：2020-2026年家用调味品行业市场规模预测
图表：2015-2019年中国家用调味品行业供给规模分析
图表：2020-2026年中国家用调味品行业供给规模预测
图表：2015-2019年中国家用调味品行业需求规模分析
图表：2020-2026年中国家用调味品行业需求规模预测
图表：2015-2019年中国家用调味品行业企业数量情况
图表：2015-2019年中国家用调味品行业企业竞争结构
图表：中国家用调味品行业盈利能力分析
图表：中国家用调味品行业运营能力分析
图表：中国家用调味品行业偿债能力分析
图表：中国家用调味品行业发展能力分析
图表：中国家用调味品行业经营效益分析
图表：2015-2019年家用调味品行业重要数据指标比较
图表：2015-2019年中国家用调味品行业竞争力分析
图表：2020-2026年中国家用调味品行业产能预测
图表：2020-2026年中国家用调味品行业消费量预测
图表：2020-2026年中国家用调味品市场价格走势预测
图表：2020-2026年中国家用调味品行业发展趋势预测
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/155736.html>