

2020-2026年中国沙拉酱市场深度评估与战略咨询报告

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年中国沙拉酱市场深度评估与战略咨询报告》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/202005/166169.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

沙拉酱以植物油、水、蛋制品、酸性配料为主要原料，添加或不添加食糖、食用盐、香辛料和食用增稠剂等辅料经乳化、灌装而成的半固体复合调味料（沙拉酱属于调味沙司的一种，这种半固体形态的酸性高脂肪乳状液，是利用了蛋黄卵磷脂的乳化特性，使油、水形成了水包油型乳状液，从而形成了稳定的酱体。

沙拉酱是欧美、日本等发达国家家庭日常生活中不可缺少的调味品，其口味独特、食用方便，常作为中西式凉拌菜的制作，也可涂在面包及其它主食表面，或直接食用或涂在食物上烘烤后食用。在欧洲沙拉酱种类齐全，而我们国内品种不全。一般分为：肉类沙拉酱、蔬菜类沙拉酱、水果类沙拉酱。

肉类沙拉酱：蒜茸沙拉酱、浅胡椒蒜茸沙拉酱、黑胡椒沙拉酱、咖喱沙拉酱、辣椒沙拉酱等等。

蔬菜沙拉酱：香醋沙拉酱、蛋黄沙拉酱、海鲜沙拉酱、火腿沙拉酱、玉米沙拉酱等等。

水果沙拉酱：奶油沙拉酱、水果沙拉酱。

近年来，日益增长的原材料以及用工成本抬高了沙拉酱产品的整体价格，在销售市场增长的推动下，我国沙拉酱行业市场规模增长较为明显，行业规模从2009年的7.26亿元，上升至2017年的43.85亿元，预计2019年国内市场规模在88.5亿元左右。 2009-2017年我国沙拉酱行业市场规模 资料来源：中企顾问网整理

《2020-2026年中国沙拉酱市场深度评估与战略咨询报告》由中企顾问网公司领衔撰写，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。

报告揭示了沙拉酱市场潜在需求与市场机会，报告对中国沙拉酱市场做了重点企业经营状况分析，并分析了中国沙拉酱市场发展前景预测。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。

报告目录：

第一章 沙拉酱相关概述

第一节 沙拉酱阐述

一、沙拉的配酱

二、沙拉酱分类

三、沙拉酱的热量

第二节 沙拉酱的稳定性及其保质期

一、材料与方法

二、试验结果

三、微生物学鉴定

四、稳定性及其保质期

第二章 2019年中国沙拉酱市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2019年中国政策法规环境分析

一、中华人民共和国食品安全法实施条例

二、沙拉酱中食品添加剂最大允许使用量最大允许残留量标准

三、西餐调味品专业委员会成立对行业的影响

四、中国调味品协会在全行业深入贯彻实施《食品安全法》

五、《沙拉酱》行业标准征求意见稿再次公示

六、《调味品经销商经营管理规范》

七、沙拉酱等五项调味品标准已经出台

第三节 2019年中国沙拉酱社会发展环境分析

第三章 沙拉酱产品生产工艺及技术趋势研究

第一节 沙拉酱生产工艺研究

一、实验原材料与设备

二、实验方法

三、结果与分析

第二节 蛋黄酱和沙拉酱生产工艺及趋势

一、蛋黄酱和沙拉酱

二、主要设备

三、材料配方

四、工艺流程

- 五、操作要点
- 六、质量标准
- 七、注意事项
- 八、低脂沙拉酱

第四章 2019年中国调味品业整体运行状况分析

第一节 2019年中国调味品市场运行总况

- 一、中国调味品市场发展特点
- 二、国内调味品市场进入调整阶段
- 三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展
- 四、消费升级带动调味品市场细分趋势

第二节 2019年中国调味品区域市场发展状况

- 一、山东调味品产业发展状况
- 二、湖北省调味品业发展状况
- 三、新疆番茄酱出口量分析

第三节 2019年中国调味品包装分析

- 一、调味品包装发展概况
- 二、包装成为调味品行业发展动力
- 三、调味品包装运用中存在的问题
- 四、塑料软管包装成调味品包装新趋势

第五章 2015-2019年中国沙拉酱制造所属行业数据监测分析

第一节 沙拉酱制造所属行业市场运行规模分析

- 一、沙拉酱制造所属行业竞争企业数量
- 二、沙拉酱制造所属行业工业总产值分析
- 三、沙拉酱制造所属行业从业人数调查分析

第二节 沙拉酱制造所属行业偿债能力分析

- 一、沙拉酱制造所属行业资产负债率分析
- 二、沙拉酱制造所属行业利息保障倍数分析

第三节 沙拉酱制造所属行业经营能力分析

- 一、沙拉酱制造所属行业总资产周转率分析
- 二、沙拉酱制造所属行业净资产周转率分析

三、沙拉酱制造所属行业存货周转率分析

四、沙拉酱制造所属行业流动资产周转率分析

第四节 沙拉酱制造所属行业盈利能力分析

一、沙拉酱制造所属行业总资产收益率分析

二、沙拉酱制造所属行业净利润率分析

三、沙拉酱制造所属行业净资产收益率分析

四、沙拉酱制造所属行业毛利率分析

第五节 沙拉酱制造所属行业成长能力分析

一、沙拉酱制造所属行业主营业务收入分析

二、沙拉酱制造所属行业净利润分析

三、沙拉酱制造所属行业总资产分析

四、沙拉酱制造所属行业净资产分析

第六章 2019年中国沙拉酱市场运行分析

第一节 2019年中国沙拉酱市场特点分析

第二节 2019年中国沙拉酱市场运行分析

一、沙拉酱市场供给情况分析

2017年我国沙拉酱行业生产企业数量约几十家，企业主要集中在我国东部经济发达地区

。2017年我国沙拉酱行业产量约14.2万吨，同比2013年的11.1万吨增长了约27.9%，近几年我国

沙拉酱行业产量情况如下图所示： 2009-2017年我国沙拉酱行业产量情况 资料来源：中企顾问网整理

二、沙拉酱市场需求情况分析

作为一种西式调味品，沙拉酱自改革开放后进入我国只有30年~40年左右时间，随着我国经济的不断增长和人民生活水平的提高，沙拉酱已经不再是只能在西式饭店中才能看见的调味品了，特别是近几年，沙拉酱已经被摆上了千家万户的餐桌。沙拉酱这一西方人餐桌上必不可少的调味酱，在西方国家需求量很大。相对而言，我国的沙拉酱产量还处于发展初期，应用范围和食用人群也相对比较固定，因此开发符合中国人口味、应用更加广泛的沙拉酱，将提高沙拉酱在我国不同人群的接受程度，这同时意味着我国沙拉酱的发展将有更大的市场空间。

2017年我国沙拉酱行业产量约20.2万吨，行业表观消费量约18.9万吨，近几年我国沙拉酱行业消费量情况如下图所示： 2009-2017年我国沙拉酱行业消费量情况 资料来源：中企顾问网整理

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2019年中国沙拉酱市场价格分析

一、沙拉酱市场价格走势分析

二、影响价格的因素分析

第七章 2019年中国沙拉酱消费者调研

第一节 2019年中国沙拉酱产业用户度分析

一、沙拉酱消费动机

二、沙拉酱消费渠道

三、沙拉酱消费习惯

四、沙拉酱价格消费心理

五、沙拉酱顾客的忠诚度

六、沙拉酱品牌消费心理

第二节 2019年调味酱消费市场分析

一、消费者对品牌的认识

二、消费者最喜欢调味酱产品

三、消费者对产品看法的标准

四、消费者对调味酱吃法调查

五、消费者主要食用时间调查

六、购买产品的主要原因调查

七、消费者心中最合理的定价

八、核心消费群体的年龄阶段

九、现有产品的首要不足问题

十、对中小食品企业的营销建议

第八章 2019年中国调味品市场竞争格局透析

第一节 2019年中国调味品市场竞争现状

一、调味品细分市场品牌竞争分析

二、外资角逐调味品市场分析

三、调味品行业亮出重大资产重组牌

四、鸡精和味精产品消费者需求差异对比分析

第二节 2019年中国调味品集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业集中度分析

第三节 2020-2026年中国调味品市场竞争趋势分析

第九章 2019年中国沙拉酱市场竞争态势分析

第一节 2019年中国沙拉酱市场竞争分析

一、沙拉酱品牌集中度

二、味全进攻大陆沙拉酱市场

第二节 2019年中国沙拉酱与替代品竞争分析

一、番茄酱

二、果酱

三、辣椒酱

第三节 2020-2026年中国沙拉酱竞争趋势分析

第十章 2019年中国沙拉酱重点生产厂商竞争性财务指标分析

第一节 北京丘比食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 上海味好美食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 联合利华食品（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析、

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 卡夫天美食品（天津）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 东莞市百味佳食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 东莞市鸿兴食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 广州忆霖食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 上海味全食品工业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一章 2019年中国沙拉酱上游原材料供应状况分析

第一节 食用植物油

- 一、植物油市场供需分析
- 二、植物油市场价格走势

第二节 禽蛋

- 一、我国蛋品市场供需分析
- 二、全国各地鸡蛋价格走势

第三节 食醋

- 一、我国食醋市场发展状况分析
- 二、促进我国食醋产业发展的有效途径分析
- 三、我国食醋生产政策分析

第四节 成品糖

- 一、我国成品糖产量及进出口贸易分析
- 二、食糖供求与价格分析
- 三、2020-2026年食糖供求预测

第五节 乳品

- 一、我国奶业发展及供应分析
- 二、乳品原料价格走势分析
- 三、奶业生产及贸易发展趋势

第六节 食用香料

- 一、食品业推动食用香料香精行业发展
- 二、我国香精香料产量情况分析
- 三、我国食用香料香精行业的发展方向

第十二章 2020-2026年中国沙拉酱行业发展趋势预测分析

第一节 2020-2026年中国调味品发展趋势分析

- 一、调味品市场发展趋势分析
- 二、调味品市场容量预测
- 三、调味品的细分与整合趋势
- 四、调味品行业未来发展趋势分析

第二节 2020-2026年中国沙拉酱前景预测分析

- 一、中国沙拉酱市场前景分析
- 二、我国沙拉酱行业发展规模
- 三、无脂沙拉酱将是未来的市场主流

第三节 2020-2026年中国中型调味品企业突破品牌瓶颈的策略

- 一、品牌再塑并确定战略方向
- 二、确立品牌精神
- 三、调整品牌组合模式
- 四、产品创新之道
- 五、渠道整合

第十三章 2020-2026年中国沙拉酱产业投资战略研究

第一节 2020-2026年中国沙拉酱行业投资概况

- 一、沙拉酱行业投资特性
- 二、沙拉酱具有良好的投资价值

第二节 2020-2026年中国沙拉酱投资机会分析

- 一、沙拉酱投资吸引力分析
- 二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2020-2026年中国沙拉酱投资风险及防范

- 一、政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、质量控制风险
- 四、市场运营机制风险

第四节 投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/166169.html>