

2024-2030年中国复合调味料市场深度调查与投资 战略咨询报告

报告大纲

共研网

www.gonyn.com

一、报告简介

官网地址：<https://www.gonyn.com/report/1704789.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500元

订购电话: 010-69365838 / 400-700-9228

电子邮箱: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

二、报告目录及图表目录

复合调味料，又称“速冻复合调味料”、“速冻食品”，指以农产品、畜禽和水产品等为主要原料，经前处理及配制加工后，采用速冻工艺，并在冻结状态下储存、运输和销售的包装食品。在英语国家中叫做“Prepared foods（即预处理或预加工食品）；在日本通常称为“Process foods”（即加工食品）。复合调味料既能最大限度地保持食品本身的色泽风味及营养成分，又能有效地抑制微生物的活动，保证食用安全且烹调方便，节约了人们的备餐时间，是最主要的速冻食品消费种类。

我国调味品行业现阶段集中度较低，未来仍有较大提升空间。调味品行业是日常消费品中最分散的子行业，Euromonitor数据显示零售市场CR10（前十名企业的市场占有率）仅为29%，远低于其他品类；考虑到餐饮和食品加工业渠道市场份额更为分散，估算整个行业CR5仅为15%左右。与发达国家相比，中国调味品行业集中度远低于其他国家，以酱油为例，日本酱油CR3接近50%，而中国仅为20%。

由于我国地域广阔，各地民众口味与烹饪方法千差万别，菜系类别丰富，我国复合调味料行业品类繁多，如动物性、植物性的调味粉，川渝口味的火锅料等，一部分企业多由传统调味品企业发展而来，总体上大多数企业呈现“小而散”的格局，且区域性品牌较多，行业集中度低。行业暂未形成龙头企业，成长空间大，市场渗透率和竞争程度不高。

另一方面，面向鸡肉调理食品企业的调味料企业，多为伴随对日本等国家的出口市场产生和发展，主要生产裹粉、裹浆、腌制粉等粉体类调味料，腌制液、调味液等液体类调味料等。行业内主要以少数几家外资企业为主，竞争格局较稳定。粉体类调味料如新日清制粉食品（青岛）有限公司，液体类调味料如苏州食研食品有限公司等。由于出口导向型调味品企业具有国外终端客户、食品安全控制与品牌信任度的行业壁垒，新进竞争者难以在短时间之内进入。

共研网发布的《2024-2030年中国复合调味料市场深度调查与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

第一章 复合调味料行业相关概述

第一节 复合调味料行业定义

第二节 复合调味料发展历程

第二章 2022年中国复合调味料行业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

第二节 中国复合调味料行业社会环境分析

第三节 复合调味料技术环境

第三章 全球复合调味料行业发展分析

第一节 2022-2023年全球复合调味料市场分析

- 一、全球复合调味料市场分析
- 二、全球复合调味料市场需求分析

第二节 2022-2023年全球部分地区复合调味料市场发展分析

第四章 中国复合调味料行业发展现状分析

第一节 2022-2023年复合调味料行业发展现状

- 一、复合调味料行业发展概况
- 二、复合调味料行业生产状况分析

第二节 2022-2023年复合调味料企业发展分析

第三节 2022-2023年复合调味料行业经济运行分析

第四节 2022-2023年复合调味料市场发展分析

第五节 复合调味料行业面临的挑战及发展建议

第五章 中国复合调味料消费市场分析

第一节 2022-2023年复合调味料客户特征分析

第二节 2022-2023年复合调味料客户对复合调味料选择的调查

第三节 2022-2023年复合调味料行业影响客户选购因素分析

- 一、价格因素
- 二、质量因素
- 三、品牌的影响

第四节 2022-2023年复合调味料市场客户费渠道分析

第六章 中国复合调味料行业市场营销战略分析

第一节 复合调味料企业营销分析

- 一、复合调味料市场营销现状
- 二、复合调味料品牌成功因素分析
- 三、复合调味料企业营销战略研究

第二节 复合调味料营销渠道分析

- 一、复合调味料销售渠道构成
- 二、复合调味料营销渠道策略分析

第三节 复合调味料行业营销策略分析

第七章 2018-2022年中国复合调味料行业数据监测

- 第一节 2018-2022年行业偿债能力分析
- 第二节 2018-2022年行业盈利能力分析
- 第三节 2018-2022年行业发展能力分析
- 第四节 2018-2022年行业企业数量及变化趋势

第八章 中国复合调味料行业供需发展分析

- 第一节 2022-2023年复合调味料行业发展现状
- 第二节 2019-2022年复合调味料市场供需分析

第九章 中国复合调味料行业发展分析

- 第一节 2022-2023年复合调味料市场发展分析
 - 一、复合调味料发展分析
 - 二、复合调味料市场发展有利因素分析
 - 三、复合调味料市场消费特点分析
- 第二节 2019-2022年复合调味料出口状况分析
 - 一、复合调味料出口数量及金额分析
 - 二、复合调味料主要出口市场分析
- 第三节 2022-2023年复合调味料行业存在的问题及对策

第十章 中国复合调味料行业竞争格局分析

- 第一节 2022-2023年复合调味料行业竞争结构分析
 - 一、复合调味料种类品牌竞争
 - 二、复合调味料技术创新竞争
 - 三、复合调味料销售渠道竞争
- 第二节 2022-2023年复合调味料区域市场格局分析

第十一章 中国复合调味料市场竞争分析

- 第一节 2022-2023年复合调味料行业集中度分析
- 第二节 2022-2023年复合调味料市场竞争分析
- 第三节 2019-2022年主要企业分析
 - 一、新日清制粉食品（青岛）有限公司
 - 二、上海松江宝立食品有限公司
 - 三、佛山市海天调味食品股份有限公司

- 四、安记食品股份有限公司
- 五、苏州食研食品有限公司
- 六、荏原食品（上海）有限公司
- 七、青岛有明食品有限公司

第十二章 中国复合调味料行业发展前景分析

第一节 2023-2029年复合调味料市场发展前景分析

- 一、2023-2029年复合调味料市场发展潜力分析
- 二、2023-2029年复合调味料市场发展前景分析

第二节 2023-2029年复合调味料产品市场发展前景分析

第十三章 2024-2030年中国复合调味料行业发展趋势分析

第一节 对复合调味料市场发展预测

第二节 2023-2029年复合调味料市场发展趋势

第十四章 2024-2030年中国复合调味料行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

- 一、复合调味料价格策略分析
- 二、复合调味料渠道策略分析

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 对我国复合调味料品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性分析
- 二、复合调味料实施品牌战略的意义
- 三、复合调味料企业品牌的现状分析
- 四、我国复合调味料企业的品牌战略
- 五、复合调味料品牌战略管理的策略

第四节 复合调味料企业经营管理策略

详细请访问：<https://www.gonyn.com/report/1704789.html>