

中国调味酱行业发展趋势研究与未来前景分析报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国调味酱行业发展趋势研究与未来前景分析报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/720622.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、行业相关概述

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，加工而成的液体或半固体状，具有特殊色、香、味的调味品，包括酱油、食醋、豆瓣酱、西红柿酱、蚝油、咖喱等。

我国酱类调味品种类繁多。按工艺可分为发酵酱和非发酵酱；按使用方式可分为涂抹酱、凉拌酱、蘸食酱、烹饪酱、煲汤酱等；按原料又可分为番茄酱、蒜蓉酱、辣椒酱、海鲜酱、蔬菜酱、豆类酱、菌类酱等。

资料来源：观研天下整理

我国调味酱行业发展至今，产品种类众多，产地分布广泛。而不同地区调味酱风味不同，流行的种类也不一样。例如东北的熟豆酱；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。

二、调味酱作为日常烹饪的必需品，其市场需求表现出高度稳定性

调味酱作为日常烹饪的必需品，其市场需求表现出高度的稳定性。近年随着健康饮食趋势的兴起，消费者对健康、营养、低糖、低盐等类型的调味酱的需求也在不断增加。尤其是随着电商平台及物流行业逐步发展，调味酱区域性得以突破，区域性调料酱品牌开始逐步走向全国各地，比如郫县豆瓣酱、东北大酱、北京芝麻酱、胶东黄豆酱等都是各大电商平台的热销产品。

例如在小红书平台，以“酱料”为关键词进行搜索后发现，相关笔记数量超146万篇，在售相关商品超205万件，“豆瓣酱”“辣椒酱”“番茄酱”“芝麻酱”相关笔记数量分别超33万、56万、68万、43万。在抖音平台的相关话题播放量分别超4.2亿、72.5亿、7.3亿、11.7亿。除了各大品牌的产品推荐，各种自制酱料秘方、蘸料秘方也是热门内容，有的赞藏量甚至突破了200万。

数据显示，到2022年我国调味酱需求量为300.68万吨，同比增长4%。其中辣椒酱的需求量较高，占到42%。

数据来源：观研天下整理

三、创新升级迭代下，调味酱背后蕴藏千亿级大市场

调味酱作为与国民日常饮食密切相关的一类调味品，其市场近年来持续活跃，不断有新品涌现。一是相比其他调味品，我国市场上的调味酱产品十分注重创新，不仅对口味、场景使用进行了细分，人群、生产工艺、包装设计等都各有创新点，且产品推新十分迅速。除了辣椒酱，蒜蓉酱、香菇酱、番茄酱、豆瓣酱等品类也不断创新，有的甚至通过减盐技术、口味改

良向休闲零食场景进军。

二是近年消费者对于调味酱的需求呈现出多样化和个性化的特点。除了传统的番茄酱、辣椒酱、豆瓣酱等产品外，新兴的芥末酱、沙拉酱、烤肉酱等也受到了消费者的青睐。此外随着健康饮食趋势的兴起，消费者对健康、营养、低糖、低盐等类型的调味酱的需求也在不断增加。而随着消费者需求的不断变化，企业需要不断创新以满足市场需求。例如一些企业推出了针对不同口味、不同用途的调味酱产品，以满足消费者的多样化需求。

例如目前在调味酱市场上，有适合轻食爱好者的虎邦零脂牛肉辣酱、为西餐小白设计的味好美奶油意面酱、炸香酥脆的多用途川娃子香酥油辣子酱，有融合菇香与肉香双重香味的仲景香菇鸡丁酱、保留鲜蒜香气和口感但去除刺激气味的一品味享蒜蓉酱，有为孩童开发的软管挤挤装欣和葱伴侣番茄沙司，也有采用科学控盐工艺的鹃城牌零添加一级豆瓣酱等。

与此同时健康饮食潮流正在驱动调味酱市场向高端化、绿色化转型。例如恒星食品于2018年率先推出了薄盐酱香豆瓣，比同类产品减盐20%以上，随后在2019年推出了零添加豆瓣酱，满足了消费者对纯天然、无添加的健康需求，亦提升了产品的附加值。而根据相关资料显示，目前超过76.45%的年轻人认为低糖饮食是必要的，进一步印证了健康饮食在年轻消费群体中的普及程度。同时《中国居民膳食指南》明确提出，到2030年中国人均每日食盐摄入量要降低20%，这调味酱企业的产品迭代带来了巨大的发展机遇。

对此有分析认为，面向未来我国调味酱产业机会充足，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。而因此随着创新升级迭代的速度加快，照此趋势发展，调味酱背后蕴藏的是千亿级的大市场。

四、依托餐饮业态的快速恢复，调味酱市场正迎来加速恢复发展新机遇

调味酱广泛应用于餐饮、零售等领域。进入2023年，受益于“旅游+特色美食”、“假日经济”、“夜经济”等方面的快速发展，为餐饮行业注入了新的活力；以及促消费政策的持续发力以及各地积极开展的文旅、展演等活动，进一步推动了餐饮市场的快速回升，增强了行业的发展信心，使得我国餐饮行业的恢复向好态势进一步凸显。

数据显示，2023年我国餐饮收入52890亿元，同比上升20.4%；限额以上单位餐饮收入13356亿元，同比上升20.9%。2024年1-4月我国餐饮收入15888亿元，增长19.8%；限额以上餐饮收入4017亿元，同比增长23.9%。

数据来源：观研天下整理

因此依托餐饮业态的快速恢复，调味酱市场也正迎来加速恢复的发展新机遇。

五、市场规模逐年攀升，辣椒酱占比较高达到54.15%

近年随着市场需求的增加以及创新升级迭代加快，我国调味酱市场规模呈现逐年攀升态势。根据数据显示，2022年我国调味酱市场规模达到868.68亿元，同比增长4.96%。其中辣椒酱占比较高达到54.15%。

数据来源：观研天下整理

辣椒酱是以鲜辣椒或干辣椒为主要原料，经破碎、发酵或非发酵等特定工艺加工制成的酱状食品。目前我国市面上的主流辣椒酱有蒜蓉辣椒酱、桂林辣椒酱、川味辣椒酱、豆豉辣椒酱、剁椒辣椒酱、黄灯笼辣椒酱、涮涮辣椒酱等几种类型。

辣椒酱是我国国民餐饮中不可或缺的一环。虽然我国辣椒酱生产发展起步较晚，但发展速度快。近年来随着居民消费水平的提高，家庭消费、外出就餐等的增长，辣椒酱市场保持着向上发展的态势。数据显示，2022年我国辣椒酱市场规模约为470.35亿元。到2023年我国辣椒酱行业市场规模约为481.7亿元。

数据来源：观研天下整理

六、市场竞争激烈但发展机会充足，企业需具备优秀产品选品及渠道能力

我国调味酱类产品的市场上品类众多，竞争格局较为分散。根据调味品营收来看，目前我国调味酱类企业主要分为三个梯队。第一梯队为老干妈和海天味业等企业，该类企业在调味酱营收和产量都在行业中处于领先地位;第二梯队为仲景食品、怡康食品、百味斋、安记食品等知名酱料企业，该类企业已经形成较为广泛的产品线和规模生产的能力;第三梯队为行业中其他中小型生产公司。

我国调味酱类企业主要分为三个梯队

梯队	代表企业
第一梯队	老干妈和海天味业等
第二梯队	仲景食品、怡康食品、百味斋、安记食品等
第三梯队	中小型生产公司

资料来源：观研天下整理

我国调味酱类产品市场竞争较为激烈。例如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。另外从区域格局来看，目前不同的调味酱品类有其不同的主要销售区域，豆瓣酱的销售区域以四川为主，沙茶酱以福建为主。

而虽然目前我国调味酱类产品市场竞争激烈，但相较更可规模化的基础调味品、增长爆发性更强的复合调味料，其赛道空间够大，发展机会仍较为充足。

因此在当前我国调味酱类行业整体供大于求下，且企业要想真正打破不同地域消费者的口味壁垒并非易事，开拓全国市场的难度较高。预计随着市场进一步发展，我国调味酱行业市场竞争将进一步加强，品牌市场认知程度或将成为主要竞争力。而想要扩大宣传、增加消费者黏性，除了保证产品质量，不断更新产品的口味和数量更成为了重中之重。尤其是辣椒酱行业虽然市场空间大、格局分散，门槛低易于进入，但由于竞争激烈，扩张难度大，实际上放量难度较高，因此需要企业具备优秀的产品选品及渠道能力。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国调味酱行业发展趋势研究与未来前景分析报告（2024-2031年）》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，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。
行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国调味酱行业发展概述

第一节 调味酱行业发展情况概述

一、调味酱行业相关定义

二、调味酱特点分析

三、调味酱行业基本情况介绍

四、调味酱行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、调味酱行业需求主体分析

第二节 中国调味酱行业生命周期分析

一、调味酱行业生命周期理论概述

二、调味酱行业所属的生命周期分析

第三节 调味酱行业经济指标分析

一、调味酱行业的赢利性分析

二、调味酱行业的经济周期分析

三、调味酱行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球调味酱行业市场发展现状分析

第一节全球调味酱行业发展历程回顾

第二节全球调味酱行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲调味酱行业地区市场分析

一、亚洲调味酱行业市场现状分析

二、亚洲调味酱行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲调味酱行业市场前景分析

第四节北美调味酱行业地区市场分析

一、北美调味酱行业市场现状分析

二、北美调味酱行业市场规模与市场需求分析

三、北美调味酱行业市场前景分析

第五节欧洲调味酱行业地区市场分析

一、欧洲调味酱行业市场现状分析

二、欧洲调味酱行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲调味酱行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界调味酱行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球调味酱行业市场规模预测

第三章 中国调味酱行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对调味酱行业的影响分析

第三节中国调味酱行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对调味酱行业的影响分析

第五节中国调味酱行业产业社会环境分析

第四章 中国调味酱行业运行情况

第一节中国调味酱行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国调味酱行业市场规模分析

一、影响中国调味酱行业市场规模的因素

二、中国调味酱行业市场规模

三、中国调味酱行业市场规模解析

第三节中国调味酱行业供应情况分析

一、中国调味酱行业供应规模

二、中国调味酱行业供应特点

第四节中国调味酱行业需求情况分析

一、中国调味酱行业需求规模

二、中国调味酱行业需求特点

第五节中国调味酱行业供需平衡分析

第五章 中国调味酱行业产业链和细分市场分析

第一节中国调味酱行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、调味酱行业产业链图解

第二节中国调味酱行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对调味酱行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对调味酱行业的影响分析

第三节我国调味酱行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国调味酱行业市场竞争分析

第一节中国调味酱行业竞争现状分析

一、中国调味酱行业竞争格局分析

二、中国调味酱行业主要品牌分析

第二节中国调味酱行业集中度分析

一、中国调味酱行业市场集中度影响因素分析

二、中国调味酱行业市场集中度分析

第三节中国调味酱行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国调味酱行业模型分析

第一节中国调味酱行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国调味酱行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国调味酱行业SWOT分析结论

第三节中国调味酱行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国调味酱行业需求特点与动态分析

第一节中国调味酱行业市场动态情况

第二节中国调味酱行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节调味酱行业成本结构分析

第四节 调味酱行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节 中国调味酱行业价格现状分析

第六节 中国调味酱行业平均价格走势预测

- 一、中国调味酱行业平均价格趋势分析
- 二、中国调味酱行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国调味酱行业所属行业运行数据监测

第一节 中国调味酱行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国调味酱行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国调味酱行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国调味酱行业区域市场现状分析

第一节 中国调味酱行业区域市场规模分析

- 一、影响调味酱行业区域市场分布的因素
- 二、中国调味酱行业区域市场分布

第二节 中国华东地区调味酱行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区调味酱行业市场分析
 - (1) 华东地区调味酱行业市场规模
 - (2) 华南地区调味酱行业市场现状

(3) 华东地区调味酱行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区调味酱行业市场分析

(1) 华中地区调味酱行业市场规模

(2) 华中地区调味酱行业市场现状

(3) 华中地区调味酱行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区调味酱行业市场分析

(1) 华南地区调味酱行业市场规模

(2) 华南地区调味酱行业市场现状

(3) 华南地区调味酱行业市场规模预测

第五节 华北地区调味酱行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区调味酱行业市场分析

(1) 华北地区调味酱行业市场规模

(2) 华北地区调味酱行业市场现状

(3) 华北地区调味酱行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区调味酱行业市场分析

(1) 东北地区调味酱行业市场规模

(2) 东北地区调味酱行业市场现状

(3) 东北地区调味酱行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区调味酱行业市场分析

(1) 西南地区调味酱行业市场规模

(2) 西南地区调味酱行业市场现状

(3) 西南地区调味酱行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区调味酱行业市场分析

(1) 西北地区调味酱行业市场规模

(2) 西北地区调味酱行业市场现状

(3) 西北地区调味酱行业市场规模预测

第十一章 调味酱行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国调味酱行业发展前景分析与预测

第一节中国调味酱行业未来发展前景分析

- 一、调味酱行业国内投资环境分析
- 二、中国调味酱行业市场机会分析

- 三、中国调味酱行业投资增速预测
- 第二节中国调味酱行业未来发展趋势预测
- 第三节中国调味酱行业规模发展预测
- 一、中国调味酱行业市场规模预测
- 二、中国调味酱行业市场规模增速预测
- 三、中国调味酱行业产值规模预测
- 四、中国调味酱行业产值增速预测
- 五、中国调味酱行业供需情况预测
- 第四节中国调味酱行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国调味酱行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国调味酱行业进入壁垒分析
- 一、调味酱行业资金壁垒分析
- 二、调味酱行业技术壁垒分析
- 三、调味酱行业人才壁垒分析
- 四、调味酱行业品牌壁垒分析
- 五、调味酱行业其他壁垒分析
- 第二节调味酱行业风险分析
- 一、调味酱行业宏观环境风险
- 二、调味酱行业技术风险
- 三、调味酱行业竞争风险
- 四、调味酱行业其他风险
- 第三节中国调味酱行业存在的问题
- 第四节中国调味酱行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国调味酱行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国调味酱行业研究综述
- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估
- 第二节中国调味酱行业进入策略分析
- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择
- 第三节调味酱行业营销策略分析
- 一、调味酱行业产品策略

二、调味酱行业定价策略

三、调味酱行业渠道策略

四、调味酱行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/720622.html>