

中国调味品市场深度评估与发展趋势预测报告2023-2029年

产品名称	中国调味品市场深度评估与发展趋势预测报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国调味品市场深度评估与发展趋势预测报告2023-2029年.....[报告编号]373951[出版日期] 2023年7月[出版机构] 中研华泰研究院 [交付方式] EMIL电子版或特快专递 [报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [联系人员] 刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 报告目录 章 调味品行业相关概述节 调味品的概念一、调味品的定义二、调味的基本原理三、调味品化学成分第二节 调味品的分类一、按调味品呈味感觉分类二、按调味品成品形状分类三、按调味品商品性质分类四、按调味品历史沿革分类1、代调味品2、第二代调味品3、第三代调味品第三节 调味品相关介绍一、调味品的感官鉴别二、调味品的作用分析三、复合调味品的特性 第二章 国际调味品市场评估节 欧美调味品市场评估一、西欧调味品市场概述二、欧盟调味品行业出台新规三、加拿大进口调味品的比较分析四、欧美食醋发展概况五、法国鹅肝酱产业发展迅速第二节 日本调味品市场评估一、日本天然调味料市场持续扩大二、日本酱油市场概况三、日本修订酱油质量标签标准四、日本再次修订酱油质量标签标准五、日本复合调味品介绍第三节 韩国调味品市场评估一、韩国泡菜的发展及地位二、韩国颁布泡菜卫生新标准三、韩国泡菜贸易逆差加大四、韩国泡菜发展的成功经验第四节 中国台湾调味品市场评估一、台湾调味品行业概况二、台湾酱油行业生产状况三、台湾酱油的标准与品质四、台湾下调番茄酱进口关税五、台湾修订酱油类产品卫生标准第五节 其他国家调味品市场评估一、泰国调味品市场综述二、越南胡椒市场平稳增长三、印度辣椒生产简况 第三章 2020-2023年中国调味品所属行业发展环境分析节 中国宏观经济发展环境分析一、经济发展现状分析二、当前经济主要问题三、未来经济运行与政策展望第二节 调味品行业政策环境分析一、行业监管部门二、行业监管体制1、市场准入制度2、质量管理体系三、运行抽查制度四、行业标准汇总五、行业相关政策第三节 调味品行业贸易环境分析一、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二、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、美国三、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第四节 调味品行业技术环境分析一、行业技术水平分析二、行业技术特点分析三、行业技术动态分析 第四章 中国调味品所属行业市场发展现状分析节 中国调味品行业发展概况一、我国调味品行业发展回顾二、中国调味品行业发展现状三、国内调味品行业重点企业分析四、中国调味品行业发展契机五、《调味品经销商经营管理规范》六、调味品生产模式的改造分析第二节 中国调味品市场概况分析一、我国调味品市

场发展特点二、国内调味品市场进入调整阶段三、西餐涌入带动西餐调味品发展四、消费升级带动调味品市场细分趋势

第三节 中国调味品行业竞争格局分析

一、我国调味品市场竞争加剧二、调味品行业出现化兼重组现象三、外资挺进中国调味品市场四、调味品区域品牌竞争策略五、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

第四节 中国调味品包装产业发展局势分析

一、调味品包装发展概况二、包装成为调味品行业发展动力三、调味品包装运用中存在的问题四、塑料软管包装成调味品包装新趋势

第五节 中国调味品业存在的问题及对策分析

一、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

二、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
- 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、调味品行业结构调整期应对策略

五、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、打造的团队战斗力

第五章 2020-2023年我国酱油所属行业发展分析

第一节 2020-2023年我国酱油行业发展分析

一、酱油的概念二、酱油的分类三、酱油的生产工艺及流程

第二节 2020-2023年我国酱油行业发展分析

一、我国酱油行业的发展环境二、中国酱油行业发展概况三、中、日酱油行业发展比较四、酱油生产企业投资前景研究五、国内新兴酱油产品

第三节 2020-2023年我国酱油市场评估

一、小酱油可造就大市场二、我国酱油市场竞争格局三、外资并购冲击中国酱油市场四、国内酱油市场“海天”独大

第四节 2020-2023年我国国内部分酱油消费市场评估

一、河南酱油市场二、湖北酱油市场三、广东酱油市场四、山西酱油市场

第五节 2020-2023年我国铁强化酱油行业发展分析

一、卫生部启动铁酱油计划二、“铁酱油”推广多年增速缓慢三、铁强化酱油发展又逢新契机四、铁酱油符合调味品行业发展趋势

第六章 2020-2023年我国食醋所属行业市场运营分析

第一节 2020-2023年我国食醋概述

一、食醋的概念二、食醋的分类三、食醋的生产工艺四、世界名醋特色简介

第二节 2020-2023年我国食醋行业发展分析

一、我国食醋行业概况二、国内食用醋酸发展简述三、我国醋行业中存在的问题四、促进食醋业发展的措施建议五、中小食醋企业的生存与发展

第三节 2020-2023年我国食醋市场发展分析

一、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

二、中国名醋企业联手打造醋市场三、香港名醋进军内地食醋市场

第四节 2020-2023年我国山西老陈醋市场评估

一、山西老陈醋的生产工艺和产品特色二、山西老陈醋与镇江香醋的比较分析三、山西老陈醋的发展困境四、山西醋业发展对策五、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

第五节 2020-2023年我国食醋行业技术与工艺介绍

一、中国食醋酿造技术概况二、固态发酵法生产食醋技术三、食醋酿造技术的革新与发展四、我国食醋酿造技术发展趋势

第七章 2020-2023年我国味精市场评估

第一节 2020-2023年我国味精行业发展概况

一、我国味精行业发展回顾二、我国味精行业总体发展分析三、中国味精行业贯彻实施新国标四、我国逐步淘汰纯度80%味精

第二节 2020-2023年我国味精市场发展分析

一、国内味精市场需求依然巨大二、欧盟向中国出口味精征收反倾销税三、国内味精市场价格分析四、我国味精进口状况浅析五、我国味精出口状况浅析

第八章 2020-2023年我国鸡精（鸡粉）所属行业发展概况

第一节 2020-2023年我国鸡精（鸡粉）行业发展概况

一、我国鸡精（鸡粉）行业总体状况二、我国鸡精行业基本特点三、中国鸡精行业标准之路四、我国鸡粉行业步入有序竞争期

第二节 2020-2023年我国鸡精市场评估

一、我国鸡精市场发展综述二、国内鸡精市场的总体格局三、华南鸡精市场品牌竞争状况四、鸡精市场消费分析五、鸡精企业营销模式分析

第三节 2020-2023年我国鸡精行业swot分析

一、优势（strength）二、劣势（weakness）三、机遇（opportunity）四、威胁（threats）

第四节 2020-2023年我国鸡精（鸡粉）行业生产技术及工艺

一、鸡精（鸡粉）生产配方及检验标准二、鸡精的生产配料三、鸡精生产工艺四、肉香型鸡精生产新工艺五、鸡精生产技术的发展趋势

第九章 2020-2023年我国其他调味品所属行业发展概况

第一节 2020-2023年我国番茄酱行业发展概况

一、我国番茄酱行业概况二、我国番茄酱出口价格情况三、我国番茄酱行业发展概况四、制约我国番茄酱出口的瓶颈因素五、我国番茄酱行业投资前景研究

第二节 2020-2023年我国胡椒行业发展概况

一、中国胡椒生产概况二、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

三、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

四、提升中国胡椒产品国际竞争力的建议

第三节 2020-2023年我国复合调味料行业发展概况

一、复合调味品市场主要产品二、复合调味品市场占有率较低的原因三、复合调味品企业须增强精品意识四、复合调味品发展呈现的趋势

第四节 2020-2023年我国香辛料行业发展概况

一、调味品领域的几种主要香辛料二、我国香辛料加工行业概况三、香辛料调味品开发应注意的问题四、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第五节 2020-2023年我国酱腌菜行业发展概况一、酱腌菜行业新标准实施二、酱腌菜行业分销渠道存在的问题三、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节 上游一、上游行业市场概况二、上游原材料价格影响分析三、上游粮食原料市场评估1、豆类发展分析2、小麦发展分析3、玉米发展分析4、稻谷发展分析四、上游香料市场发展分析1、八角茴香2、胡椒3、花椒4、孜然五、上游鲜菜类原料市场发展分析1、辣椒2、姜3、蒜4、葱第二节 下游一、调味品下游市场评估1、家庭调味品消费情况2、家庭调味品品类增速二、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三、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节 佛山市海天调味食品股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第二节 珠江桥生物科技股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第三节 加加食品集团股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第四节 江苏恒顺醋业股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第五节 梅花生物科技集团股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第六节 广东佳隆食品股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第七节 安记食品股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第八节 河南莲花健康产业股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第九节 千禾味业食品股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划第十节 仲景大厨房股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品三、企业竞争优势四、企业经营状况分析五、企业发展规划 第十二章 2020-2023年我国调味品行业营销分析节 2020-2023年我国调味品行业的营销渠道一、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）零售业变化趋势二、餐饮业渠道分析（一）渠道特点（二）渠道策略（三）调味品专卖店第二节 2020-2023年我国调味品行业消费者分析一、消费者如何认定产品品质二、消费者是怎么看待品牌三、消费结构与使用的理由第三节 2020-2023年我国调味品行业经销商分析一、调味品经销商简述二、大型调味品经销商的经营特点三、调味品经销商逐步转型四、家族式调味品经销商投资前景研究第四节 我国以太太乐为例分析调味品售点营销模式一、主要终端渠道的售点细分和定位二、餐饮渠道的售点细分和定位三、零售渠道的售点细分和定位第五节 2020-2023年我国调味品行业营销案例分析一、华南调味品市场营销策略大战二、梅花味精的绿色营销三、加加酱油凭借独特成就经典四、“年份调味品”营销策略的误区 第十三章 2023-2027年调味品行业发展趋势分析节 2023-2027年中国调味品市场趋势分析一、2020-2023年我国调味品市场趋势总结二、2023-2027年我国调味品发展趋势分析第二节 2023-2027年调味品产品发展趋势分析一、2023-2027年调味品产品技术趋势分析二、2023-2027年调味品产品价格趋势分析第三节 2023-2027年中国调味品行业供需预测一、2023-2027年中国调味品供给预测二、2023-2027年中国调味品需求预测第四节 2023-2027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 调味品行业行业前景调研预警节 影响调味品行业发展的主要因素一、2023-2027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二、2023-2027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三、2023-2027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四、2023-2027年我国调味品行业发展面临的挑战五、2023-2027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、电商渠道机会第二节 调味品行业行业前景调研预警一、2023-2027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二、2023-2027年调味品行业政策风险预测三、2023-2027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、持续经营风险四、2023-2027年调味品行业技术风险预测五、2023-2027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六、2023-2027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节 调味品价格策略分析一、调味品价格策略分析二、调味品渠道策略分析第二节 销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析第三节 提高调味品企

业竞争力的策略一、提高中国调味品企业核心竞争力的对策二、调味品企业提升竞争力的主要方向三、影响调味品企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高调味品企业竞争力的策略第四节 对我国调味品品牌的战略思考一、调味品实施品牌战略的意义二、调味品企业品牌的现状分析三、我国调味品企业的品牌战略四、调味品品牌战略管理的策略 图表目录 图表：2020-2023年中国季度gdp增长率走势分析图单位：% 图表：2020-2023年中国分产业季度gdp增长率走势分析图单位：% 图表：2020-2023年中国工业增加值走势分析图单位：% 图表：2020-2023年中国固定资产投资走势分析图单位：% 图表：2020-2023年中国东、中、西部地区固定资产投资走势分析图单位：% 图表：2020-2023年中国社会消费品零售总额走势分析图单位：亿元，% 图表：2020-2023年中国社会消费品零售总额构成走势分析图单位：% 图表：2020-2023年中国cpi、ppi走势分析图单位：% 图表：2020-2023年中国企业商品价格指数走势分析图（上年同期为100） 图表：2020-2023年中国月度进出口走势分析图单位：% 图表：2020-2023年中国货币供应量走势分析图单位：亿元 图表：2020-2023年中国存、贷款量走势分析图单位：亿元 % 图表：2020-2023年中国汇储备总额走势分析图单位：亿美元、% 图表：调味品行业部分标准 图表：调味品行业部分政策 图表：2022年中国调味品行业重点企业分析 图表：中、日酱油行业发展比较 图表：2020-2023年中国酱油产量分析 图表：2022年我国酱油品牌市场份额分析 图表：2020-2023年河南省酱油消费市场评估 图表：2020-2023年湖北省酱油消费市场评估 图表：2020-2023年广东省酱油消费市场评估 图表：2020-2023年山西省酱油消费市场评估 图表：2020-2023年国内味精市场价格分析 图表：2020-2023年中国味精进口状况浅析 图表：2020-2023年中国味精出口状况浅析 图表：2020-2023年中国鸡精产量分析 图表：2020-2023年中国鸡精人均消费量分析