

# 2018-2024年中国调味品行业深度调研及投资前景 分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国调味品行业深度调研及投资前景分析报告》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.chyxx.com/research/201710/572807.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

2011-2016年，我国调味品行业的CR5从18.3%上升至21.2%，提升2.9个pct。但与美国（CR5为32.5%）和日本（CR5为24.3%）相比，仍有提升空间。从酱油来看，日本酱油行业CR3达到50.6%，第一名龟甲万占据了33.1%的市场份额；而我国酱油行业的CR3仅为21%，第一名海天的市场份额不到15%。从食醋来看，全国年产量达400万吨，但年产量超过10万吨的企业仅恒顺、水塔、紫林三家，集中度还有巨大的提升空间。伴随调味品行业的消费升级，集中度提升是必然趋势。在消费升级的大背景下，品牌和质量是消费者购买调味品时重要的考虑因素，促使行业竞争从低层次的价格竞争转向品牌竞争，使市场向更具品牌优势及产品创新能力的企业集中；同时，随着食品安全和健康越来越受到重视，调味品相关的国家标准和行业标准会越来越严格，没有资金、技术、创新实力的小企业会被逐步淘汰。在集中度提升的大趋势下，行业内具有规模、品牌、渠道优势的龙头企业将占有更多的市场份额。

我国调味品CR5提升

数据来源：公开资料整理

我国调味品集中度仍有提升空间

数据来源：公开资料、智研咨询整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国调味品行业深度调研及投资前景分析报告》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

#### 2.2.1 日本天然调味料市场持续扩大

#### 2.2.2 日本酱油市场概况

#### 2.2.3 日本修订酱油质量标签标准

#### 2.2.4 日本再次修订酱油质量标签标准

#### 2.2.5 日本复合调味品介绍

### 2.3 韩国调味品市场调研

#### 2.3.1 韩国泡菜的发展及地位

#### 2.3.2 韩国颁布泡菜卫生新标准

#### 2.3.3 韩国泡菜贸易逆差加大

#### 2.3.4 韩国泡菜发展的成功经验

### 2.4 中国台湾调味品市场调研

#### 2.4.1 台湾调味品行业概况

#### 2.4.2 台湾酱油行业生产状况

#### 2.4.3 台湾酱油的标准与品质

#### 2.4.4 台湾下调番茄酱进口关税

#### 2.4.5 台湾修订酱油类产品卫生标准

### 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2017-2017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 2014-2017年我国酱油行业发展分析

#### 5.1 2014-2017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 2014-2017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

我国有机酱油主要企业产量低于 5000 吨

数据来源：公开资料整理

##### 5.2.3 中、日酱油行业发展比较

日本酱油 CR3 超过 50%

数据来源：公开资料、智研咨询整理

我国酱油 CR3 为 21%

数据来源：公开资料、智研咨询整理

##### 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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2012-2017年我国食醋市场营运分析

### 6.1 2012-2017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 2012-2017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 2012-2017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 2012-2017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 2012-2017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 2014-2017年我国味精市场调研

##### 7.1 2014-2017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

###### 7.1.4 我国逐步淘汰纯度80%味精

##### 7.2 2014-2017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 2014-2017年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

##### 8.1 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年我国其他调味品行业发展概况分析

9.1 2014-2017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 2014-2017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，生产成本低

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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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
- 11.11 湖州老恒和酿造有限公司

- 11.11.1 企业发展基本情况
- 11.11.2 企业主要产品
- 11.11.3 企业竞争优势
- 11.11.4 企业经营状况分析
- 11.11.5 企业发展规划
- 11.12 阜丰集团有限公司
  - 11.12.1 企业发展基本情况
  - 11.12.2 企业主要产品
  - 11.12.3 企业竞争优势
  - 11.12.4 企业经营状况分析
  - 11.12.5 企业发展规划
- 11.13 上海太太乐食品有限公司
  - 11.13.1 企业发展基本情况
  - 11.13.2 企业主要产品
  - 11.13.3 企业竞争优势
  - 11.13.4 企业经营状况分析
  - 11.13.5 企业发展规划
- 11.14 王守义十三香调味品集团有限公司
  - 11.14.1 企业发展基本情况
  - 11.14.2 企业主要产品
  - 11.14.3 企业竞争优势
  - 11.14.4 企业经营状况分析
  - 11.14.5 企业发展规划
- 11.15 广东美味鲜调味食品有限公司
  - 11.15.1 企业发展基本情况
  - 11.15.2 企业主要产品
  - 11.15.3 企业竞争优势
  - 11.15.4 企业经营状况分析
  - 11.15.5 企业发展规划
- 11.16 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司
  - 11.16.1 企业发展基本情况
  - 11.16.2 企业主要产品
  - 11.16.3 企业竞争优势
  - 11.16.4 企业经营状况分析
  - 11.16.5 企业发展规划

#### 11.17 烟台欣和味达美食品有限公司

##### 11.17.1 企业发展基本情况

##### 11.17.2 企业主要产品

##### 11.17.3 企业竞争优势

##### 11.17.4 企业经营状况分析

##### 11.17.5 企业发展规划

#### 11.18 山西水塔老陈醋股份有限公司

##### 11.18.1 企业发展基本情况

##### 11.18.2 企业主要产品

##### 11.18.3 企业竞争优势

##### 11.18.4 企业经营状况分析

##### 11.18.5 企业发展规划

#### 11.19 李锦记新会食品有限公司

##### 11.19.1 企业发展基本情况

##### 11.19.2 企业主要产品

##### 11.19.3 企业竞争优势

##### 11.19.4 企业经营状况分析

##### 11.19.5 企业发展规划

### 第十二章 2014-2017年我国调味品行业营销分析

#### 12.1 2014-2017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 2014-2017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

#### 11.3 2014-2017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 2014-2017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2018-2024年调味品行业发展趋势分析
- 13.1 2018-2024年中国调味品市场趋势分析
- 13.1.1 2013-2015年我国调味品市场趋势总结
- 13.1.2 2018-2024年我国调味品发展趋势分析
- 13.2 2018-2024年调味品产品发展趋势分析
- 13.2.1 2018-2024年调味品产品技术趋势分析
- 13.2.2 2018-2024年调味品产品价格趋势分析
- 13.3 2018-2024年中国调味品行业供需预测
- 13.3.1 2018-2024年中国调味品供给预测
- 13.3.2 2018-2024年中国调味品需求预测
- 13.4 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024年我国调味品行业发展面临的挑战

#### 14.1.5 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024年调味品行业政策风险预测

##### 14.2.3 2018-2024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 2018-2024年调味品行业技术风险预测

##### 14.2.5 2018-2024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 2018-2024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 调味品企业管理策略建议 (ZY LII)

##### 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 (ZY LII)

图表目录：

- 图表 1：2008-2017年中国季度GDP增长率走势分析图单位：%
- 图表 2：2010-2017年中国分产业季度GDP增长率走势分析图单位：%
- 图表 3：2010-2017年中国工业增加值走势分析图单位：%
- 图表 4：2009-2017年中国固定资产投资走势分析图单位：%
- 图表 5：2014-2017年中国东、中、西部地区固定资产投资走势分析图单位：%
- 图表 6：2011-2017年中国社会消费品零售总额走势分析图单位：亿元，%
- 图表 7：2010-2017年中国社会消费品零售总额构成走势分析图单位：%
- 图表 8：2010-2017年中国CPI、PPI走势分析图单位：%
- 图表 9：2010-2017年中国企业商品价格指数走势分析图（上年同期为100）
- 图表 10：2010-2017年中国月度进出口走势分析图单位：%
- 图表 11：2014-2017年中国货币供应量走势分析图单位：亿元
- 图表 12：2014-2017年中国存、贷款量走势分析图单位：亿元 %
- 图表 13：2008-2017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 16：2017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 18：2012-2017年中国酱油产量分析
- 图表 19：2017年我国酱油品牌市场份额分析

- 图表 20：2012-2017年河南省酱油消费市场调研
- 图表 21：2012-2017年湖北省酱油消费市场调研
- 图表 22：2012-2017年广东省酱油消费市场调研
- 图表 23：2012-2017年山西省酱油消费市场调研
- 图表 24：2012-2017年国内味精市场价格分析
- 图表 25：2012-2017年中国味精进口状况浅析
- 图表 26：2012-2017年中国味精出口状况浅析
- 图表 27：2012-2017年中国鸡精产量分析
- 图表 28：2012-2017年中国鸡精人均消费量分析
- 图表 29：2014-2017年海天味业财务状况分析
- 图表 30：2014-2017年珠江桥生物科技股份有限公司财务状况分析
- 图表 31：加加食品集团股份有限公司产品结构分析
- 图表 32：2014-2017年加加食品财务状况分析
- 图表 33：2014-2017年恒顺醋业财务状况分析
- 图表 34：梅花生物科技集团股份有限公司产品结构分析
- 图表 35：2014-2017年梅花生物财务状况分析
- 图表 36：2014-2017年佳隆股份财务状况分析
- 图表 37：安记食品股份有限公司主要产品分析
- 图表 38：2014-2017年安记食品财务状况分析
- 图表 39：莲花健康产业集团股份有限公司健康味业产品分析
- 图表 40：2014-2017年莲花健康财务状况分析
- 图表 41：千禾味业食品股份有限公司主要产品分析
- 图表 42：2014-2017年千千味业财务状况分析
- 图表 43：仲景大厨房股份有限公司主要产品分析
- 图表 44：2014-2017年仲景大厨房股份有限公司财务状况分析
- 图表 45：2014-2017年湖州老恒和酿造有限公司财务状况分析
- 图表 46：阜丰集团有限公司产品结构分析
- 图表 47：2014-2017年阜丰集团财务状况分析
- 图表 48：上海太太乐食品有限公司主要产品分析
- 图表 49：2014-2017年上海太太乐食品有限公司财务状况分析
- 图表 50：2014-2017年王守义十三香调味品集团有限公司财务状况分析
- 图表 51：广东美味鲜调味食品有限公司产品结构分析
- 图表 52：2014-2017年广东美味鲜调味食品有限公司财务状况分析
- 图表 53：贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司产品结构分析
- 图表 54：2014-2017年贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司财务状况分析

图表 55：烟台欣和味达美食品有限公司产品结构分析

图表 56：2014-2017年烟台欣和味达美食品有限公司财务状况分析

图表 57：山西水塔醋业股份有限公司产品结构分析

图表 58：2014-2017年山西水塔醋业股份有限公司财务状况分析

图表 59：李锦记产品结构分析

图表 60：2014-2017年李锦记财务状况分析

图表 61：调味品消费渠道售点细分表

图表 62：调味品餐饮渠道售点的影响因素

图表 63：上海太太乐调味品有限公司餐饮渠道售点细分和定位

图表 64：餐饮客户调味品进货品类分析

图表 65：上海太太乐调味品有限公司产品对应餐饮渠道售点细分和定位

图表 66：零售业态对比表

图表 67：产品在零售渠道运用

图表 68：2018-2024年中国调味品供给预测

图表 69：2018-2024年中国调味品需求预测

图表 70：中国调味品主要品牌分析

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201710/572807.html>