

2017-2022年中国调味酱行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国调味酱行业市场运营态势及发展前景预测报告》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/201611/471815.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

调味酱是用于烹饪、佐餐调味的各式酱料的总称，历来是餐桌和厨房中不可或缺的调味佳品。我国调味酱种类丰富，不同地区酱类产品有着不同的风味特征，北方调味酱口味浓重，如甜面酱、花生酱、豆类发酵酱等；贵州调味酱口味偏辣，如豆豉辣椒酱、油辣椒等；广式调味酱口味相对比较清淡，如黄豆酱、海鲜酱等。近年来，随着我国餐饮业的发展和消费者饮食生活水平的提升，人们对调味酱的消费习惯也在不断变化，主要表现为区域性调味酱开始相互融合，逐渐成为流行全国的酱类产品。

在调味品市场中，酱醋等基础调味品总体规模不断增大，但增速已有所减缓、所占比例逐渐下降，调味酱等复合型调味品以其复合型口味更容易满足消费者需求，因而其所占比例也在逐渐上升。与国际水平相比，我国调味酱的市场容量相对较低。随着消费群体生活水平的提升，外出就餐的比例和频率增加，在家做饭的比例则逐渐下降；与此同时大学生以及毕业工作不久的白领就餐结构简单，出于便捷和美味的考虑选择调味酱的比重逐渐攀升，因而预计调味酱市场渗透率会不断提升，存在较大的市场空间。此外，在过去的 20 多年中我国调味酱市场规模年复合增长率约为 20%；此外，2015 年调味酱市场规模同比增长 11.49%。据预测，2016 年调味酱销售规模预计在 400 亿元左右，预计同比增长 22.32%，市场前景广阔。

2009-2016E 调味品市场规模及增速情况

智研咨询发布的《2017-2022年中国调味酱行业市场运营态势及发展前景预测报告》共二十章。首先介绍了调味酱相关概念及发展环境，接着分析了中国调味酱规模及消费需求，然后对中国调味酱市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国调味酱面临的机遇及发展前景。您若想对中国调味酱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 2014-2016年中国调味酱行业发展概述 1

第一节 调味酱行业发展情况 1

一、调味酱定义 1

二、调味酱行业发展历程 1

第二节 调味酱产业链分析 3

一、产业链模型介绍 3

二、调味酱产业链模型分析 5

第三节 中国调味酱行业经济指标分析 6

- 一、赢利性 6
- 二、成长速度 6
- 三、附加值的提升空间 6
- 四、进入壁垒 / 退出机制 7
- 五、风险性 8
- 六、行业周期 8
- 七、竞争激烈程度指标 9
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 9

第二章 当前中国调味酱行业市场发展环境分析（PEST分析法） 11

第一节 中国经济环境分析 11

- 一、农业生产形势较好 11
- 二、工业生产运行在合理区间 13
- 三、固定资产投资增速放缓 21

2016年上半年，全国固定资产投资（不含农户）258360亿元，同比名义增长9.0%（扣除价格因素实际增长11.0%），增速比一季度回落1.7个百分点。其中，国有控股投资91089亿元，增长23.5%；民间投资158797亿元，增长2.8%，占全部投资的比重为61.5%。分产业看，第一产业投资7460亿元，同比增长21.1%；第二产业投资101702亿元，增长4.4%；第三产业投资149198亿元，增长11.7%，其中，基础设施投资（不含电力、热力、燃气及水生产和供应业）49085亿元，增长20.9%。从到位资金情况看，上半年到位资金282443亿元，同比增长8.0%。其中，国家预算资金增长21.8%，国内贷款增长12.4%，自筹资金增长1.4%，利用外资下降7.2%。上半年，新开工项目计划总投资240202亿元，同比增长25.1%。从环比看，6月份固定资产投资（不含农户）增长0.45%。

2011-2016年中国固定资产投资及增长速度

- 四、进出口增速回落 29
- 五、结构调整稳步推进 32
- 六、货币信贷增势平稳 40
- 七、当前国内宏观经济趋势分析 42

第二节 中国调味酱行业政策环境分析 44

- 一、最近年来国家以及政府颁布的相关政策法规 44
- 二、相关政策法规对市场的影响程度 45
- 三、调味酱市场国家宏观发展规划调控方向 45

第三节 中国调味酱行业社会环境分析 46

- 一、市场销售稳定增长 46

二、价格水平涨幅较低 48

三、居民收入继续增加 54

四、人口就业总体稳定 56

第四节 中国调味酱行业技术环境分析 60

第三章 调味酱产品生产工艺及技术趋势研究 62

第一节 质量指标情况 62

第二节 国外主要生产工艺 62

第三节 国内技术发展分析 63

第四节 国内外最新技术进展及趋势研究 63

第四章 2014-2016年全球调味酱产品市场运行态势分析 68

第一节 2014-2016年国际调味酱产品市场现状分析 68

一、国际调味酱产品市场供需分析 68

二、国际调味酱产品价格走势分析 71

三、国际调味酱产品市场运行特征分析 71

第二节 国际调味酱产品主要国家及地区发展情况分析 73

一、美国 73

二、亚洲 74

三、欧洲 74

第三节 2016年国际调味酱产品发展前景 75

第五章 2014-2016年国内调味酱产品市场运行结构分析 76

第一节 国内调味酱产品市场规模分析 76

一、市场季节变动分析 77

第二节 国内调味酱产品市场供给平衡性分析 77

第六章 2016年中国调味酱行业市场现状运营分析 78

第一节 调味酱市场现状分析及预测 78

一、2016年中国调味酱市场规模分析 78

二、2017-2022年中国调味酱市场规模预测 78

第二节 调味酱产品产能分析及预测 79

一、2016年中国调味酱产能分析 79

二、2017-2022年中国调味酱产能预测 80

第三节 调味酱产品产量分析及预测 80

- 一、2016年中国调味酱产量分析 80
- 二、2017-2022年中国调味酱产量预测 81
- 第四节 调味酱市场需求分析及预测 81
 - 一、2016年中国调味酱市场需求分析 81
 - 二、2017-2022年中国调味酱市场需求预测 82
- 第五节 调味酱价格趋势分析 82
 - 一、2016年中国调味酱市场价格分析 82
 - 二、2017-2022年中国调味酱市场价格预测 83
- 第六节 调味酱行业生产分析 83
 - 一、产品及原材料进口、自有比例 83
 - 二、国内产品及原材料生产分析 84
- 第七节 2017-2022年调味酱行业市场供给分析 88
 - 一、调味酱生产规模现状 88
 - 二、调味酱产能规模分布 88
 - 三、调味酱市场价格走势 89
 - 四、调味酱重点厂商分布 89

第七章 2016年调味酱行业采购状况分析 90

- 第一节 2016年调味酱成本分析 90
 - 一、2016年原材料成本走势分析 90
 - 二、2016年劳动力供需及价格分析 90
 - 三、2016年其他方面成本走势分析 103
- 第二节 上游原材料价格与供给分析 103
 - 一、供给情况 103
 - 二、表现消费量 112
 - 三、价格变动情况 123
- 第三节 调味酱产业链的分析 127
 - 一、行业集中度 127
 - 二、主要环节的增值空间 128
 - 三、行业进入壁垒和驱动因素 129
 - 四、上下游产业影响及趋势分析 130

第八章 2017-2022年国内调味酱下游应用行业发展分析 131

- 第一节 下游应用行业发展状况 131
- 第二节 下游应用行业市场集中度 133

第三节 下游应用行业发展趋势 140

第四节 下游产业需求分析 144

一、下游产业发展现状与前景 144

二、下游产业领域应用现状 149

三、下游产业对调味酱的需求规模 150

四、下游产业调味酱行业主要企业及经营情况 150

五、2017-2022年下游产业调味酱需求前景 156

第九章 2016年国内调味酱产品进出口贸易分析 157

第一节 2016年国内调味酱产品进口情况分析 157

第二节 2016年国内调味酱产品出口情况分析 158

第三节 2016年国内进出口相关政策及税率研究 159

第四节 代表性国家和地区进出口市场分析 160

一、进口国家及地区分析 160

二、出口国家及地区分析 161

第五节 2017-2022年调味酱产品进出口预测分析 161

第十章 2016年中国调味酱市场竞争格局分析 163

第一节 调味酱行业竞争结构分析 163

一、现有企业的竞争力 163

二、供应商的议价能力 163

三、下游客户的议价能力 164

四、替代品的威胁 164

五、行业潜在进入者威胁力 164

第二节 调味酱行业行业集中度分析 165

一、市场集中度分析 165

二、企业集中度分析 165

三、区域集中度分析 166

第三节 影响国际竞争力因素 167

一、生产要素 167

二、需求条件 167

三、相关和支持性产业 168

四、企业的战略、结构和竞争对手 168

五、政府的作用 169

第四节 调味酱竞争力优势分析 169

- 一、整体产品竞争力评价 169
- 二、产品竞争力评价结果分析 169
- 三、决定调味酱竞争力的因素 170
- 第五节 2017-2022年国内调味酱产品市场竞争态势预测 171
 - 一、来自国外高端产品的竞争 171
 - 二、未来我国调味酱行业竞争更加激烈 172

第十一章 行业盈利能力分析 174

- 第一节 2014-2016年行业销售毛利率 174
- 第二节 2014-2016年行业销售利润率 174
- 第三节 2014-2016年行业资产收益率 174
- 第四节 2014-2016年行业净资产收益率 175
- 第五节 2014-2016年行业产值利税率 175
- 第六节 2017-2022年行业盈利能力预测 176

第十二章 行业成长性分析 177

- 第一节 2014-2016年行业销售收入增长分析 177
- 第二节 2014-2016年行业总资产增长分析 177
- 第三节 2014-2016年行业固定资产增长分析 177
- 第四节 2014-2016年行业净资产增长分析 178
- 第五节 2014-2016年行业利润增长分析 178
- 第六节 2017-2022年行业成长能力预测 179

第十三章 行业偿债能力分析 180

- 第一节 2014-2016年行业资产负债率分析 180
- 第二节 2014-2016年行业流动比率分析 180
- 第三节 2014-2016年行业利息保障倍数分析 180
- 第四节 2017-2022年行业偿债能力预测 181

第十四章 行业营运能力分析 182

- 第一节 2014-2016年行业总资产周转率分析 182
- 第二节 2014-2016年行业净资产周转率分析 182
- 第三节 2014-2016年行业流动资产周转率分析 182
- 第四节 2014-2016年行业存货周转率分析 183
- 第五节 2017-2022年行业营运能力预测 183

第十五章 调味酱国内拟在建项目分析及竞争对手动向 185

第一节 国内主要竞争对手动向 185

第二节 国内拟在建项目分析 187

第十六章 中国调味酱重点企业竞争力分析 193

第一节 海天酱油 193

一、企业概况 193

二、企业财务指标与经营情况 194

三、企业竞争优势分析 200

四、企业主营产品分析 202

五、企业发展新动态与战略规划分析 202

六、在建项目分析 203

第二节 中粮屯河 203

一、企业概况 203

二、企业财务指标与经营情况 204

三、企业竞争优势分析 211

四、企业主营产品分析 212

五、企业发展新动态与战略规划分析 212

六、在建项目分析 213

第三节 新疆天业 214

一、企业概况 214

二、企业财务指标与经营情况 215

三、企业竞争优势分析 220

四、企业主营产品分析 221

五、企业发展新动态与战略规划分析 221

六、在建项目分析 222

第四节 新中基 222

一、企业概况 222

二、企业财务指标与经营情况 223

三、企业竞争优势分析 228

四、企业主营产品分析 230

五、企业发展新动态与战略规划分析 230

六、在建项目分析 231

第五节 上海梅林 231

- 一、企业概况 231
 - 二、企业财务指标与经营情况 232
 - 三、企业竞争优势分析 238
 - 四、企业主营产品分析 238
 - 五、企业发展新动态与战略规划分析 239
 - 六、在建项目分析 240
 - 第六节 敦煌种业 240
 - 一、企业概况 240
 - 二、企业财务指标与经营情况 241
 - 三、企业竞争优势分析 246
 - 四、企业主营产品分析 247
 - 五、企业发展新动态与战略规划分析 247
 - 六、在建项目分析 248
 - 第七节 冠农股份 248
 - 一、企业概况 248
 - 二、企业财务指标与经营情况 249
 - 三、企业竞争优势分析 254
 - 四、企业主营产品分析 256
 - 五、企业发展新动态与战略规划分析 256
 - 六、在建项目分析 257
 - 第八节 上海味好美食品有限公司 257
 - 一、企业概况 257
 - 二、企业财务指标与经营情况 258
 - 三、企业竞争优势分析 259
 - 四、企业主营产品分析 259
 - 五、企业发展新动态与战略规划分析 260
 - 六、在建项目分析 260
 - 第九节 其他优秀企业 260
-
- 第十七章 2016年调味酱地区销售情况及竞争力深度研究 265
 - 第一节 中国调味酱各地区对比销售分析 265
 - 第二节 “东北地区”销售分析 266
 - 一、2016年东北地区销售规模 266
 - 二、2017-2022年东北地区销售规模预测分析 267
 - 第三节 “华北地区”销售分析 267

- 一、2016年华北地区销售规模 267
- 二、2017-2022年华北地区销售规模预测分析 269
- 第四节 “华东地区”销售分析 269
 - 一、2016年华东地区销售规模 269
 - 二、2017-2022年华东地区销售规模预测分析 271
- 第五节 “华南地区”销售分析 271
 - 一、2016年华南地区销售规模 271
 - 二、2017-2022年华南地区销售规模预测分析 273
- 第六节 “西北地区”销售分析 273
 - 一、2016年西北地区销售规模 273
 - 二、2017-2022年西北地区销售规模预测分析 275
- 第七节 “华中地区”销售分析 275
 - 一、2016年华中地区销售规模 275
 - 二、2017-2022年华中地区销售规模预测分析 277
- 第八节 “西南地区”销售分析 277
 - 一、2016年西南地区销售规模 277
 - 二、2017-2022年西南地区销售规模预测分析 279
- 第九节 主要省市集中度及竞争力模式分析 279

- 第十八章 2017-2022年调味酱行业前景展望 281
 - 第一节 2017-2022年行业供求形势展望 281
 - 一、上游原料供应预测及市场情况 281
 - 二、2017-2022年调味酱下游需求行业发展展望 285
 - 三、2017-2022年调味酱行业产能预测 285
 - 四、进出口形势展望 285
 - 第二节 调味酱市场前景分析 286
 - 一、调味酱市场容量分析 286
 - 二、调味酱行业利好利空政策 286
 - 三、调味酱行业发展前景分析 287
 - 第三节 调味酱未来发展预测分析 287
 - 一、中国调味酱发展方向分析 287
 - 二、2017-2022年中国调味酱行业发展规模 288
 - 三、2017-2022年中国调味酱行业发展趋势预测 288
 - 第四节 2017-2022年调味酱行业供需预测 289
 - 一、2017-2022年调味酱行业供给预测 289

- 二、2017-2022年调味酱行业需求预测 289
- 第五节 影响企业生产与经营的关键趋势 290
 - 一、市场整合成长趋势 290
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 290
 - 三、企业区域市场拓展的趋势 290
 - 四、科研开发趋势及替代技术进展 291
 - 五、影响企业销售与供给的关键趋势 291
 - 1、需求变化因素 291
 - 2、厂商产能因素 292
 - 3、原料供给状况 292
 - 4、技术水平提高 292
 - 5、政策变动因素 292
 - 六、中国调味酱行业SWOT分析 293
- 第六节 行业市场格局与经济效益展望 294
 - 一、市场格局展望 294
 - 二、经济效益预测 294
- 第七节 总体行业“十三五”整体规划及预测 294
 - 一、2017-2022年调味酱行业国际展望 294
 - 二、2017-2022年国内调味酱行业发展展望 295

- 第十九章 2017-2022年调味酱行业投资机会与风险分析 296
 - 第一节 投资环境的分析与对策 296
 - 第二节 投资机遇分析 296
 - 第三节 行业投资风险分析 296
 - 一、政策风险 296
 - 二、经营风险 297
 - 三、技术风险 297
 - 四、竞争风险 298
 - 五、国际贸易风险 298
 - 第四节 行业投资策略与建议 299
 - 一、产品定位策略 299
 - 二、产品开发策略 299
 - 三、渠道销售策略 300
 - 四、品牌经营策略 300
 - 五、服务策略 302

第二十章 2017-2022年调味酱行业盈利模式与营销战略分析 303 (ZY ZM)

第一节 我国调味酱行业商业模式探讨 303

一、行业国内营销模式分析 303

二、行业主要销售渠道分析 304

三、行业广告与促销方式分析 304

第二节 市场的重点客户战略实施研究 304

第三节 调味酱行业企业品牌营销战略分析 308

一、产品质量保证 308

二、生产技术提升 309

三、产品结构调整 309

四、产品销售网络 309

五、品牌宣传策略 310

六、销售服务策略 311

七、品牌保护策略 311

八、品牌发展战略分析 312

第四节 我国调味酱行业发展与投资注意事项分析 314

一、产品技术应用注意事项 314

二、项目投资注意事项 314

三、产品生产开发注意事项 315

四、产品销售注意事项 315

第五节 最优投资路径设计 316

一、投资对象 316

二、投资模式 316

三、预期财务状况分析 317

四、风险资本退出方式 318

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/471815.html>