

2024-2030年中国调味酱行业市场竞争态势及投资策略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国调味酱行业市场竞争态势及投资策略分析报告》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/202012/916431.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解调味酱行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国调味酱行业市场竞争态势及投资策略分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国调味酱市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保调味酱行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年调味酱行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能调味酱从业者抢跑转型赛道。

调味酱是以豆类、小麦粉、水果、肉类或鱼虾等物为主要原料，加或不添加其他辅料，加工而成的呈酱状的调味品。我国酱类调味品种类繁多，产品地域分布广泛，不同地区的酱类调味品风味有所不同，主要有东北的熟豆酱；华北的黄豆酱、甜面酱、芝麻酱；华南的广式叉烧酱、海鲜酱、沙茶酱；西南的贵州油辣椒、风味豆豉酱、豆瓣酱；华中的湖南剁椒酱、河南香菇酱等。不同种类的酱类调味品口味差异较大，根据各地的饮食习惯在不同地区流行。

传统的调味酱产品是以粮食或油料作物为原料，经微生物发酵而制成的一种半固体或半流动状态的粘稠的，具有特殊色、香、味的调味品。随着西方的一些饮食习惯在中国的兴起，新兴的以果实为原料制作的酱类产品开始大规模出现，其附加值远高于中国的传统调味酱制品。酱油和调味酱产业在我国调味品行业中的占比比较大，产量和销售收入都具有一定的规模和体量。2022年中国调味酱产量为427.94万吨，同比增长3.73%，其中辣椒酱和番茄酱产量占比较高，分别为37.55%和22.78%。2022年中国调味酱需求量为300.68万吨，同比增长4%，其中辣椒酱的需求量较高，占到42%。

随着新消费群体文化自信的建立和新国潮文化的兴起，酱油和调味酱两大传统产业的焕新与升级成为趋势，迎来了新的发展机遇并开始重新崛起，大企业和相关产品企业纷纷加大了对酱油和调味酱产业的布局，中国调味酱市场规模逐年攀升，2022年市场规模达到868.68亿元，同比增长4.96%，其中辣椒酱占比较高，达到54.15%。从调味酱的价格来看，整体并没有太大波动，2015年调味酱的市场均价为2.72万元每吨，到了2022年为2.89万元每吨，上涨了1200元。其中价格较高的为辣椒酱，2022年辣椒酱市场均价为3.69万元每吨，果酱的价格较低，2022年为1.37万元每吨。

近年来，随着居民生活水平的提高，饮食习惯的变化以及食品口味的融合，消费者对调味酱的消费习惯也在改变。一些符合大众口味的酱类产品表现出较好的市场需求，部分调味酱企业不再局限于在某个地区的生产和销售，着手开发出适应不同地区口味的产品，随着渠道的

开拓在全国范围甚至海外市场销售。

海天味业属于中国调味酱行业内龙头企业之一，但其市场占有率仅有6%左右，其他三家仲景食品、安记食品及日辰股份的市场占有率更低，在中国调味酱行业内，不仅企业数量众多，而且行业内市场份额分布较散，业内竞争十分激烈，行业正处于高速竞争发展阶段。

未来，物质生活的丰富以及消费者对美食的追求将导致消费者对通用型产品的认可度逐渐降低，进而衍生出调味酱类型的多元化发展，以便消费者选用不同类型的调味酱佐餐。此外，随着人们对健康问题越来越重视，为迎合市场的健康化发展趋势，具有健康概念的调味酱产品也将不断被开发出来。国人素有民以食为天的说法，随着调味酱行业的多元化和健康化发展，餐饮业和家庭消费双双发力，调味酱行业将迎来越来越大的市场发展空间。

《2024-2030年中国调味酱行业市场竞争态势及投资策略分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是调味酱领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 调味酱行业相关概述

1.1 调味酱行业定义及特点

1.1.1 调味酱行业的定义

1.1.2 调味酱行业产品/服务特点

1.2 调味酱行业统计标准

1.2.1 调味酱行业统计口径

1.2.2 调味酱行业统计方法

1.2.3 调味酱行业数据种类

1.2.4 调味酱行业研究范围

1.3 调味酱行业经营模式分析

1.3.1 生产模式

1.3.2 采购模式

1.3.3 销售模式

第二章 调味酱行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2019-2023年中国调味酱行业发展环境分析

3.1 调味酱行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 调味酱行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 调味酱行业社会环境分析（S）

3.3.1 调味酱产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 调味酱行业技术环境分析（T）

3.4.1 调味酱技术分析

3.4.2 调味酱技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球调味酱行业发展概述

4.1 2019-2023年全球调味酱行业发展情况概述

4.1.1 全球调味酱行业发展现状

4.1.2 全球调味酱行业发展特征

4.1.3 全球调味酱行业市场规模

4.2 2019-2023年全球主要地区调味酱行业发展状况

4.2.1 欧洲调味酱行业发展情况概述

4.2.2 美国调味酱行业发展情况概述

4.2.3 日韩调味酱行业发展情况概述

4.3 2024-2030年全球调味酱行业发展前景预测

4.3.1 全球调味酱行业市场规模预测

4.3.2 全球调味酱行业发展前景分析

4.3.3 全球调味酱行业发展趋势分析

4.4 全球调味酱行业重点企业发展动态分析

第五章 中国调味酱行业发展概述

5.1 中国调味酱行业发展状况分析

5.1.1 中国调味酱行业发展阶段

5.1.2 中国调味酱行业发展总体概况

5.1.3 中国调味酱行业发展特点分析

5.2 2019-2023年调味酱行业发展现状

5.2.1 2019-2023年中国调味酱行业市场规模

5.2.2 2019-2023年中国调味酱行业发展分析

5.2.3 2019-2023年中国调味酱企业发展分析

5.3 2024-2030年中国调味酱行业面临的困境及对策

5.3.1 中国调味酱行业面临的困境及对策

1、中国调味酱行业面临困境

2、中国调味酱行业对策探讨

5.3.2 中国调味酱企业发展困境及策略分析

1、中国调味酱企业面临的困境

2、中国调味酱企业的对策探讨

5.3.3 国内调味酱企业的出路分析

第六章 中国调味酱所属行业市场运行分析

6.1 2019-2023年中国调味酱所属行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2019-2023年中国调味酱所属行业产销情况分析

6.2.1 中国调味酱所属行业工业总产值

6.2.2 中国调味酱所属行业工业销售产值

6.2.3 中国调味酱所属行业产销率

6.3 2019-2023年中国调味酱所属行业市场供需分析

6.3.1 中国调味酱所属行业供给分析

6.3.2 中国调味酱所属行业需求分析

6.3.3 中国调味酱所属行业供需平衡

6.4 2019-2023年中国调味酱所属行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国调味酱行业细分市场分析

7.1 调味酱行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 辣椒酱

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场规模分析

7.2.3 行业市场需求分析

7.2.4 产品市场潜力分析

7.3 果酱

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场规模分析

7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 番茄酱

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场规模分析

7.4.3 行业市场需求分析

7.4.4 产品市场潜力分析

第八章 中国调味酱行业上、下游产业链分析

8.1 调味酱行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 调味酱行业产业链

8.2 调味酱行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 调味酱行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国调味酱行业市场竞争格局分析

9.1 中国调味酱行业竞争格局分析

9.1.1 调味酱行业区域分布格局

9.1.2 调味酱行业企业规模格局

9.1.3 调味酱行业企业性质格局

9.2 中国调味酱行业竞争五力分析

9.2.1 调味酱行业上游议价能力

9.2.2 调味酱行业下游议价能力

9.2.3 调味酱行业新进入者威胁

9.2.4 调味酱行业替代产品威胁

9.2.5 调味酱行业现有企业竞争

9.3 中国调味酱行业竞争SWOT分析

9.3.1 调味酱行业优势分析（S）

- 9.3.2 调味酱行业劣势分析 (W)
- 9.3.3 调味酱行业机会分析 (O)
- 9.3.4 调味酱行业威胁分析 (T)
- 9.4 中国调味酱行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国调味酱行业竞争策略建议

第十章 中国调味酱行业领先企业竞争力分析

- 10.1 黑龙江香其食品股份有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.2 佛山市海天调味食品股份有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.3 李锦记酱料集团
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.4 天津市利民调料有限公司
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.5 安庆市胡玉美酿造食品有限责任公司
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
- 10.6 北京丘比食品有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

第十一章 2024-2030年中国调味酱行业发展趋势与前景分析

11.1 2024-2030年中国调味酱市场发展前景

11.1.1 2024-2030年调味酱市场发展潜力

11.1.2 2024-2030年调味酱市场发展前景展望

11.1.3 2024-2030年调味酱细分行业发展前景分析

11.2 2024-2030年中国调味酱市场发展趋势预测

11.2.1 2024-2030年调味酱行业发展趋势

11.2.2 2024-2030年调味酱市场规模预测

11.2.3 2024-2030年调味酱行业应用趋势预测

11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测

11.3 2024-2030年中国调味酱行业供需预测

11.3.1 2024-2030年中国调味酱行业供给预测

11.3.2 2024-2030年中国调味酱行业需求预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势分析

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2024-2030年中国调味酱行业投资前景

12.1 调味酱行业投资现状分析

12.1.1 调味酱行业投资规模分析

12.1.2 调味酱行业投资资金来源构成

12.1.3 调味酱行业投资项目建设分析

12.1.4 调味酱行业投资资金用途分析

12.1.5 调味酱行业投资主体构成分析

12.2 调味酱行业投资特性分析

12.2.1 调味酱行业进入壁垒分析

- 12.2.2 调味酱行业盈利模式分析
- 12.2.3 调味酱行业盈利因素分析
- 12.3 调味酱行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
 - 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 调味酱行业投资风险分析
 - 12.4.1 调味酱行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资风险
- 12.5 调味酱行业投资潜力与建议
 - 12.5.1 调味酱行业投资潜力分析
 - 12.5.2 调味酱行业最新投资动态
 - 12.5.3 调味酱行业投资机会与建议

第十三章 2024-2030年中国调味酱企业投资战略与客户策略分析

- 13.1 调味酱企业发展战略规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 调味酱企业战略规划制定依据
 - 13.2.1 国家政策支持
 - 13.2.2 行业发展规律
 - 13.2.3 企业资源与能力
 - 13.2.4 可预期的战略定位
- 13.3 调味酱企业战略规划策略分析
 - 13.3.1 战略综合规划
 - 13.3.2 技术开发战略
 - 13.3.3 区域战略规划
 - 13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 调味酱中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

图表目录：部分

图表1：调味酱产品分类

图表2：2019-2023年部分企业调味酱及相关产品利润水平

图表3：调味酱行业相关现行标准

图表4：调味酱的工艺流程

图表5：2019-2023年全球调味酱市场需求

图表6：2019-2023年全球调味酱市场规模

图表7：2019-2023年中国调味酱行业产量情况

图表8：2019-2023年中国调味酱行业细分产量情况

图表9：2019-2023年中国调味酱行业市场规模情况

图表10：2019-2023年中国调味酱行业细分产品规模情况

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202012/916431.html>