

# 2023-2029年中国调味品行业前景研究与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国调味品行业前景研究与市场调查预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0703/202307/26-537333.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国调味品行业前景研究与市场调查预测报告》共十五章。首先介绍了调味品行业市场发展环境、调味品整体运行态势等，接着分析了调味品行业市场运行的现状，然后介绍了调味品市场竞争格局。随后，报告对调味品做了重点企业经营状况分析，最后分析了调味品行业发展趋势与投资预测。您若想对调味品产业有个系统的了解或者想投资调味品行业，本报告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：

### 第一章调味品行业相关概述

#### 1.1 调味品的概念

##### 1.1.1 调味品的定义

##### 1.1.2 调味的基本原理

##### 1.1.3 调味品化学成分

#### 1.2 调味品的分类

##### 1.2.1 按调味品呈味感觉分类

##### 1.2.2 按调味品成品形状分类

##### 1.2.3 按调味品商品性质分类

##### 1.2.4 按调味品历史沿革分类

##### 1、第一代调味品

##### 2、第二代调味品

##### 3、第三代调味品

#### 1.3 调味品相关介绍

##### 1.3.1 调味品的感官鉴别

##### 1.3.2 调味品的作用分析

##### 1.3.3 复合调味品的特性

### 第二章国际调味品市场调研

#### 2.1 欧美调味品市场调研

- 2.1.1 西欧调味品市场概述
- 2.1.2 欧盟调味品行业出台新规
- 2.1.3 加拿大进口调味品的比较分析
- 2.1.4 欧美食醋发展概况
- 2.1.5 法国鹅肝酱产业发展迅速
- 2.2 日本调味品市场调研
- 2.3 韩国调味品市场调研
- 2.4 中国台湾调味品市场调研
- 2.5 其他国家调味品市场调研
  - 2.5.1 泰国调味品市场综述
  - 2.5.2 越南胡椒市场平稳增长
  - 2.5.3 印度辣椒生产简况

### 第三章2018-2022年中国调味品行业发展环境分析

- 3.1 中国宏观经济发展环境分析
  - 3.1.1 经济发展现状分析
  - 3.1.2 当前经济主要问题
  - 3.1.3 未来经济运行与政策展望
- 3.2 调味品行业政策环境分析
  - 3.2.1 行业监管部门
  - 3.2.2 行业监管体制
    - 1、市场准入制度
    - 2、质量管理制度
  - 3.2.3 运行抽查制度
  - 3.2.4 行业标准汇总
  - 3.2.5 行业相关政策
- 3.3 调味品行业贸易环境分析
  - 3.3.1 行业贸易环境发展现状
    - 1、行业贸易环境发展现状
    - 2、我国食品出口行业应对贸易壁垒的对策
  - 3.3.2 行业海外市场进口政策
    - 1、香港

- 2、 欧盟
- 3、 澳大利亚
- 4、 加拿大
- 5、 美国

### 3.3.3 行业贸易发展趋势分析

- 1、 积极利用相关规则，主动参加区域合作和国际协调
- 2、 关注和研究国际调味品安全标准的动态
- 3、 优化调味品产业结构和出口结构
- 4、 采取切实有效的措施保护国内调味品市场和消费者健康

### 3.4 调味品行业技术环境分析

#### 3.4.1 行业技术水平分析

#### 3.4.2 行业技术特点分析

#### 3.4.3 行业技术动态分析

## 第四章中国调味品行业市场发展现状分析

### 4.1 中国调味品行业发展概况

#### 4.1.1 我国调味品行业发展回顾

#### 4.1.2 中国调味品行业发展现状

#### 4.1.3 国内调味品行业重点企业分析

#### 4.1.4 中国调味品行业发展契机

#### 4.1.5 《调味品经销商经营管理规范》

#### 4.1.6 调味品生产模式的改造分析

### 4.2 中国调味品市场概况分析

#### 4.2.1 我国调味品市场发展特点

#### 4.2.2 国内调味品市场进入调整阶段

#### 4.2.3 西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展

#### 4.2.4 消费升级带动调味品市场细分趋势

### 4.3 中国调味品行业竞争格局分析

#### 4.3.1 我国调味品市场竞争加剧

#### 4.3.2 调味品行业出现专业化兼并重组现象

#### 4.3.3 外资挺进中国调味品市场

#### 4.3.4 调味品区域品牌竞争策略

#### 4.3.5 中小调味品企业竞争策略

##### 1、市场细分战略

##### 2、目标市场选择与市场定位

##### 3、市场营销组合战略

#### 4.4 中国调味品包装产业发展局势分析

##### 4.4.1 调味品包装发展概况

##### 4.4.2 包装成为调味品行业发展动力

##### 4.4.3 调味品包装运用中存在的问题

##### 4.4.4 塑料软管包装成调味品包装新趋势

#### 4.5 中国调味品业存在的问题及对策分析

##### 4.5.1 我国调味品业当前存在的问题

##### 1、企业普遍存在食品安全意识淡薄

##### 2、违规使用各种食品添加剂

##### 3、企业食品安全体系缺失严重

##### 4.5.2 我国调味品行业发展的误区

##### 1、产品开发的误区

##### 2、投资创业的误区

##### 4.5.3 促进调味品业发展的对策措施

##### 1、全面提高企业员工对食品安全的认识

##### 2、建立和完善食品安全管理体系，确保食品安全

##### 3、加强企业生产过程的食品安全监控和管理

##### 4.5.4 调味品行业结构调整期应对策略

##### 4.5.5 国内中小调味品企业须加强品牌建设

##### 1、做好产品、加强技术研发

##### 2、用好包装

##### 3、打造明星产品

##### 4、好名字说出好产品

##### 5、好的广告语助你与目标消费者零距离接触

##### 6、比附法则做消费者心目中的第二

##### 7、体验式沟通，与消费者的亲密接触

##### 8、打造一流的团队战斗力

## 第五章 2018-2022年我国酱油行业发展分析

### 5.1 2018-2022年我国酱油行业发展分析

#### 5.1.1 酱油的概念

#### 5.1.2 酱油的分类

#### 5.1.3 酱油的生产工艺及流程

### 5.2 2018-2022年我国酱油行业发展分析

#### 5.2.1 我国酱油行业的发展环境

#### 5.2.2 中国酱油行业发展概况

#### 5.2.3 中、日酱油行业发展比较

#### 5.2.4 酱油生产企业投资策略

#### 5.2.5 国内新兴酱油产品

### 5.3 2018-2022年我国酱油市场调研

#### 5.3.1 小酱油可造就大市场

#### 5.3.2 我国酱油市场竞争格局

#### 5.3.3 外资并购冲击中国酱油市场

#### 5.3.4 国内酱油市场“海天”独大

### 5.4 2018-2022年我国国内部分酱油消费市场调研

#### 5.4.1 河南酱油市场

#### 5.4.2 湖北酱油市场

#### 5.4.3 广东酱油市场

#### 5.4.4 山西酱油市场

### 5.5 2018-2022年我国铁强化酱油行业发展分析

#### 5.5.1 卫生部启动铁酱油计划

#### 5.5.2 “铁酱油”推广多年增速缓慢

#### 5.5.3 铁强化酱油发展又逢新契机

#### 5.5.4 铁酱油符合调味品行业发展趋势

## 第六章 2018-2022年我国食醋行业市场营运分析

### 6.1 2018-2022年我国食醋概述

#### 6.1.1 食醋的概念

#### 6.1.2 食醋的分类

#### 6.1.3 食醋的生产工艺

#### 6.1.4 世界名醋特色简介

### 6.2 2018-2022年我国食醋行业发展分析

#### 6.2.1 我国食醋行业概况

#### 6.2.2 国内食用醋酸发展简述

#### 6.2.3 我国醋行业发展中存在的问题

#### 6.2.4 促进食醋业发展的措施建议

#### 6.2.5 中小食醋企业的生存与发展

### 6.3 2018-2022年我国食醋市场发展分析

#### 6.3.1 我国主要食醋品牌市场运作情况

##### 1、恒顺

##### 2、东湖

##### 3、水塔

##### 4、海天

##### 5、天立

#### 6.3.2 中国名醋企业联手打造醋市场

#### 6.3.3 香港名醋进军内地食醋市场

### 6.4 2018-2022年我国山西老陈醋市场调研

#### 6.4.1 山西老陈醋的生产工艺和产品特色

#### 6.4.2 山西老陈醋与镇江香醋的比较分析

#### 6.4.3 山西老陈醋的发展困境

#### 6.4.4 山西醋业发展对策

#### 6.4.5 山西老陈醋的未来发展方向

##### 1、产品口味上创新

##### 2、产品形象变身

### 6.5 2018-2022年我国食醋行业技术与工艺介绍

#### 6.5.1 中国食醋酿造技术概况

#### 6.5.2 固态发酵法生产食醋技术

#### 6.5.3 食醋酿造技术的革新与发展

#### 6.5.4 我国食醋酿造技术发展趋势

## 第七章 2018-2022年我国味精市场调研

### 7.1 2018-2022年我国味精行业发展概况



- 7.1.1 我国味精行业发展回顾
- 7.1.2 我国味精行业总体发展分析
- 7.1.3 中国味精行业贯彻实施新国标
- 7.2 2018-2022年我国味精市场发展分析
  - 7.2.1 国内味精市场需求依然巨大
  - 7.2.2 欧盟向中国出口味精征收反倾销税
  - 7.2.3 国内味精市场价格分析
  - 7.2.4 我国味精进口状况浅析
  - 7.2.5 我国味精出口状况浅析

## 第八章 2018-2022年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

- 8.1 2018-2022年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况
  - 8.1.1 我国鸡精（鸡粉）行业总体状况
  - 8.1.2 我国鸡精行业基本特点
  - 8.1.3 中国鸡精行业标准之路
  - 8.1.4 我国鸡粉行业步入有序竞争期
- 8.2 2018-2022年我国鸡精市场调研
  - 8.2.1 我国鸡精市场发展综述
  - 8.2.2 国内鸡精市场的总体格局
  - 8.2.3 华南鸡精市场品牌竞争状况
  - 8.2.4 鸡精市场消费分析
  - 8.2.5 鸡精企业营销模式分析
- 8.3 2018-2022年我国鸡精行业SWOT分析
  - 8.3.1 优势（Strength）
  - 8.3.2 劣势（Weakness）
  - 8.3.3 机遇（Opportunity）
  - 8.3.4 威胁（Threats）
- 8.4 2018-2022年我国鸡精（鸡粉）行业生产技术及工艺
  - 8.4.1 鸡精（鸡粉）生产配方及检验标准
  - 8.4.2 鸡精的生产配料
  - 8.4.3 鸡精生产工艺
  - 8.4.4 肉香型鸡精生产新工艺

#### 8.4.5 鸡精生产技术发展趋势

### 第九章 2018-2022年我国其他调味品行业发展概况分析

#### 9.1 2018-2022年我国番茄酱行业发展概况

##### 9.1.1 我国番茄酱行业概况

##### 9.1.2 我国番茄酱出口价格情况

##### 9.1.3 我国番茄酱行业发展简况

##### 9.1.4 制约我国番茄酱出口的瓶颈因素

##### 9.1.5 我国番茄酱行业投资策略

#### 9.2 2018-2022年我国胡椒行业发展概况

##### 9.2.1 中国胡椒生产概况

##### 9.2.2 我国胡椒生产中遇到的主要问题

###### 1、种质资源现状与存在的主要问题

###### 2、栽培管理现状与存在的主要问题

###### 3、产品加工现状与存在的主要问题

##### 9.2.3 影响中国胡椒国际竞争力的因素

###### 1、植椒环境差，单位产量低

###### 2、适种面积有限，总产量小

###### 3、生产规模小，生产成本高

###### 4、胡椒购销无序，市场管理脱节

###### 5、椒农科技意识薄弱，科技推广落后

###### 6、胡椒产品加工质量不高，深加工不足

##### 9.2.4 提升中国胡椒产品国际竞争力的建议

#### 9.3 2018-2022年我国复合调味料行业发展概况

##### 9.3.1 复合调味品市场主要产品

##### 9.3.2 复合调味品市场占有率较低的原因

##### 9.3.3 复合调味品企业须增强精品意识

##### 9.3.4 复合调味品发展呈现的趋势

#### 9.4 2018-2022年我国香辛料行业发展概况

##### 9.4.1 调味品领域的几种主要香辛料

##### 9.4.2 我国香辛料加工行业概况

##### 9.4.3 香辛料调味品开发应注意的问题

#### 9.4.4 发展香辛料行业的对策

- 1、食品流通的改革加快香辛料的发展
- 2、技术进步促进香辛料的发展
- 3、优惠政策扶持香辛料的发展

#### 9.5 2018-2022年我国酱腌菜行业发展概况

##### 9.5.1 酱腌菜行业新标准实施

##### 9.5.2 酱腌菜行业分销渠道存在的问题

##### 9.5.3 酱腌菜的质量问题及对策

### 第十章中国调味品行业产业链深度分析

#### 10.1 上游

##### 10.1.1 上游行业市场概况

##### 10.1.2 上游原材料价格影响分析

##### 10.1.3 上游粮食原料市场调研

- 1、豆类发展分析
- 2、小麦发展分析
- 3、玉米发展分析
- 4、稻谷发展分析

##### 10.1.4 上游香料市场发展分析

- 1、八角茴香
- 2、胡椒
- 3、花椒
- 4、孜然

##### 10.1.5 上游鲜菜类原料市场发展分析

- 1、辣椒
- 2、姜
- 3、蒜
- 4、葱

#### 10.2 下游

##### 10.2.1 调味品下游市场调研

- 1、家庭调味品消费情况
- 2、家庭调味品品类增速

## 10.2.2 调味品餐饮行业消费

- 1、餐饮业发展情况分析
- 2、调味品占餐饮业比重
- 3、餐饮业调味品消费特征

## 10.2.3 调味品食品加工行业消费

- 1、食品加工业发展情况
- 2、食品加工业对调味品需求特征

## 第十一章中国调味品行业重点企业竞争力分析

### 11.1 佛山市海天调味食品股份有限公司

- 11.1.1 企业发展基本情况
- 11.1.2 企业主要产品
- 11.1.3 企业竞争优势
- 11.1.4 企业经营状况分析
- 11.1.5 企业发展规划

### 11.2 珠江桥生物科技股份有限公司

- 11.2.1 企业发展基本情况
- 11.2.2 企业主要产品
- 11.2.3 企业竞争优势
- 11.2.4 企业经营状况分析
- 11.2.5 企业发展规划

### 11.3 加加食品集团股份有限公司

- 11.3.1 企业发展基本情况
- 11.3.2 企业主要产品
- 11.3.3 企业竞争优势
- 11.3.4 企业经营状况分析
- 11.3.5 企业发展规划

### 11.4 江苏恒顺醋业股份有限公司

- 11.4.1 企业发展基本情况
- 11.4.2 企业主要产品
- 11.4.3 企业竞争优势
- 11.4.4 企业经营状况分析

- 11.4.5 企业发展规划
- 11.5 梅花生物科技集团股份有限公司
  - 11.5.1 企业发展基本情况
  - 11.5.2 企业主要产品
  - 11.5.3 企业竞争优势
  - 11.5.4 企业经营状况分析
  - 11.5.5 企业发展规划
- 11.6 广东佳隆食品股份有限公司
  - 11.6.1 企业发展基本情况
  - 11.6.2 企业主要产品
  - 11.6.3 企业竞争优势
  - 11.6.4 企业经营状况分析
  - 11.6.5 企业发展规划
- 11.7 安记食品股份有限公司
  - 11.7.1 企业发展基本情况
  - 11.7.2 企业主要产品
  - 11.7.3 企业竞争优势
  - 11.7.4 企业经营状况分析
  - 11.7.5 企业发展规划
- 11.8 河南莲花健康产业股份有限公司
  - 11.8.1 企业发展基本情况
  - 11.8.2 企业主要产品
  - 11.8.3 企业竞争优势
  - 11.8.4 企业经营状况分析
  - 11.8.5 企业发展规划
- 11.9 千禾味业食品股份有限公司
  - 11.9.1 企业发展基本情况
  - 11.9.2 企业主要产品
  - 11.9.3 企业竞争优势
  - 11.9.4 企业经营状况分析
  - 11.9.5 企业发展规划
- 11.10 仲景大厨房股份有限公司

11.10.1 企业发展基本情况

11.10.2 企业主要产品

11.10.3 企业竞争优势

11.10.4 企业经营状况分析

11.10.5 企业发展规划

## 第十二章 2018-2022年我国调味品行业营销分析

12.1 2018-2022年我国调味品行业的营销渠道

12.1.1 家庭消费渠道分析

(一) 渠道模式

(二) 经销商的管理策略

(三) 终端策略

(四) 超市策略

(五) 零售业变化趋势

12.1.2 餐饮业渠道分析

(一) 渠道特点

(二) 渠道策略

(三) 调味品专卖店

12.2 2018-2022年我国调味品行业消费者分析

12.2.1 消费者如何认定产品品质

12.2.2 消费者是怎么看待品牌

12.2.3 消费结构与使用的理由

12.3 2018-2022年我国调味品行业经销商分析

12.3.1 调味品经销商简述

12.3.2 大型调味品经销商的经营特点

12.3.3 调味品经销商逐步转型

12.3.4 家族式调味品经销商投资策略

12.4 我国以太太乐为例分析调味品售点营销模式

12.4.1 主要终端渠道的售点细分和定位

12.4.2 餐饮渠道的售点细分和定位

12.4.3 零售渠道的售点细分和定位

12.5 2018-2022年我国调味品行业营销案例分析

- 12.5.1 华南调味品市场营销策略大战
- 12.5.2 梅花味精的绿色营销
- 12.5.3 加加酱油凭借独特成就经典
- 12.5.4 “年份调味品”营销策略的误区

### 第十三章2023-2029年调味品行业发展趋势分析

- 13.1 2023-2029年中国调味品市场趋势分析
  - 13.1.1 2018-2022年我国调味品市场趋势总结
  - 13.1.2 2023-2029年我国调味品发展趋势分析
- 13.2 2023-2029年调味品产品发展趋势分析
  - 13.2.1 2023-2029年调味品产品技术趋势分析
  - 13.2.2 2023-2029年调味品产品价格趋势分析
- 13.3 2023-2029年中国调味品行业供需预测
  - 13.3.1 2023-2029年中国调味品供给预测
  - 13.3.2 2023-2029年中国调味品需求预测
- 13.4 2023-2029年调味品行业规划建议
  - 一、增加种类
  - 二、扩大销售市场
  - 三、提高技术水平
  - 四、打造品牌

### 第十四章调味品行业投资前景预警

- 14.1 影响调味品行业发展的主要因素
  - 14.1.1 2023-2029年影响调味品行业运行的有利因素
    - 1、餐饮业需求增长
    - 2、家庭消费升级
    - 3、食品制造业需求持续增长
  - 14.1.2 2023-2029年影响调味品行业运行的稳定因素
    - 1、农村市场流通渠道的逐步完善
    - 2、行业规范将有助于优势企业进一步做大
    - 3、日趋完善、严格的食品安全制度将进一步提高行业门槛
  - 14.1.3 2023-2029年影响调味品行业运行的不利因素

1、行业整体管理水平不高

2、城乡市场发展不均衡

14.1.4 2023-2029年我国调味品行业发展面临的挑战

14.1.5 2023-2029年我国调味品行业发展面临的机遇

1、品牌集中度机会

2、品类细分化机会

3、产品创新升级机会

4、电商渠道机会

14.2 调味品行业投资前景预警

14.2.1 2023-2029年调味品行业市场风险预测

1、倒闭、兼并潮来袭

2、行业企业上市融资的速度会加快

3、行业进入洗牌期，品牌集中度越来越高

14.2.2 2023-2029年调味品行业政策风险预测

14.2.3 2023-2029年调味品行业经营风险预测

1、创业风险

2、现金风险

3、领导风险

4、筹资风险

5、成就风险

6、持续经营风险

14.2.4 2023-2029年调味品行业技术风险预测

14.2.5 2023-2029年调味品行业竞争风险预测

1、产能不足劣势

2、销售渠道网络的广度和深度仍需大力扩展

14.2.6 2023-2029年调味品行业其他风险预测

1、自然和社会风险

2、经营风险或市场风险

第十五章 高端调味品企业管理策略建议

15.1 调味品价格策略分析

15.1.1 调味品价格策略分析



- 15.1.2 调味品渠道策略分析
- 15.2 销售策略分析
  - 15.2.1 媒介选择策略分析
  - 15.2.2 产品定位策略分析
  - 15.2.3 企业宣传策略分析
- 15.3 提高调味品企业竞争力的策略
  - 15.3.1 提高中国调味品企业核心竞争力的对策
  - 15.3.2 调味品企业提升竞争力的主要方向
  - 15.3.3 影响调味品企业核心竞争力的因素及提升途径
  - 15.3.4 提高调味品企业竞争力的策略
- 15.4 对我国调味品品牌的战略思考
  - 15.4.1 调味品实施品牌战略的意义
  - 15.4.2 调味品企业品牌的现状分析
  - 15.4.3 我国调味品企业的品牌战略
  - 15.4.4 调味品品牌战略管理的策略

部分图表目录；

- 图表 1：2018-2022年中国季度GDP增长率走势分析图单位：%
- 图表 2：2018-2022年中国分产业季度GDP增长率走势分析图单位：%
- 图表 3：2018-2022年中国工业增加值走势分析图单位：%
- 图表 4：2018-2022年中国固定资产投资走势分析图单位：%
- 图表 5：2018-2022年中国东、中、西部地区固定资产投资走势分析图单位：%
- 图表 6：2018-2022年中国社会消费品零售总额走势分析图单位：亿元，%
- 图表 7：2018-2022年中国社会消费品零售总额构成走势分析图单位：%
- 图表 8：2018-2022年中国CPI、PPI走势分析图单位：%
- 图表 9：2018-2022年中国企业商品价格指数走势分析图（上年同期为100）
- 图表 10：2018-2022年中国月度进出口走势分析图单位：%
- 图表 11：2018-2022年中国货币供应量走势分析图单位：亿元
- 图表 12：2018-2022年中国存、贷款量走势分析图单位：亿元 %
- 图表 13：2018-2022年中国汇储备总额走势分析图单位：亿美元、%
- 图表 14：调味品行业部分标准
- 图表 15：调味品行业部分政策

图表 16：2022年中国调味品行业重点企业分析

图表 17：中、日酱油行业发展比较

图表 18：2018-2022年中国酱油产量分析

图表 19：2022年我国酱油品牌市场份额分析

图表 20：2018-2022年河南省酱油消费市场调研

图表 21：2018-2022年湖北省酱油消费市场调研

图表 22：2018-2022年广东省酱油消费市场调研

图表 23：2018-2022年山西省酱油消费市场调研

图表 24：2018-2022年国内味精市场价格分析

图表 25：2018-2022年中国味精进口状况浅析

图表 26：2018-2022年中国味精出口状况浅析

图表 27：2018-2022年中国鸡精产量分析

图表 28：2018-2022年中国鸡精人均消费量分析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0703/202307/26-537333.html>