

2021-2026年中国复合调味品市场深度分析及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国复合调味品市场深度分析及投资战略咨询报告》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.huaon.com/channel/condiment/692387.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

复合调味品是指在科学的调味理论指导下，将各种基础调味品按照一定比例进行调配制作，从而得到的满足不同调味需要的调味品。其使用的原料种类很多，常用的原料主要有咸味剂、鲜味剂、增鲜剂、甜味剂、酵母精、水解动植物蛋白、香精与香辛料、着色剂、辅助剂等。复合调味品中的呈味成分多、口感复杂，各种呈味成分的性能特点及其之间的配合比例，决定了复合调味品的调味效果。按照复合配方配合在一起的原料，呈现出来的是一种独特的风味。所以，复合调味品也是一类针对性很强的专用型调味料。鱼香肉丝、麻婆豆腐、烤牛肉、红烧猪肉等不同菜肴的风味特点，都可以通过加入专用的复合调味品表现出来。

2020年，复合调味品的市场规模约为1500亿元，同比增长16.42%，从2014年的654亿元人民币到2020年的1500亿元人民币，年复合增长率为14.84%。逐年增长的原因是一方面调味品复合化可以让年轻的家庭消费者方便快捷的烹饪美味，解决其不会做、没时间做的消费痛点；另一方面，餐饮行业需求日益增大，规范化和连锁化经营带来了对标准化复合调味料需求的快速增长。

2014-2020年中国复合调味品市场规模

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 复合调味品行业概况

第一节 复合调味品定义及分类

第二节 复合调味品产品发展历程

第三节 复合调味品产品产业链分析

第二章 复合调味品产品行业政策环境分析

第一节 复合调味品产品行业在国民经济中的地位

第二节 政策环境分析

一、行业监管体制

（一）市场准入制度

（二）质量管理体系

（三）运行抽查制度

二、行业法律法规

三、相关产业政策

第三节 贸易环境分析

一、行业贸易环境发展现状调研

二、行业海外市场进口政策

三、行业贸易发展趋势预测

第三章 复合调味品产品行业生产调查

第一节 国内复合调味品产品行业产量统计

一、产品构成

二、产量统计数据

从复合调味品行业的产量上来看，近几年增速平稳，2019年产量为71.1万吨，同比增长了27.15%。随着城市化进程持续推进，消费者的生活步伐不断加快及连锁餐厅日益重视效率，预期复合调味料产量在未来将会急速增长。

2016-2019年中国复合调味料产量变化趋势

第二节 国内复合调味品产品行业需求量统计

一、需求量统计数据

二、产品需求分布

三、产品需求特点

第四章 市场竞争格局分析

第一节 主要产品市场分布

第二节 品牌竞争格局分析

第三节 市场竞争现状分析

第四节 市场规模分析

第五章 复合调味品产品消费者调查

第一节 品牌认可度

第二节 常用的调味品种类

第三节 鸡精/鸡粉使用状况分析

一、鸡精/鸡粉使用比例

二、不使用鸡精/鸡粉的原因

三、鸡精/鸡粉品牌认可度

第四节 调味酱使用状况分析

一、调味酱品牌认可度

二、调味酱购买/食用频率

三、调味酱食用方式

第五节 消费群体调查

一、消费群体构成

二、不同消费群体偏好调查

第六章 复合调味品所属行业进出口市场运营状况分析

第一节 复合调味品及其他调味品剂进口分析

- 一、复合调味品及其他调味品剂进口数量状况分析
- 二、复合调味品及其他调味品剂进口金额分析
- 三、复合调味品及其他调味品剂进口价格分析

第二节 复合调味品及其他调味品剂出口分析

- 一、复合调味品及其他调味品剂出口数量状况分析
- 二、复合调味品及其他调味品剂出口金额分析
- 三、复合调味品及其他调味品剂出口价格分析

第七章 复合调味品营销渠道分析

第一节 主要营销模式及典型代表分析

- 一、销售渠道分析
- 二、网络渠道分析
- 三、营销模式现状调研
- 四、经销商模式
- 五、典型案例分析

第二节 渠道新策略

- 一、新的销售渠道建设
- 二、渠道策略的新思路

第八章 典型企业与品牌分析

第一节 佛山市海天调味食品股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品系列分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 上海太太乐食品有限公司

- 一、企业基本状况分析
- 二、企业主营产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析

第三节 联合利华食品（中国）有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析

第四节 王守义十三香调味品集团有限公司

- 一、企业基本状况分析
- 二、企业发展历程分析
- 三、企业主营产品分析
- 四、企业经营情况分析

第五节 中国香港李锦记集团

- 一、企业基本状况分析
- 二、企业产品系列分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析

第六节 福建省泉州市安记食品有限公司

- 一、企业基本状况分析
- 二、企业产品系列分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析

第九章 细分产品分析

第一节 鸡精鸡粉

- 一、产品特性
- 二、产品需求状况分析
- 三、市场主要品牌
- 四、市场前景

第二节 调味酱

- 一、产品概述
- 二、产品需求状况分析
- 三、市场主要品牌
- 四、市场前景

第三节 西式复合调味品

- 一、西餐在华市场发展现状调研
- 二、西式复合调味品市场现状调研
- 三、重点西式复合调味品分析
 - (一) 西式快餐用调味品
 - (二) 西式面点用调味品
 - (三) 西式正餐用调味品
- 四、亚洲国家风味餐饮调味品市场
 - (一) 日韩风味调味品

（二）东南亚风味调味品

第四节 火锅底料

- 一、火锅餐饮业运行概况
- 二、火锅连锁餐饮主要流派
- 三、火锅底料主要品牌分析
- 四、火锅底料销售渠道分析

第十章 复合调味品产品行业投资预测分析

第一节 复合调味品产品行业未来发展方向

第二节 复合调味品产品市场规模预测分析

2021-2026年中国复合调味品市场前景预测分析

第三节 复合调味品产品竞争格局发展趋势预测分析

第十一章 主要结论及建议

第一节 主要结论及观点

- 一、占总体调味品比例提升空间
- 二、占餐饮比例提高空间很大
- 三、绝对消费量提升空间「AK LXL」

第二节 策略建议

- 一、产品策略
- 二、渠道策略
- 三、开发潜在市场建议
- 四、市场竞争策略建议

图表目录：

图表1专业划分法复合调味料的分类和种类

图表2以消费功能为标准划分的复合调味料的分类及其用途

图表3复合调味品在社会消费量零售总额中的占比状况分析

图表4调味品生产经营涉及的相关法律法规

图表5中国复合调味品产量变化趋势图

图表6中国复合调味品零售额变化趋势图

图表7复合调味品主要产品分布

图表8中国复合调味品市场规模变化趋势图

图表9消费者心中最好的调味品品牌分布

图表10消费者常用的调味品种类

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/condiment/692387.html>