



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国调味品产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国调味品产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/277998.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

调味品主要是指香草和香料。香草是各种植物的叶子。它们可以是新鲜的、风干的或磨碎的。香料是植物的种子、花蕾、果实、花朵、树皮和根。香料的味道比香草浓烈得多。有些情况下，一种植物既能用于生产香草又能用于生产香料。有些调味品由多种香料混合而成（例如红辣椒粉），或者由多种香草混合而成（例如调味袋）。在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于改善食物的味道并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。近些年，中国的调味品工业获得了迅猛发展，总产量已超过1000万吨，成为食品行业中新的经济增长点。从调味品的需求来看，对调味品有需求的主要是餐饮业、食品加工业和家庭厨房。其中，餐饮业的迅速发展对带动调味品产业的发展，具有极大作用。

调味品行业具有发展速度快、产量大、品种多、销售面广、经济效益好等特点。近年来，中国调味品行业有了较大发展，企业依靠科学技术，通过科研，采用新工艺、新设备，创造新产品，并以严格的质量管理，保证了产品质量，在增加品种的同时也使产品达到规模化生产。在全国各地调味品厂的努力下，先后创造了一大批优质产品和新品种。名、特、优、新产品的不断涌现，加速了产品的更新换代。调味品目前最为主要的销售渠道，就是餐饮，餐饮业的快速发展带动了调味品的发展，也使得调味品市场飞速发展。

据统计：2014年我国调味品总产量达到2235万吨，产量较上年同期增长11.75%，酱醋类产品产量的快速增长是推动我国调味品产量上升的主要动力。2006-2014年我国调味品产量走势图

2006-2014年我国调味品产量统计表：万吨

				年份		酱油	食醋	味精	
料酒	其他	合计	2006年	270	250	175	75		
345	1115	2007年	324	277	203	88	362		
1254		2008年	367	300	184	95	380	1326	
2009年	503	325	250	110	400	1588		2010年	
596	360	256	125	413	1750		2011年	662	365
253	145	425	1850		2012年	700	377	210	
163	440	1890		2013年	758	384	215	180	463
2000		2014年	939	395	211	210	480	2235	

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：调味品行业发展背景 17

1.1 调味品行业定义及分类 17

1.1.1 行业概念及定义 17

1.1.2 行业主要产品大类 17

(1) 味精 18

(2) 酱油、食醋及类似制品 18

(3) 其他调味品、发酵制品 18

1.1.3 行业在国民经济中的地位 19

1.2 调味品行业统计标准 20

1.2.1 调味品行业统计口径 20

1.2.2 调味品行业统计方法 20

1.2.3 调味品行业数据种类 21

1.3 调味品行业投资特性 22

1.3.1 调味品行业进入壁垒分析 22

(1) 行业准入壁垒 22

(2) 品牌壁垒 22

(3) 规模壁垒 23

(4) 渠道与营销网络壁垒 23

1.3.2 调味品行业盈利模式分析 23

(1) 向品牌要利润 23

(2) 向规模要利润 24

(3) 向差异化产品要盈利 24

1.3.3 调味品行业驱动因素分析 25

(1) 餐饮业的快速发展 25

近年来，我国的酒店餐饮业发展异常迅速，2005年全国餐饮业营业额为1,260.20亿元，2013年全国餐饮业营业额已达4,533.33亿元，比2005年增长了259.73%，且每年均保持较为稳定的增长。酒店餐饮业已经成为我国拉动消费、实现增长和扩大就业的重要因素之一。2005年至2013年我国餐饮业零售总额及走势图

- (2) 食品加工业的快速发展 27
- (3) 家庭调味品消费的持续增长 28
- 1.4 调味品行业发展环境 29
 - 1.4.1 调味品行业政策法规分析 29
 - (1) 调味品行业相关法律法规和适用标准 29
 - (2) 调味品行业发展规划分析 30
 - 1.4.2 调味品行业经济环境分析 31
 - (1) 调味品工业与GDP相关性分析 31
 - (2) 调味品行业与餐饮行业相关性 31
 - (3) 调味品行业与居民收入相关性 32
 - (4) 调味品行业与农产品价格相关性 33

第2章：调味品行业整体运行状况分析 34

- 2.1 中国调味品行业发展状况分析 34
 - 2.1.1 中国调味品行业发展总体概况 34
 - (1) 高成本低效益 34
 - (2) 地域差异造就地方品牌 34
 - (3) 价格战阻碍品牌建设 34
 - 2.1.2 中国调味品行业发展主要特点 35
 - (1) 市场空间大 35
 - (2) 地域特征明显 35
 - (3) 外企积极扩张 35
 - 2.1.3 调味品行业经营情况分析 36
 - (1) 调味品行业经营效益分析 36
 - (2) 调味品行业盈利能力分析 36
- 2004-2014年中国调味品毛利率及毛利率增速

- (3) 调味品行业运营能力分析 37
- (4) 调味品行业偿债能力分析 37
- (5) 调味品行业发展能力分析 38
- 2.2 调味品行业经济指标分析 38
 - 2.2.1 调味品行业经济效益影响因素 38

2.2.2 调味品行业经济指标分析	39
2.2.3 不同规模企业经济指标分析	40
(1) 大型企业	40
(2) 中型企业	41
(3) 小型企业	42
(4) 不同规模企业主要经济指标历年的比重情况分析	43
2.2.4 不同性质企业经济指标分析	45
(1) 国有企业	46
(2) 集体企业	47
(3) 股份合作企业	48
(4) 股份制企业	49
(5) 私营企业	50
(6) 外商和港澳台投资企业	51
(7) 其他	52
(8) 不同性质企业主要经济指标历年的比重变化情况分析	53
2.2.5 不同地区企业经济指标分析	56
(1) 不同地区销售收入情况分析	56
(2) 不同地区资产总额情况分析	58
(3) 不同地区累计负债情况分析	59
(4) 不同地区销售利润情况分析	61
(5) 不同地区利润总额情况分析	62
(6) 不同地区产成品情况分析	64
(7) 不同地区单位数及亏损单位数情况分析	65
(8) 不同地区亏损单位亏损总额情况分析	67
2.3 调味品行业供需平衡分析	68
2.3.1 全国调味品行业供给情况分析	68
(1) 全国调味品行业总产值分析	68
(2) 全国调味品行业产成品分析	69
2.3.2 各地区调味品行业供给情况分析	69
(1) 总产值排名前10个地区分析	70
(2) 产成品排名前10个地区分析	71
2.3.3 全国调味品行业需求情况分析	72

(1) 全国调味品行业销售产值分析 72
2004-2014年中国调味品行业营收增长率(单位:亿元)

(2) 全国调味品行业销售收入分析 72
2.3.4 各地区调味品行业需求情况分析 73
(1) 销售产值排名前10个地区分析 73
(2) 销售收入排名前10个地区分析 74
2.3.5 全国调味品行业产销率分析 75

第3章:调味品行业产业链分析 77

3.1 调味品行业产业链结构简述 77
3.2 调味品上游农产品市场分析 77
3.2.1 大豆产销情况与价格走势 77
3.2.2 小麦产销情况与价格走势 78
3.2.3 高粱产销情况与价格走势 80
3.2.4 大米产销情况与价格走势 81
3.2.5 玉米产销情况与价格走势 82
3.3 调味品产业链上游其他市场分析 84
3.3.1 肉制品原料市场发展分析 84
3.3.2 调味品包装市场发展分析 84
3.4 调味品产业链下游细分市场需求 85
3.4.1 调味品消费终端需求分析 85
(1) 餐饮行业需求容量预测 85
(2) 食品加工行业需求容量预测 86
(3) 家庭消费需求容量预测 87
(4) 调味品消费终端需求容量综合预测 88
3.4.2 调味品流通环节需求分析 89

第4章:调味品行业竞争格局与进出口分析 91

4.1 国外调味品市场发展概况 91
4.1.1 主要国家及地区市场分析 91
(1) 欧洲调味品市场发展分析 91
(2) 美加调味品市场发展分析 91

- (3) 日本调味品市场发展分析 92
- (4) 韩国调味品市场发展分析 93
- (5) 越南调味品市场发展分析 93
- 4.1.2 国外调味品市场发展趋势 94
 - (1) 单一调味品产销量呈下降趋势 94
 - (2) 复合调味料、天然调味料和各种花色调味品呈上升趋势 94
 - (3) 东方调味品与西餐调味品融合的速度加快 94
- 4.1.3 跨国调味品企业在华布局 95
 - (1) 日本龟甲万株式会社 (Kikkoman) 在华投资布局分析 95
 - (2) 英国联合利华公司 (Unilever) 在华投资布局分析 96
 - (3) 日本味之素株式会社 (Kotobuki Pharmaceutical) 在华投资布局分析 97
 - (4) 瑞士雀巢公司 (Nestle) 在华投资布局分析 99
 - (5) 日本味滋康集团 (mizkan) 在华投资布局分析 99
 - (6) 美国亨氏 (Heinz) 食品集团在华投资布局分析 101
- 4.2 国内调味品行业竞争状况 102
 - 4.2.1 国内调味品行业竞争格局 102
 - (1) 外资利用技术、资本和管理优势占领高端 102
 - (2) 本土民企强势崛起应对外资扩张 103
 - (3) 中小企业立足区域突围全国 104
 - 4.2.2 国内调味品行业集中度分析 104
 - (1) 行业销售集中度分析 104
 - (2) 行业资产集中度分析 105
 - (3) 行业利润集中度分析 106
 - 4.2.3 调味品行业五力分析 107
 - (1) 调味品行业对上游议价能力分析 107
 - (2) 调味品行业对下游议价能力分析 107
 - (3) 调味品行业现有企业竞争分析 108
 - (4) 调味品行业潜在进入者威胁分析 108
 - (5) 调味品行业替代品威胁分析 108
 - (6) 调味品行业五力分析总结 109
- 4.3 行业投资兼并与重组整合分析 109
 - 4.3.1 国际调味品企业在华投资兼并与重组整合 109

- (1) 国际调味品企业在华投资兼并重组现状 109
- (2) 国际调味品企业在华投资兼并重组趋势 112

4.3.2 国内调味品企业投资兼并与重组整合 112

- (1) 国内调味品企业投资兼并重组现状 112
- (2) 国内调味品企业业投资兼并重组趋势 113

4.4 国内调味品行业进出口分析 113

4.4.1 调味品行业进出口状况综述 113

4.4.2 调味品行业出口市场分析 113

- (1) 行业出口整体情况 113

2015年10月中国调味品、发酵制品制造出口交货值1,441,820.00千元，同比增长4.62%；2015年1-10月中国调味品、发酵制品制造出口交货值12,586,461.00千元，同比增长9.6%。2015

本月(千元)	出口交货值同比增长_本月(%)		出口交货值(千元)		出口交货值_	
	1-2月	-	1-3月	1-4月	1-5月	1-6月
1,468,750.00	7.91	-	1,937,409.00	15.21	1,327,954.00	10.36
13.81	4,888,441.00	16.41	1,199,567.00	8.57	7,183,672.00	11.39
6,089,915.00	14.81	-	1,090,698.00	-5.85	8,332,269.00	11.27
7.79	1,037,481.00	7.48	8,332,269.00	10.36	1,496,456.00	10.51
1-8月	1,315,214.00	1.49	9,647,487.00	11.39	1,441,820.00	4.62
1,496,456.00	10.51	11,143,982.00	11.27	1-10月	1,441,820.00	4.62
4.62	12,586,461.00	9.6				

- (2) 行业出口产品结构 114

4.4.3 调味品行业进口市场分析 115

- (1) 行业进口整体情况 115
- (2) 行业进口产品结构 116

4.4.4 调味品行业进出口前景及建议 118

- (1) 调味品行业出口前景及建议 118
- (2) 调味品行业进口前景及建议 118

第5章：调味品重点子行业市场状况分析 120

5.1 味精市场发展状况分析 120

5.1.1 味精行业运行指标分析 120

- (1) 味精行业产值规模分析 120

- (2) 味精行业销售规模分析 120
- (3) 味精行业供需平衡分析 121
- (4) 味精行业财务状况分析 122
- 5.1.2 味精行业产品结构分析 124
- 5.1.3 味精行业竞争格局分析 124
- 5.1.4 主要味精品牌成功经验 125
- 5.1.5 味精行业发展威胁分析 126
- 5.1.6 味精行业产能变化分析 126
- 5.1.7 味精行业市场规模预测 126
- 5.2 酱油、食醋市场发展分析 127
- 5.2.1 酱油、食醋行业运行指标分析 127
 - (1) 酱油、食醋行业产值规模分析 127
 - (2) 酱油、食醋行业销售规模分析 128
 - (3) 酱油、食醋行业供需平衡分析 129
 - (4) 酱油、食醋行业财务状况分析 129
- 5.2.2 酱油、食醋行业产品结构分析 132
- 5.2.3 酱油、食醋行业竞争格局分析 132
- 5.2.4 主要酱油、食醋品牌成功经验 134
- 5.2.5 酱油、食醋行业发展威胁分析 135
- 5.2.6 酱油、食醋行业产量变化分析 135
- 5.2.7 酱油、食醋行业市场规模预测 135
- 5.3 香辛料市场发展分析 136
- 5.3.1 香辛料行业运行指标分析 136
- 5.3.2 香辛料行业产品结构分析 136
- 5.3.3 香辛料行业竞争格局分析 136
- 5.3.4 主要香辛料品牌成功经验 137
- 5.3.5 香辛料行业发展威胁分析 137
- 5.3.6 香辛料行业产能变化分析 137
- 5.3.7 香辛料行业市场规模预测 138
- 5.4 酱类市场发展状况分析 138
- 5.4.1 酱类行业运行指标分析 138
- 5.4.2 酱类行业产品结构分析 138

- 5.4.3 酱类行业竞争格局分析 139
- 5.4.4 主要酱类品牌成功经验 140
- 5.4.5 酱类行业发展威胁分析 140
- 5.4.6 酱类行业产量变化分析 141
- 5.4.7 酱类行业市场容量预测 141
- 5.5 复合调味料市场分析 141
 - 5.5.1 复合调味料行业运行指标分析 141
 - 5.5.2 复合调味料行业产品结构分析 142
 - 5.5.3 复合调味料行业竞争格局分析 142
 - 5.5.4 主要复合调味料品牌成功经验 143
 - 5.5.5 复合调味料行业发展威胁分析 143
 - 5.5.6 复合调味料行业产量变化分析 143
 - 5.5.7 复合调味料行业市场规模预测 144

第6章：调味品行业区域市场产销需求分析 145

- 6.1 行业总体区域结构特征分析 145
 - 6.1.1 行业区域结构总体特征 145
 - 6.1.2 行业区域集中度分析 148
- 6.2 行业重点区域产销情况分析 150
 - 6.2.1 华北地区调味品行业产销情况分析 150
 - (1) 北京市调味品行业产销情况分析 150
 - (2) 天津市调味品行业产销情况分析 152
 - (3) 河北省调味品行业产销情况分析 154
 - (4) 山西省调味品行业产销情况分析 156
 - (5) 内蒙古调味品行业产销情况分析 158
 - 6.2.2 东北地区调味品行业产销情况分析 160
 - (1) 吉林省调味品行业产销情况分析 160
 - (2) 辽宁省调味品行业产销情况分析 162
 - (3) 黑龙江省调味品行业产销情况分析 164
 - 6.2.3 华东地区调味品行业产销情况分析 166
 - (1) 上海市调味品行业产销情况分析 167
 - (2) 江苏省调味品行业产销情况分析 169

- (3) 浙江省调味品行业产销情况分析 171
- (4) 山东省调味品行业产销情况分析 173
- (5) 福建省调味品行业产销情况分析 175
- (6) 江西省调味品行业产销情况分析 177
- (7) 安徽省调味品行业产销情况分析 179
- 6.2.4 华中地区调味品行业产销情况分析 181
 - (1) 湖南省调味品行业产销情况分析 181
 - (2) 湖北省调味品行业产销情况分析 183
 - (3) 河南省调味品行业产销情况分析 185
- 6.2.5 华南地区调味品行业产销情况分析 187
 - (1) 广东省调味品行业产销情况分析 187
 - (2) 广西调味品行业产销情况分析 189
- 6.2.6 西南地区调味品行业产销情况分析 191
 - (1) 四川省调味品行业产销情况分析 192
 - (2) 重庆市调味品行业产销情况分析 194
 - (3) 贵州省调味品行业产销情况分析 196
 - (4) 云南省调味品行业产销情况分析 198
- 6.2.7 西北地区调味品行业产销情况分析 200
 - (1) 陕西省调味品行业产销情况分析 200
 - (2) 甘肃省调味品行业产销情况分析 202
 - (3) 青海省调味品行业产销情况分析 204
 - (4) 宁夏调味品行业产销情况分析 206
 - (5) 新疆调味品行业产销情况分析 208

第7章：调味品行业品牌企业生产经营分析 211

- 7.1 调味品企业发展总体状况分析 211
 - 7.1.1 调味品行业企业资产状况 211
 - 7.1.2 调味品行业企业销售收入和利润 211
 - 7.1.3 调味品行业企业工业产值状况 213
- 7.2 主要酱油品牌企业生产经营分析 214
 - 7.2.1 佛山市海天调味食品股份有限公司经营情况分析 214
 - (1) 企业发展简况分析 214

- (2) 企业产销能力分析 214
- (3) 企业盈利能力分析 215
- (4) 企业运营能力分析 215
- (5) 企业偿债能力分析 216
- (6) 企业发展能力分析 216
- (7) 企业产品结构及新产品动向 217
- (8) 企业销售渠道与网络 217
- (9) 企业经营优劣势分析 217
- 7.2.2 李锦记集团有限公司经营情况分析 218
 - (1) 企业基本信息分析 218
 - (2) 企业分支机构分析 219
 - 1) 李锦记(广州)食品有限公司 219
 - 1、企业产销能力分析 219
 - 2、企业盈利能力分析 219
 - 3、企业运营能力分析 220
 - 4、企业偿债能力分析 220
 - 5、企业发展能力分析 221
 - 2) 李锦记(新会)食品有限公司 222
 - 1、企业产销能力分析 222
 - 2、企业盈利能力分析 222
 - 3、企业运营能力分析 223
 - 4、企业偿债能力分析 223
 - 5、企业发展能力分析 224
 - (3) 企业产品结构及新产品动向 224
 - (4) 企业营销渠道与网络 225
 - (5) 企业经营优劣势分析 225
 - (6) 企业最新发展动向分析 225
- 7.2.3 加加食品集团股份有限公司经营情况分析 225
 - (1) 企业发展简况分析 226
 - (2) 企业产销能力分析 227
 - (3) 企业盈利能力分析 227
 - (4) 企业运营能力分析 229

- (5) 企业偿债能力分析 229
- (6) 企业发展能力分析 230
- (7) 企业产品结构及新产品动向 230
- (8) 企业销售渠道与网络 231
- (9) 企业经营优劣势分析 232
- (10) 企业最新发展动向分析 232
- 7.3 主要食醋品牌企业生产经营分析 254
- 7.3.1 江苏恒顺醋业股份有限公司经营情况分析 254
 - (1) 企业发展简况分析 254
 - (2) 主要经济指标分析 255
 - (3) 企业盈利能力分析 256
 - (4) 企业运营能力分析 257
 - (5) 企业偿债能力分析 257
 - (6) 企业发展能力分析 258
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 258
 - (8) 企业销售渠道与网络 259
 - (9) 企业经营优劣势分析 259
- 7.3.2 山西老陈醋集团有限公司经营情况分析 260
 - (1) 企业发展简况分析 260
 - (2) 企业产销能力分析 260
 - (3) 企业盈利能力分析 261
 - (4) 企业运营能力分析 261
 - (5) 企业偿债能力分析 262
 - (6) 企业发展能力分析 262
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 263
 - (8) 企业销售渠道与网络 263
 - (9) 企业经营优劣势分析 263
- 7.3.3 山西水塔老陈醋股份有限公司经营情况分析 264
 - (1) 企业发展简况分析 264
 - (2) 企业产销能力分析 264
 - (3) 企业盈利能力分析 265
 - (4) 企业运营能力分析 265

- (5) 企业偿债能力分析 266
- (6) 企业发展能力分析 266
- (7) 企业产品结构及新产品动向 267
- (8) 企业销售渠道与网络 267
- (9) 企业经营优劣势分析 267

7.3.4 四川保宁醋有限公司经营情况分析 268

- (1) 企业发展简况分析 268
- (2) 企业产销能力分析 268
- (3) 企业盈利能力分析 269
- (4) 企业运营能力分析 270
- (5) 企业偿债能力分析 270
- (6) 企业发展能力分析 271
- (7) 企业产品结构及新产品动向 271
- (8) 企业销售渠道与网络 271
- (9) 企业经营优劣势分析 271

7.3.5 天津市天立独流老醋股份有限公司经营情况分析 272

- (1) 企业发展简况分析 272
- (2) 企业产销能力分析 272
- (3) 企业盈利能力分析 273
- (4) 企业运营能力分析 273
- (5) 企业偿债能力分析 274
- (6) 企业发展能力分析 274
- (7) 企业产品结构及新产品动向 275
- (8) 企业销售渠道与网络 275
- (9) 企业经营优劣势分析 275

7.4 主要食盐品牌企业生产经营分析 276

7.4.1 中国盐业总公司经营情况分析 276

- (1) 企业发展简况分析 276
- (2) 企业产销规模分析 276
- (3) 企业营收情况分析 276
- (4) 企业产品结构及新产品动向 276
- (5) 企业销售渠道与网络 277

- (6) 企业经营优劣势分析 277
- 7.4.2 江苏省盐业集团有限责任公司经营情况分析 277
 - (1) 企业发展简况分析 277
 - (2) 企业营收情况分析 278
 - (3) 企业产品结构及新产品动向 278
 - (4) 企业销售渠道与网络 278
 - (5) 企业经营优劣势分析 278
- 7.4.3 四川久大制盐有限责任公司经营情况分析 278
 - (1) 企业发展简况分析 279
 - (2) 企业产销能力分析 279
 - (3) 企业盈利能力分析 280
 - (4) 企业运营能力分析 280
 - (5) 企业偿债能力分析 281
 - (6) 企业发展能力分析 281
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 282
 - (8) 企业销售渠道与网络 282
 - (9) 企业经营优劣势分析 282
- 7.4.4 湖南省轻工盐业集团有限责任公司经营情况分析 283
 - (1) 企业发展简况分析 283
 - (2) 企业营收情况分析 283
 - (3) 企业产品结构及新产品动向 283
 - (4) 企业销售渠道与网络 283
 - (5) 企业经营优劣势分析 284
- 7.4.5 广东省盐业集团有限公司经营情况分析 284
 - (1) 企业发展简况分析 284
 - (2) 企业营收情况分析 285
 - (3) 企业产品结构及新产品动向 285
 - (4) 企业销售渠道与网络 285
 - (5) 企业经营优劣势分析 285
- 7.5 主要味精品牌企业生产经营分析 300
 - 7.5.1 河南莲花味精股份有限公司经营情况分析 300
 - (1) 企业发展简况分析 300

- (2) 主要经济指标分析 301
 - (3) 企业盈利能力分析 301
 - (4) 企业运营能力分析 302
 - (5) 企业偿债能力分析 302
 - (6) 企业发展能力分析 303
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 303
 - (8) 企业销售渠道与网络 304
 - (9) 企业经营优劣势分析 304
 - (10) 企业最新发展动向分析 305
- 7.5.2 梅花生物科技集团股份有限公司经营情况分析 305
- (1) 企业发展简况分析 305
 - (2) 主要经济指标分析 306
 - (3) 企业盈利能力分析 307
 - (4) 企业运营能力分析 308
 - (5) 企业偿债能力分析 309
 - (6) 企业发展能力分析 309
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 310
 - (8) 企业销售渠道与网络 310
 - (9) 企业经营优劣势分析 311
- 7.5.3 阜丰集团有限公司经营情况分析 312
- (1) 企业发展简况分析 312
 - (2) 主要经济指标分析 313
 - (3) 企业盈利能力分析 313
 - (4) 企业运营能力分析 314
 - (5) 企业偿债能力分析 314
 - (6) 企业发展能力分析 315
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 315
 - (8) 企业销售渠道与网络 316
 - (9) 企业经营优劣势分析 316
- 7.5.4 沈阳红梅味精股份有限公司经营情况分析 316
- (1) 企业发展简况分析 317
 - (2) 企业产销能力分析 317

- (3) 企业盈利能力分析 318
 - (4) 企业运营能力分析 318
 - (5) 企业偿债能力分析 319
 - (6) 企业发展能力分析 319
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 320
 - (8) 企业销售渠道与网络 320
 - (9) 企业经营优劣势分析 320
- 7.5.5 上海太太乐调味食品有限公司经营情况分析 343

- (1) 企业发展简况分析 343
 - (2) 企业产销能力分析 343
 - (3) 企业盈利能力分析 344
 - (4) 企业运营能力分析 344
 - (5) 企业偿债能力分析 345
 - (6) 企业发展能力分析 345
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 346
 - (8) 企业销售渠道与网络 346
 - (9) 企业经营优劣势分析 346
- 7.5.6 联合利华食品(中国)有限公司经营情况分析 347

- (1) 企业发展简况分析 347
 - (2) 企业产销能力分析 347
 - (3) 企业盈利能力分析 348
 - (4) 企业运营能力分析 348
 - (5) 企业偿债能力分析 349
 - (6) 企业发展能力分析 349
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 350
 - (8) 企业销售渠道与网络 350
 - (9) 企业经营优劣势分析 350
- 7.5.7 四川豪吉食品有限公司经营情况分析 350

- (1) 企业发展简况分析 350
- (2) 企业产销能力分析 351
- (3) 企业盈利能力分析 351
- (4) 企业运营能力分析 352

- (5) 企业偿债能力分析 352
- (6) 企业发展能力分析 353
- (7) 企业产品结构及新产品动向 353
- (8) 企业销售渠道与网络 354
- (9) 企业经营优劣势分析 354
- 7.6 其他调味品品牌企业生产经营分析 378
- 7.6.1 北京二商王致和食品有限公司经营情况分析 378
 - (1) 企业发展简况分析 378
 - (2) 企业产销能力分析 379
 - (3) 企业盈利能力分析 379
 - (4) 企业运营能力分析 380
 - (5) 企业偿债能力分析 380
 - (6) 企业发展能力分析 381
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 381
 - (8) 企业销售渠道与网络 382
 - (9) 企业经营优劣势分析 382
- 7.6.2 太古(广州)糖业有限公司经营情况分析 382
 - (1) 企业发展简况分析 382
 - (2) 企业产销能力分析 383
 - (3) 企业盈利能力分析 383
 - (4) 企业运营能力分析 384
 - (5) 企业偿债能力分析 384
 - (6) 企业发展能力分析 385
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 385
 - (8) 企业销售渠道与网络 385
 - (9) 企业经营优劣势分析 385
- 7.6.3 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司经营情况分析 386
 - (1) 企业发展简况分析 386
 - (2) 企业产销能力分析 386
 - (3) 企业盈利能力分析 387
 - (4) 企业运营能力分析 387
 - (5) 企业偿债能力分析 388

- (6) 企业发展能力分析 388
- (7) 企业产品结构及新产品动向 389
- (8) 企业销售渠道与网络 389
- (9) 企业经营优劣势分析 389
- 7.6.4 内蒙古小肥羊调味品有限公司经营情况分析 390
 - (1) 企业发展简况分析 390
 - (2) 企业产销能力分析 390
 - (3) 企业盈利能力分析 391
 - (4) 企业运营能力分析 391
 - (5) 企业偿债能力分析 392
 - (6) 企业发展能力分析 392
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 393
 - (8) 企业销售渠道与网络 393
 - (9) 企业经营优劣势分析 393

第8章：调味品行业发展前景与投资建议 410

- 8.1 调味品行业投资风险分析 410
 - 8.1.1 宏观经济波动风险分析 410
 - 8.1.2 质量安全控制风险分析 410
 - 8.1.3 调味品行业技术风险分析 411
 - 8.1.4 调味品行业供求风险分析 411
 - 8.1.5 行业原材料价格波动风险 411
 - 8.1.6 产品结构及市场竞争风险 412
- 8.2 调味品行业投资机会分析 412
 - 8.2.1 大型调味品企业发展商机分析 412
 - 8.2.2 中型调味品企业发展商机分析 413
 - 8.2.3 小型调味品企业发展商机分析 414
- 8.3 调味品行业发展趋势分析 415
 - 8.3.1 调味品产品细分化发展趋势 415
 - 8.3.2 调味品行业运作精细化趋势 415
 - 8.3.3 调味品行业企业整合化趋势 415
 - 8.3.4 调味品行业技术发展趋势 416

8.4 调味品行业发展路径分析	416
8.4.1 调味品品牌专营化发展路径	416
8.4.2 调味品渠道多样化运营路径	416
8.4.3 区域调味品品牌全国化路径	417
8.5 调味品行业市场拓展策略	417
8.5.1 酱油行业市场拓展策略	417
(1) 价格优势策略	417
(2) 规模扩张策略	417
(3) 低成本品牌扩展策略	418
(4) 中端市场突破策略	418
8.5.2 食醋行业市场拓展策略	418
(1) 精准定位策略	418
(2) 区域资源优势策略	418
(3) 消费大众口碑策略	418
8.5.3 复合调味料市场经营策略	419
(1) 区域差异化策略	419
(2) 营销方式多元化策略	419
8.5.4 调味酱市场营销策略	419
(1) 产品差异化营销策略	419
(2) 提高竞争层次营销策略	420
8.6 调味品行业产品开发建议	420
8.6.1 营养强化系列产品开发建议	420
8.6.2 营养调整系列产品开发建议	420
8.6.3 特殊人群系列产品开发建议	420
8.6.4 温馨家庭系列产品开发建议	421
8.6.5 健康素食系列产品开发建议	421

图表目录：

图表1：调味品、发酵制品制造行业分类示意图	17
图表2：味精产品成分对比	18
图表3：酱油、食醋及类似制品原材料比对	18
图表4：其他调味品、发酵制品及其细分产品	18

- 图表5：2008-2015年调味品行业工业总产值及在GDP比重（单位：亿元，%） 19
- 图表6：2015年调味品需求终端构成占比情况（单位：%） 25
- 图表7：2005-2015年我国餐饮业收入及增速情况（单位：亿元，%） 26
- 图表8：2005-2015年调味品收入占餐饮业收入比重（单位：%） 26
- 图表9：2005-2015年我国方便食品制造业主营业务收入及增速情况（单位：亿元，%） 27
- 图表10：2005-2015年我国城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入（单位：元） 28
- 图表11：2001-2015年我国城镇居民人均调味品消费支出情况（单位：元，%） 28
- 图表12：味精产品成分对比 29
- 图表13：调味品行业与GDP相关性 31
- 图表14：调味品行业与餐饮行业相关性 31
- 图表15：城镇居民人均调味品支出与人均可支配收入相关性 32
- 图表16：2003-2015年主要农产品价格与调味品行业毛利率走势比较（单位：上年=100，%）
- 33
- 图表17：2013-2015年调味品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 36
- 图表18：2013-2015年中国调味品行业盈利能力分析（单位：%） 36
- 图表19：2013-2015年中国调味品行业运营能力分析（单位：次） 37
- 图表20：2013-2015年中国调味品行业偿债能力分析（单位：% ，倍） 37
- 图表21：2013-2015年中国调味品行业发展能力分析（单位：%） 38
- 图表22：2013-2015年调味品行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 39
- 图表23：2013-2015年中国大型调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 40
- 图表24：2013-2015年中国中型调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 41
- 图表25：2013-2015年中国小型调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 43
- 图表26：2012-2015年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%） 44
- 图表27：2012-2015年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 44
- 图表28：2012-2015年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 45
- 图表29：2012-2015年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 45
- 图表30：2013-2015年国有调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 46
- 图表31：2013-2015年集体调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 47
- 图表32：2013-2015年股份合作调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 48
- 图表33：2013-2015年股份制调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 49
- 图表34：2013-2015年私营调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 50
- 图表35：2013-2015年外商和港澳台投资调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家

, %) 51

图表36：2013-2015年其他性质调味品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 53

图表37：2012-2015年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%） 54

图表38：2012-2015年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 54

图表39：2012-2015年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 55

图表40：2012-2015年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 55

图表41：2013-2015年居前的10个省份销售收入统计表（单位：万元，%） 56

图表42：2013-2015年居前的10个省份销售收入比重图（单位：%） 57

图表43：2013-2015年居前的10个省份资产总额统计表（单位：万元，%） 58

图表44：2013-2015年居前的10个省份资产总额比重图（单位：%） 59

图表45：2013-2015年居前的10个省份累计负债统计表（单位：万元，%） 59

图表46：2013-2015年居前的10个省份累计负债比重图（单位：%） 60

图表47：2013-2015年居前的10个省份销售利润统计表（单位：万元，%） 61

图表48：2013-2015年居前的10个省份销售利润比重图（单位：%） 62

图表49：2013-2015年居前的10个省份利润总额统计表（单位：万元，%） 62

图表50：2013-2015年居前的10个省利润总额比重图（单位：%） 63

图表51：2013-2015年居前的10个省份产成品统计表（单位：万元，%） 64

图表52：2013-2015年居前的10个省份产成品比重图（单位：%） 65

图表53：2013-2015年居前的10个省份单位数及亏损单位数统计表（单位：个） 65

图表54：2013-2015年居前的10个省份累计企业单位数比重图（单位：%） 66

图表55：2013-2015年行业的10个亏损省份亏损单位亏损总额统计表（单位：万元，%） 67

图表56：2013-2015年行业的10个亏损省份亏损总额比重图（单位：%） 68

图表57：2008-2015年调味品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 68

图表58：2008-2015年调味品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 69

图表59：2013-2015年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 70

图表60：2015年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 70

图表61：2013-2015年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 71

图表62：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 71

图表63：2008-2015年调味品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 72

图表64：2008-2015年调味品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 72

图表65：2013-2015年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 73

图表66：2015年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 74

图表67：2013-2015年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 74

图表68：2015年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 75

图表69：2004-2015年全国调味品行业产销率变化趋势图（单位：%） 75

图表70：调味品行业产业链 77

图表71：2001-2015年我国大豆产销情况（单位：百万吨） 77

图表72：2002-2015年农产品生产价格指数:大豆的基本情况（单位：上年=100） 78

图表73：2001-2015年我国小麦产销情况（单位：百万吨） 79

图表74：2002-2015年农产品生产价格指数:小麦的基本情况（单位：上年=100） 79

图表75：2001-2015年我国高粱产量及增速情况（单位：百万吨，%） 80

图表76：2008-2015年高粱价格走势（单位：美元/吨） 81

图表77：2001-2015年我国小麦产销情况（单位：百万吨） 81

图表78：2010-2013年我国50个城市大米平均价格（单位：元/kg） 82

图表79：2001-2015年我国玉米产销情况（单位：百万吨） 82

图表80：2002-2015年农产品生产价格指数:玉米的基本情况（单位：上年=100） 83

图表81：2013-2015年中国肉制品加工业主要经济指标分析（单位：家，人，万元，%） 84

图表82：城镇居民在外就餐支出的收入弹性 85

图表83：2016-2022年我国餐饮行业调味品需求规模预测（单位：亿元） 86

图表84：2016-2022年我国食品加工行业调味品需求容量预测（单位：亿元） 86

图表85：城镇居民调味品消费支出的收入弹性 87

图表86：2016-2022年我国家庭消费调味品需求容量预测（单位：亿元） 88

图表87：2016-2022年我国调味品需求容量预测（单位：亿元） 88

图表88：调味品销售渠道示意图 89

图表89：佛山市海天调味食品股份有限公司营销渠道利益链条 90

图表90：龟甲万株式会社历史沿革 95

图表91：味之素株式会社沿革表 97

图表92：外资调味品企业在华流派 102

图表93：本土调味品企业崛起途径 103

图表94：2015年中国调味品行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%） 105

图表95：2015年中国调味品行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%） 105

图表96：2015年中国调味品行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%） 106

图表97：调味品行业对上游议价能力分析 107

图表98：调味品行业对下游议价能力分析 107

图表99：调味品行业现有企业竞争分析 108
图表100：调味品行业潜在进入者威胁分析 108
图表101：调味品行业替代品威胁分析 109
图表102：调味品行业五力分析结论 109
图表103：1994以来外企在中国调味品市场的扩张事件（单位：亿元，%） 110
图表104：2013-2015年中国调味品行业进出口状况表（单位：万美元，%） 113
图表105：2009-2015年调味品行业产品出口总额情况（单位：万美元） 113
图表106：2015年中国调味品行业出口产品（单位：吨，万美元） 114
图表107：2015年调味品行业出口产品结构（单位：%） 115
图表108：2009-2015年调味品行业产品进口总额情况（单位：万美元） 116
图表109：2015年中国调味品行业进口产品（单位：千克，万美元） 116
图表110：2015年调味品行业进口产品结构对比图（单位：%） 117
图表111：2008-2015年味精行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%） 120
图表112：2008-2015年味精行业销售产值趋势图（单位：亿元，%） 120
图表113：2004-2015年味精行业产销率趋势图（单位：%） 121
图表114：2013-2015年味精行业经营效益情况（单位：万元，%） 122
图表115：2013-2015年味精行业盈利能力分析（单位：%） 122
图表116：2013-2015年味精行业运营能力分析（单位：次） 123
图表117：2013-2015年味精行业偿债能力分析（单位：% ，倍） 123
图表118：2013-2015年味精行业发展能力分析（单位：%） 124
图表119：2015年味精行业十大品牌 125

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277998.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。