

2020-2026年中国调味品市场 评估与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国调味品市场评估与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/169101.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中国调味品的研制及食用历史都非常久远，随着人们饮食结构的改变，调味品的种类越来越多。在整个调味品行业的销售过程中，餐饮业占据十分重要的位置。整个的调味品行业销售过程中70%的调味品销售是来自于餐饮领域的。这也充分说明，餐饮业的快速发展，也在一定程度上推动了调味品行业的快速进步。调味品行业内的大规模整合的时代已经来临，随着国际调味品市场的整合，中国的中小企业无论是在经济管理实力方面，还是在科学技术资源上都存在很大的差距，非常容易受到知名品牌的打压。为了应对越来越激烈的市场竞争环境，部分中小企业坚持研发属于自己的特色产品，使企业的核心产品得到加强。

随着这些年的快速发展，调味品已经出现大品牌相互角逐的现象，卖方主导市场的现象已经不复存在。各大企业对消费者占据的地位已经有了充分的认识，从根本上进行了转变。所以，在做大做强的基础上，对市场细分方面必须要重视起来，将自己的品牌形象树立起来。

调味品虽然对味觉感受非常重视，但是随着人们生活质量的提高，对于健康营养方面也越来越关注。传统的调味品还有功能性的调味料，已经逐渐向着专业化的方向发展。随着市场的快速发展以及人们需求的提高，功能型的调味品有了更多的种类，通过提取以及深加工这些原料制作的调味品大量进入市场。随着科学技术的发展，在调味品生产加工过程当中，已经越来越多的应用到了生物以及化学技术，从应用基因工程菌一直到风味物质的分离以及提取，产品的科技含量越来越高。这些生物技术以及化学技术不但使调味品的质量得到了提高，也使调味品的理化、微生物等技术的指标更加符合国际标准。

中国目前的调味品生产企业呈现逐年递增的态势，调味品虽然属于一种“小产品”种类，但是作为中国的传统食品，营销模式比较固定。销售出去的传统调味品，大部分都是用于家庭或者餐饮消费，主要的销售渠道有：连锁超市、零售、调料店、便利店，等等。这些渠道在运营手段有非常大的差异性，不同的渠道对于品牌以及配送的方式也有很大的不同。

报告目录第一章 调味品行业发展背景

第一节 调味品行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

1、味精

2、酱油、食醋及类似制品

3、其他调味品、发酵制品

三、行业在国民经济中的地位

第二节 调味品产业链结构简述

一、调味品上游市场分析

- 1、大豆产销情况与价格走势
- 2、小麦产销情况与价格走势
- 3、大米产销情况与价格走势
- 4、玉米产销情况与价格走势
- 5、肉制品原料市场发展分析
- 6、调味品包装市场发展分析

二、调味品下游需求市场分析

1、调味品消费终端需求分析

- (1) 餐饮行业需求容量预测
- (2) 食品加工行业需求容量预测
- (3) 家庭消费需求容量预测
- (4) 调味品消费终端需求容量预测

2、调味品流通环节需求分析

第三节 基于物联网的调味品安全管理研究

一、调味品产业链中存在的问题

- 1、缺乏污染物监测研究, 积累安全风险因子
- 2、检测技术落后, 威胁消费者健康
- 3、供需物流不平衡, 运输环节浪费严重
- 4、行业未完成市场整合, 信息披露不完整

二、物联网在调味品产业链的应用研究

- 1、实时检测原材料供应, 实现信息共享
- 2、获取生产加工数据, 避免无处溯源
- 3、同步监控运输存储环节, 降低物流成本
- 4、及时披露销售消费问题, 消除信息不对称

第二章 调味品行业市场环境及影响分析 (PEST)

第一节 调味品行业政治法律环境 (P)

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、调味品行业标准
- 四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、调味品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、调味品技术分析

二、调味品技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第三章 中国调味品行业运行现状分析

第一节 中国调味品行业发展状况分析

一、中国调味品行业发展阶段

二、中国调味品行业发展概况

三、中国调味品行业发展特点

四、中国调味品行业市场规模

五、中国调味品行业商业模式

第二节 调味品行业经营情况分析

一、调味品行业盈利能力分析

二、调味品行业运营能力分析

三、调味品行业偿债能力分析

四、调味品行业发展能力分析

第三节 调味品行业经济指标分析

一、调味品行业经济效益影响因素

1、宏观经济

2、原材料价格

3、政策因素

二、调味品行业经济指标分析

三、不同性质企业经济指标分析

四、不同地区企业经济指标分析

第四章 调味品行业市场运行状况分析

第一节 2016-2019年调味品市场情况分析

- 一、中国调味品市场总体概况
- 二、中国调味品产品市场发展分析
- 三、中国调味品市场价格影响因素
- 四、中国调味品产品价格走势分析

第二节 调味品行业供需平衡分析

- 一、全国调味品行业供给情况分析
- 二、各地区调味品行业供给情况分析
- 三、全国调味品行业需求情况分析
- 四、各地区调味品行业需求情况分析
- 五、全国调味品行业产销率分析

第三节 新零售背景下调味品企业商业模式探究

- 一、调味品企业发展现状
- 二、调味品企业商业模式SWOT分析
- 三、新零售背景下调味品企业的商业模式分析
 - 1、用户价值主张
 - 2、运营模式
 - 3、营销模式
 - 4、盈利模式
- 四、新零售背景下调味品企业的商业模式实施策略
 - 1、加大对调味品企业新零售商业模式宣传力度
 - 2、加深对调味品企业上下游产业链协同发展力度
 - 3、加强对调味品企业产品创新与打造强势品牌力度

第五章 调味品重点子行业市场状况分析

第一节 味精市场发展状况分析

- 一、味精行业运行指标分析
 - 1、味精行业产值规模分析
 - 2、味精行业销售规模分析
 - 3、味精行业供需平衡分析
 - 4、味精行业财务状况分析
- 二、味精行业产品结构分析

三、味精行业竞争格局分析

四、主要味精品牌成功经验

五、味精行业发展威胁分析

六、味精行业产能变化分析

七、味精行业市场规模预测

第二节 酱油、食醋市场发展分析

一、酱油、食醋行业运行指标分析

1、酱油、食醋行业产值规模分析

2、酱油、食醋行业销售规模分析

3、酱油、食醋行业供需平衡分析

4、酱油、食醋行业财务状况分析

二、酱油、食醋行业产品结构分析

三、酱油、食醋行业竞争格局分析

四、主要酱油、食醋品牌成功经验

五、酱油、食醋行业发展威胁分析

六、酱油、食醋行业产量变化分析

七、酱油、食醋行业市场规模预测

第三节 香辛料市场发展分析

一、香辛料行业运行指标分析

二、香辛料行业产品结构分析

三、香辛料行业竞争格局分析

四、主要香辛料品牌成功经验

五、香辛料行业发展威胁分析

六、香辛料行业产能变化分析

七、香辛料行业市场规模预测

第四节 酱类市场发展状况分析

一、酱类行业运行指标分析

二、酱类行业产品结构分析

三、酱类行业竞争格局分析

四、主要酱类品牌成功经验

五、酱类行业发展威胁分析

六、酱类行业产量变化分析

七、酱类行业市场容量预测

第五节 复合调味料市场分析

一、复合调味料行业运行指标分析

二、复合调味料行业产品结构分析

三、复合调味料行业竞争格局分析

四、主要复合调味料品牌成功经验

五、复合调味料行业发展威胁分析

六、复合调味料行业产量变化分析

七、复合调味料行业市场规模预测

第六章 中国调味品行业营销趋势及策略分析

第一节 调味品行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、调味品营销环境分析与评价

1、国际环境下的调味品

2、企事业需求下的调味品

3、中国调味品市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 调味品行业营销策略分析

一、中国调味品营销概况

二、调味品营销策略探讨

1、中国调味品产品营销策略浅析

2、调味品新产品的市场推广策略

3、调味品细分产品营销策略分析

第三节 调味品营销的发展趋势

一、未来调味品市场营销的出路

二、中国调味品营销的趋势预测

三、中国调味品营销的模式预测

第四节 调味品市场营销模式与面临的挑战

第七章 调味品行业区域市场产销需求分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特征分析

第二节 行业重点区域产销情况分析

一、华北地区调味品行业产销情况分析

1、北京市调味品行业产销情况分析

2、天津市调味品行业产销情况分析

3、河北省调味品行业产销情况分析

4、山西省调味品行业产销情况分析

5、内蒙古调味品行业产销情况分析

二、东北地区调味品行业产销情况分析

1、吉林省调味品行业产销情况分析

2、辽宁省调味品行业产销情况分析

3、黑龙江省调味品行业产销情况分析

三、华东地区调味品行业产销情况分析

1、上海市调味品行业产销情况分析

2、江苏省调味品行业产销情况分析

3、浙江省调味品行业产销情况分析

4、山东省调味品行业产销情况分析

5、福建省调味品行业产销情况分析

6、江西省调味品行业产销情况分析

7、安徽省调味品行业产销情况分析

四、华中地区调味品行业产销情况分析

1、湖南省调味品行业产销情况分析

2、湖北省调味品行业产销情况分析

3、河南省调味品行业产销情况分析

五、华南地区调味品行业产销情况分析

1、广东省调味品行业产销情况分析

2、广西调味品行业产销情况分析

六、西南地区调味品行业产销情况分析

1、四川省调味品行业产销情况分析

2、重庆市调味品行业产销情况分析

3、贵州省调味品行业产销情况分析

4、云南省调味品行业产销情况分析

七、西北地区调味品行业产销情况分析

1、陕西省调味品行业产销情况分析

2、甘肃省调味品行业产销情况分析

3、青海省调味品行业产销情况分析

4、宁夏调味品行业产销情况分析

5、新疆调味品行业产销情况分析

第八章 调味品行业竞争格局与进出口分析

第一节 国外调味品市场发展概况

一、主要国家及地区市场分析

1、欧洲调味品市场发展分析

2、美加调味品市场发展分析

3、日本调味品市场发展分析

4、韩国调味品市场发展分析

5、越南调味品市场发展分析

二、国外调味品市场发展趋势

1、单一调味品产销量呈下降趋势

2、复合调味料、天然调味料和各种花色调味品呈上升趋势

3、东方调味品与西餐调味品融合的速度加快

三、跨国调味品企业在华布局

1、日本龟甲万株式会社（Kikkoman）在华投资布局分析

2、英国联合利华公司（Unilever）在华投资布局分析

3、瑞士雀巢公司（Nestle）在华投资布局分析

4、日本味滋康集团（mizkan）在华投资布局分析

5、美国亨氏（Heinz）食品集团在华投资布局分析

第二节 国内调味品行业竞争状况

一、国内调味品行业竞争格局

- 1、外资利用技术、资本和管理优势占领高端
- 2、本土民企强势崛起应对外资扩张
- 3、中小企业立足区域突围全国

二、国内调味品行业集中度分析

- 1、行业销售集中度分析
- 2、行业资产集中度分析
- 3、行业利润集中度分析

三、调味品行业五力分析

- 1、调味品行业对上游议价能力分析
- 2、调味品行业对下游议价能力分析
- 3、调味品行业现有企业竞争分析
- 4、调味品行业潜在进入者威胁分析
- 5、调味品行业替代品威胁分析
- 6、调味品行业五力分析总结

第三节 行业投资兼并与重组整合分析

一、国际调味品企业在华投资兼并与重组整合

- 1、国际调味品企业在华投资兼并购重组现状
- 2、国际调味品企业在华投资兼并购重组趋势

二、国内调味品企业投资兼并与重组整合

- 1、国内调味品企业投资兼并购重组现状
- 2、国内调味品企业业投资兼并购重组趋势

第四节 国内调味品行业进出口分析

一、调味品行业进出口状况综述

二、调味品行业出口市场分析

三、调味品行业进口市场分析

四、调味品行业进出口前景及建议

第九章 调味品行业领先企业经营形势分析

第一节 佛山市海天调味食品股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业组织结构分析

- 四、企业主要产品分析
- 五、企业销售渠道分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业区域布局分析
- 八、企业经营优劣势分析
- 九、企业最新动态分析

第二节 上海太太乐食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主要经营指标分析
- 三、企业最新产品分析
- 四、企业组织结构分析
- 五、企业生产工艺分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业销售渠道分析
- 八、企业产品市场份额分析
- 九、企业发展规划分析
- 十、企业市场布局分析

第三节 李锦记（中国）销售有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业发展规划分析
- 五、企业行业影响力分析
- 六、企业销售网络分析
- 七、企业品牌战略分析
- 八、企业技术工艺分析
- 九、企业发展战略分析
- 十、企业最新动态分析

第四节 北京二商王致和食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业组织框架分析

- 四、企业研发实力分析
- 五、企业品牌战略分析
- 六、企业产业布局分析
- 七、企业市场影响力分析
- 八、企业发展规划分析
- 九、企业最新动态分析

第五节 驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业销售指标分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业营销网络分析
- 六、企业区域布局分析
- 七、企业品牌战略分析
- 八、企业最新动态分析
- 九、企业发展前景分析

第六节 广东美味鲜调味食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业生产工艺分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业市场渠道分析
- 六、企业并购重组分析
- 七、企业发展战略分析
- 八、企业市场影响力分析
- 九、企业经营优劣势分析
- 十、企业最新动态分析

第七节 江苏恒顺集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主要经营指标分析
- 三、企业最新产品分析
- 四、企业组织结构分析

- 五、企业生产工艺分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业销售渠道分析
- 八、企业产品市场份额分析
- 九、企业发展规划分析
- 十、企业市场布局分析

第八节 加加食品集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业销售指标分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业营销网络分析
- 六、企业区域布局分析
- 七、企业品牌战略分析
- 八、企业最新动态分析
- 九、企业发展前景分析

第九节 上海味好美食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业发展规划分析
- 五、企业行业影响力分析
- 六、企业销售网络分析
- 七、企业品牌战略分析
- 八、企业技术工艺分析
- 九、企业发展战略分析
- 十、企业最新动态分析

第十节 四川李记食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业组织结构分析
- 四、企业主要产品分析

- 五、企业销售渠道分析
- 六、企业品牌影响力分析
- 七、企业区域布局分析
- 八、企业经营优劣势分析
- 九、企业最新动态分析

第十一节 四川清香园调味品股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业组织框架分析
- 四、企业研发实力分析
- 五、企业品牌战略分析
- 六、企业产业布局分析
- 七、企业市场影响力分析
- 八、企业发展规划分析
- 九、企业最新动态分析

第十二节 四川天味食品集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业生产工艺分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业市场渠道分析
- 六、企业并购重组分析
- 七、企业发展战略分析
- 八、企业市场影响力分析
- 九、企业经营优劣势分析
- 十、企业最新动态分析

第十三节 南京云露调味品发展有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业销售指标分析
- 四、企业产品结构分析
- 五、企业营销网络分析

六、企业区域布局分析

七、企业品牌战略分析

八、企业最新动态分析

九、企业发展前景分析

第十四节 中盐宏博（集团）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业发展规划分析

五、企业行业影响力分析

六、企业销售网络分析

七、企业品牌战略分析

八、企业技术工艺分析

九、企业发展战略分析

十、企业最新动态分析

第十五节 爱普香料集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织结构分析

四、企业主要产品分析

五、企业销售渠道分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业区域布局分析

八、企业经营优劣势分析

九、企业最新动态分析

第十六节 漯河双汇海樱调味料食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业组织框架分析

四、企业研发实力分析

五、企业品牌战略分析

六、企业产业布局分析

七、企业市场影响力分析

八、企业发展规划分析

九、企业最新动态分析

第十七节 天津市天立独流老醋股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售指标分析

四、企业产品结构分析

五、企业营销网络分析

六、企业区域布局分析

七、企业品牌战略分析

八、企业最新动态分析

九、企业发展前景分析

第十八节 上海宝鼎酿造有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主要经营指标分析

三、企业最新产品分析

四、企业组织结构分析

五、企业生产工艺分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业销售渠道分析

八、企业产品市场份额分析

九、企业发展规划分析

十、企业市场布局分析

第十九节 广州市致美斋酱园有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业生产工艺分析

四、企业产品结构分析

五、企业市场渠道分析

六、企业并购重组分析

七、企业发展战略分析

八、企业市场影响力分析

九、企业经营优劣势分析

十、企业最新动态分析

第二十章 北京和田宽食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织结构分析

四、企业主要产品分析

五、企业销售渠道分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业区域布局分析

八、企业经营优劣势分析

九、企业最新动态分析

第二十一章 沈阳红梅食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业组织框架分析

四、企业研发实力分析

五、企业品牌战略分析

六、企业产业布局分析

七、企业市场影响力分析

八、企业发展规划分析

九、企业最新动态分析

第二十二章 哈尔滨正阳河调味食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主要经营指标分析

三、企业最新产品分析

四、企业组织结构分析

五、企业生产工艺分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业销售渠道分析

八、企业产品市场份额分析

九、企业发展规划分析

十、企业市场布局分析

第二十三节 山西水塔醋业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业生产工艺分析

四、企业产品结构分析

五、企业市场渠道分析

六、企业并购重组分析

七、企业发展战略分析

八、企业市场影响力分析

九、企业经营优劣势分析

十、企业最新动态分析

第二十四节 浙江五味和食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业组织框架分析

四、企业研发实力分析

五、企业品牌战略分析

六、企业产业布局分析

七、企业市场影响力分析

八、企业发展规划分析

九、企业最新动态分析

第二十五节 厦门夏商淘化大同食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主要经营指标分析

三、企业最新产品分析

四、企业组织结构分析

五、企业生产工艺分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业销售渠道分析

八、企业产品市场份额分析

九、企业发展规划分析

十、企业市场布局分析

第二十六节 青岛灯塔酿造有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业销售指标分析

四、企业产品结构分析

五、企业营销网络分析

六、企业区域布局分析

七、企业品牌战略分析

八、企业最新动态分析

九、企业发展前景分析

第二十七节 山东玉兔食品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织结构分析

四、企业主要产品分析

五、企业销售渠道分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业区域布局分析

八、企业经营优劣势分析

九、企业最新动态分析

第二十八节 上海鼎丰酿造食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业发展规划分析

五、企业行业影响力分析

六、企业销售网络分析

七、企业品牌战略分析

八、企业技术工艺分析

九、企业发展战略分析

十、企业最新动态分析

第二十九节 贵阳味莼园食品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营指标分析

三、企业生产工艺分析

四、企业产品结构分析

五、企业市场渠道分析

六、企业并购重组分析

七、企业发展战略分析

八、企业市场影响力分析

九、企业经营优劣势分析

十、企业最新动态分析

第三十节 上海淘大食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业发展规划分析

五、企业行业影响力分析

六、企业销售网络分析

七、企业品牌战略分析

八、企业技术工艺分析

九、企业发展战略分析

十、企业最新动态分析

第十章 调味品行业发展前景与投资建议

第一节 2020-2026年调味品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 非遗视角下中国传统调味品的创新发展

一、国内探索:非物质文化遗产与调味品

1、传统的固守:“镇江恒顺香醋酿制技艺”;

2、产业化开发:“清徐老陈醋酿制技艺”;

3、可持续保护:“绍兴黄酒酿制技艺”;

二、国际借鉴:龟甲万的传统与现代

- 1、品质为本
- 2、多元经营
- 3、强化品牌
- 4、珍视遗产

三、聚焦当下:国内企业的开拓与创新

- 1、科技创新
- 2、营销创新
- 3、服务创新

四、展望未来:中国调味品的创新发展

- 1、非遗创新发展与资源创造转化
- 2、紧跟技术前沿
- 3、产品创新是发展的核心动力
- 4、文化意识是创新的源动力

第三节 调味品行业发展趋势分析

- 一、品项创新细分、多元化
- 二、行业技术研发高端化
- 三、渠道运营多样化
- 四、产品绿色化

第四节 调味品行业发展路径分析

- 一、调味品品牌专营化发展路径
- 二、调味品渠道多样化运营路径
- 三、区域调味品品牌全国化路径

第五节 调味品行业市场拓展策略

一、酱油行业市场拓展策略

- 1、价格优势策略
- 2、规模扩张策略
- 3、低成本品牌扩展策略
- 4、中端市场突破策略

二、食醋行业市场拓展策略

- 1、精准定位策略
- 2、区域资源优势策略

3、消费大众口碑策略

三、复合调味料市场营销策略

1、区域差异化策略

2、营销方式多元化策略

四、调味酱市场营销策略

1、产品差异化营销策略

2、提高竞争层次营销策略

第六节 调味品行业产品开发建议

一、营养强化系列产品开发建议

二、营养调整系列产品开发建议

三、特殊人群系列产品开发建议

四、温馨家庭系列产品开发建议

五、健康素食系列产品开发建议

第十一章 2020-2026年调味品行业投资分析

第一节 调味品行业投资特性分析

一、调味品行业进入壁垒分析

二、调味品行业盈利因素分析

三、调味品行业盈利模式分析

第二节 调味品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、调味品行业投资现状分析

1、调味品产业投资经历的阶段

2、2016-2019年调味品行业投资状况回顾

3、2016-2019年中国调味品行业风险投资状况

4、2020-2026年中国调味品行业的投资态势

第三节 2020-2026年调味品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、调味品行业投资机遇

第四节 2020-2026年调味品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第五节 中国调味品行业投资建议

- 一、调味品行业未来发展方向
- 二、调味品行业主要投资建议
- 三、中国调味品企业融资分析
 - 1、中国调味品企业IPO融资分析
 - 2、中国调味品企业再融资分析

第十二章 2020-2026年调味品行业面临的困境

第一节 2019年调味品行业面临的困境

第二节 调味品企业面临的困境及对策

- 一、重点调味品企业面临的困境及对策
 - 1、重点调味品企业面临的困境
 - 2、重点调味品企业对策探讨
- 二、中小调味品企业发展困境及策略分析
 - 1、中小调味品企业面临的困境
 - 2、中小调味品企业对策探讨
- 三、国内调味品企业的出路分析

第三节 中国调味品行业存在的问题及对策

- 一、中国调味品行业存在的问题
- 二、调味品行业发展的建议对策
 - 1、把握国家投资的契机
 - 2、竞争性战略联盟的实施
 - 3、企业自身应对策略
- 三、市场的重点客户战略实施
 - 1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国调味品市场发展面临的挑战与对策

第十三章 调味品行业发展战略研究

第一节 调味品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国调味品品牌的战略思考

一、调味品品牌的重要性

二、调味品实施品牌战略的意义

三、调味品企业品牌的现状分析

四、中国调味品企业的品牌战略

五、调味品品牌战略管理的策略

第三节 调味品经营策略分析

一、调味品市场细分策略

二、调味品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、调味品新产品差异化战略

第四节 调味品行业投资战略研究

一、2020-2026年调味品行业投资战略

二、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 调味品行业研究结论及建议

第二节 调味品子行业研究结论及建议

第三节 调味品行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：调味品、发酵制品制造行业分类示意图

图表：不同味精产品成分对比

图表：酱油、食醋及类似制品原材料比对

图表：其他调味品、发酵制品及其细分产品

图表：调味品行业工业总产值及在GDP比重

图表：调味品行业进入壁垒分析表

图表：调味品行业盈利模式分析表

图表：调味品需求终端构成占比情况

图表：主要农产品价格与调味品行业毛利率走势比较

图表：中国调味品行业发展的主要特点

图表：调味品行业经营效益分析

图表：中国调味品行业盈利能力分析

图表：中国调味品行业运营能力分析

图表：中国调味品行业偿债能力分析

图表：中国调味品行业发展能力分析

图表：调味品行业主要经济指标统计表

图表：国有调味品企业主要经济指标统计表

图表：全国调味品行业产销率变化趋势图

图表：调味品产业链

图表：肉制品加工业产成品变化趋势

图表：城镇居民在外就餐支出的收入弹性

图表：2020-2026年中国餐饮行业调味品需求规模预测

图表：2020-2026年中国食品加工行业调味品需求预测

图表：城镇居民调味品消费支出的收入弹性

图表：2020-2026年中国家庭消费调味品需求容量预测

图表：2020-2026年中国调味品需求容量预测

图表：味之素株式会社沿革表

图表：外资调味品企业在华流派

图表：本土调味品企业崛起途径

图表：中国调味品行业前10名厂商销售额及销售份额

图表：中国调味品行业前10名厂商资产规模

图表：中国调味品行业前10名厂商利润情况

图表：调味品行业对上游议价能力分析

图表：调味品行业对下游议价能力分析

图表：调味品行业现有企业竞争分析

图表：调味品行业潜在进入者威胁分析

图表：调味品行业替代品威胁分析

图表：调味品行业五力分析结论

图表：2016-2019年中国调味品行业进出口状况表

图表：2016-2019年调味品行业产品出口总额情况

图表：中国调味品行业出口产品

图表：调味品行业出口产品结构

图表：2016-2019年调味品行业产品进口总额情况

图表：2020-2026年味精行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169101.html>