

2024-2030年中国调味品市场深度分析与投资战略研究报告

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

《2024-2030年中国调味品市场深度分析与投资战略研究报告》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/202310/414854.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

进入21世纪以来，中国的调味品工业获得了迅猛发展，已成为食品行业中新的经济增长点。调味品行业具有发展速度快、产量大、品种多、销售面广、经济效益好等特点。中国调味品企业依靠科学技术，通过科研，采用新工艺、新设备，创造新产品，并以严格的质量管理，保证了产品质量，在增加品种的同时也使产品达到规模化生产。在全国各地调味品厂的努力下，先后创造了一大批优质产品和新品种。名、特、优、新产品的不断涌现，加速了产品的更新换代。近年来，国内调味品产业迅速发展和繁荣，完成了由传统的手工作坊向工业化、现代化、科技化企业的转变，已形成“小产品、大市场”的产业格局。

餐饮业的蓬勃发展带动了调味品需求市场的不断扩张，我国调味品行业进入快速发展阶段。2017-2021年我国调味料市场规模快速增长，尤其是在新冠肺炎疫情期间实现了逆势增长，2020年我国调味料市场规模达到3950亿元，同比增长18.1%；2021年市场规模达4594亿元，同比增长16.3。

2021年4月22日，中国调味品协会团体标准技术委员会发布《花椒油（征求意见稿）》团体标准的征求意见稿；2021年5月25日，中国调味品协会团体标准技术委员会发布《烧烤酱（征求意见稿）》团体标准的征求意见稿；2021年5月31日，中国调味品协会团体标准技术委员会发布《四川风味豆瓣酱（征求意见稿）》团体标准的征求意见稿。2021年9月，中国食品工业协会海洋食品专业委员会牵头制订了《即食调味拌饭干制品》团体标准。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国调味品市场深度分析与投资战略研究报告》共十六章。首先介绍了调味品的概念、分类及行业基本特点等，接着分析了国际国内调味品行业的发展概况，并对国内食品制造业的财务状况进行了细致的分析，然后深入剖析了酱油、食醋、味精、鸡精及其他调味品细分市场的运行情况。随后，报告对中国调味品行业做了地区消费状况分析、原料市场分析、关联产业发展分析、营销分析和重点企业运营分析，最后分析了调味品行业的发展前景及未来趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国调味品协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对调味品行业有个系统深入的了解、或者想投资调味品行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 调味品相关概述

- 1.1 调味品的概念
 - 1.1.1 调味品定义
 - 1.1.2 我国调味产品体系
 - 1.1.3 调味的基本原理
- 1.2 调味品的分类
 - 1.2.1 根据调味品呈味感觉分类
 - 1.2.2 根据调味品成品形状分类
 - 1.2.3 根据调味品商品性质及经营习惯分类
 - 1.2.4 根据我国调味品的历史沿革分类
- 1.3 调味品相关介绍
 - 1.3.1 调味品的感官特征
 - 1.3.2 调味品的市场特征
 - 1.3.3 几种主要调味品的特性
- 1.4 调味品在烹饪中的作用
 - 1.4.1 调味与烹饪的关系
 - 1.4.2 调味品味道的形成
 - 1.4.3 调味品的促进作用

第二章 2021-2023年国际调味品市场分析

- 2.1 欧美调味品市场
 - 2.1.1 西欧调味品市场概述
 - 2.1.2 欧美调味品行业政策体系
 - 2.1.3 欧美调味品行业发展态势
 - 2.1.4 加拿大调味品添加政策
 - 2.1.5 英美香辛料发展状况
- 2.2 日本调味品市场
 - 2.2.1 日本调味品消费情况
 - 2.2.2 天然调味料市场扩张
 - 2.2.3 复合调味品市场需求
 - 2.2.4 日本香辛料市场状况
 - 2.2.5 日本花椒市场情况
 - 2.2.6 典型企业发展分析

2.3 韩国调味品市场

2.3.1 韩国泡菜的发展及地位

2.3.2 中韩两国泡菜贸易分析

2.3.3 韩国腌泡菜成本增加

2.3.4 韩国调味品质量问题

2.3.5 韩国泡菜发展的成功经验

2.4 其他国家

2.4.1 泰国调味品市场状况

2.4.2 印度香辛料出口情况

2.4.3 越南胡椒出口情况

第三章 2021-2023年中国调味品行业发展分析

3.1 中国调味品行业发展综述

3.1.1 调味品产业链分析

3.1.2 行业发展阶段分析

3.1.3 行业发展驱动力

3.1.4 跨境电商运营模式

3.1.5 调味品自主品牌特点

3.2 2021-2023年中国调味品行业政策环境分析

3.2.1 食品行业政策总体分析

3.2.2 食品标识监督管理办法

3.2.3 调味品行业的实施标准

3.2.4 加强食品安全工作意见

3.2.5 减盐减油减糖健康行动

3.3 2021-2023年中国调味品行业市场运行状况

3.3.1 行业企业规模

3.3.2 行业发展规模

3.3.3 细分产量情况

3.3.4 细分市场结构

3.3.5 市场集中程度

3.3.6 行业产品质量

3.4 2021-2023年中国调味品企业布局分析

- 3.4.1 企业图谱分析
- 3.4.2 企业定位格局
- 3.4.3 企业市场份额
- 3.4.4 企业区域布局
- 3.4.5 企业布局方向
- 3.5 2021-2023年中国调味品消费者行为分析
 - 3.5.1 调味品用户画像
 - 3.5.2 调味品使用习惯
 - 3.5.3 调味品购买渠道
 - 3.5.4 调味品规格偏好
 - 3.5.5 消费决策影响因素
- 3.6 调味品包装分析
 - 3.6.1 调味品包装发展概况
 - 3.6.2 调味品包装消费需求分析
 - 3.6.3 包装成为调味品行业发展动力
 - 3.6.4 调味品包装运用中存在的问题
 - 3.6.5 塑料软管包装成调味品包装新趋势
- 3.7 调味品业存在的问题及对策
 - 3.7.1 行业发展存在的问题
 - 3.7.2 调味品安全监管问题
 - 3.7.3 调味品加工存在的问题
 - 3.7.4 调味品安全监管对策建议
 - 3.7.5 调味品加工企业应对措施
 - 3.7.6 调味品行业创新发展策略

第四章 中国食品制造行业财务状况

- 4.1 中国食品制造行业经济规模
 - 4.1.1 2018-2022年食品制造业销售规模
 - 4.1.2 2018-2022年食品制造业利润规模
 - 4.1.3 2018-2022年食品制造业资产规模
- 4.2 中国食品制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2018-2022年食品制造业销售毛利率

- 4.2.2 2018-2022年食品制造业成本费用利润率
- 4.2.3 2018-2022年食品制造业销售利润率
- 4.3 中国食品制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2018-2022年食品制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2018-2022年食品制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2018-2022年食品制造业总资产周转率
- 4.4 中国食品制造行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2018-2022年食品制造业资产负债率
 - 4.4.2 2018-2022年食品制造业利息保障倍数
- 4.5 中国食品制造行业财务状况综合评价

第五章 2021-2023年酱油行业发展分析

- 5.1 酱油概述
 - 5.1.1 酱油的概念
 - 5.1.2 酱油的分类
 - 5.1.3 酱油的营养成分
 - 5.1.4 酱油的生产工艺及流程
 - 5.1.5 酱油的消费要点
- 5.2 2021-2023年中国酱油行业运行状况
 - 5.2.1 行业发展历程
 - 5.2.2 行业零售收入
 - 5.2.3 品牌发展指数
 - 5.2.4 市场集中程度
 - 5.2.5 细分市场分析
 - 5.2.6 酱油价格结构
- 5.3 2021-2023年全国酱油产量分析
 - 5.3.1 2021-2023年全国酱油产量趋势
 - 5.3.2 2020年全国酱油产量情况
 - 5.3.3 2021年全国酱油产量情况
 - 5.3.4 2022年全国酱油产量情况
- 5.4 2021-2023年中国酱油消费者行为分析
 - 5.4.1 酱油使用习惯

- 5.4.2 常用品牌分布
- 5.4.3 用户区域分布
- 5.5 中国酱油行业发展问题及对策分析
 - 5.5.1 酱油行业发展存在的问题
 - 5.5.2 酱油行业发展对策建议

第六章 2021-2023年食醋行业发展分析

- 6.1 食醋概述
 - 6.1.1 食醋的概念
 - 6.1.2 食醋的分类
 - 6.1.3 食醋的功效成分
 - 6.1.4 食醋的危害物质
- 6.2 中国食醋行业技术与工艺介绍
 - 6.2.1 酿造食醋原辅料选择
 - 6.2.2 食醋生产工艺及设备
 - 6.2.3 传统食醋酿造关键技术研究
 - 6.2.4 食醋液态发酵工艺研究现状
 - 6.2.5 我国食醋酿造技术发展展望
- 6.3 2021-2023年中国食醋市场分析
 - 6.3.1 企业销售收入
 - 6.3.2 市场价格行情
 - 6.3.3 品牌发展指数
 - 6.3.4 人均消费分析
 - 6.3.5 价格驱动因素
 - 6.3.6 行业发展趋势
- 6.4 2021-2023年中国食醋行业企业竞争分析
 - 6.4.1 市场竞争格局
 - 6.4.2 企业市场份额
 - 6.4.3 企业布局情况
 - 6.4.4 企业竞争趋势
- 6.5 2021-2023年中国食醋消费者行为分析
 - 6.5.1 醋的使用习惯

- 6.5.2 常用品牌分布
- 6.5.3 用户区域分布
- 6.6 2021-2023年山西食醋行业发展分析
 - 6.6.1 生产工艺和特色
 - 6.6.2 行业运行状况
 - 6.6.3 产品区域分布
 - 6.6.4 清徐县发展状况
 - 6.6.5 行业存在问题
 - 6.6.6 品牌营销策略
 - 6.6.7 未来发展展望
- 6.7 中国食醋行业发展存在问题及对策
 - 6.7.1 行业发展主要问题
 - 6.7.2 行业发展乱象剖析
 - 6.7.3 行业发展措施建议

第七章 2021-2023年味精行业发展分析

- 7.1 味精概述
 - 7.1.1 味精的概念
 - 7.1.2 味精的使用
 - 7.1.3 味精的发展阶段
- 7.2 味精生产技术的发展探析
 - 7.2.1 味精工艺技术进展情况
 - 7.2.2 国内与国际生产技术比较
 - 7.2.3 味精生产技术的发展方向
- 7.3 中国味精行业发展综况
 - 7.3.1 行业发展历程
 - 7.3.2 行业竞争格局
 - 7.3.3 细分产品行业
- 7.4 2021-2023年味精市场发展分析
 - 7.4.1 全球产能分布
 - 7.4.2 国内产能格局
 - 7.4.3 市场需求状况

7.4.4 市场价格走势

7.5 中国味精行业存在的问题及对策

7.5.1 行业发展问题

7.5.2 行业发展方向

7.5.3 企业发展原则

7.5.4 观念及技术创新

第八章 2021-2023年鸡精（鸡粉）行业发展分析

8.1 鸡精（鸡粉）概述

8.1.1 鸡精的概念

8.1.2 鸡精的成分

8.1.3 鸡精的作用

8.2 鸡精（鸡粉）行业生产技术及工艺

8.2.1 生产配方及检验标准

8.2.2 鸡精的生产配料

8.2.3 鸡精生产工艺

8.2.4 肉香型鸡精生产新工艺

8.2.5 鸡精生产技术发展趋势

8.3 我国鸡精（鸡粉）行业发展综况

8.3.1 行业标准分析

8.3.2 行业发展特点

8.3.3 市场渠道模式

8.3.4 企业营销模式

8.4 2021-2023年鸡精市场发展分析

8.4.1 产量规模情况

8.4.2 市场需求规模

8.4.3 市场价格走势

8.4.4 市场竞争格局

8.4.5 市场品牌排名

8.4.6 国内典型企业

8.5 中国鸡精行业SWOT分析

8.5.1 优势（Strengths）

- 8.5.2 劣势 (Weaknesses)
- 8.5.3 机遇 (Opportunities)
- 8.5.4 威胁 (Threats)

第九章 2021-2023年其他调味品市场分析

9.1 番茄酱

- 9.1.1 番茄酱的生产特点
- 9.1.2 番茄酱重点企业分析
- 9.1.3 番茄酱产业存在的问题
- 9.1.4 番茄酱产业发展的建议

9.2 胡椒

- 9.2.1 胡椒基本介绍
- 9.2.2 胡椒相关政策法规
- 9.2.3 胡椒行业市场规模
- 9.2.4 胡椒行业供需情况
- 9.2.5 胡椒市场价格走势
- 9.2.6 胡椒市场品牌格局

9.3 复合调味料

- 9.3.1 复合调味品设计要点
- 9.3.2 复合调味品原料选择
- 9.3.3 复合调味品生产过程
- 9.3.4 复合调味料产业运行状况
- 9.3.5 复合调味料产业运行特点
- 9.3.6 复合调味料产业渠道体系
- 9.3.7 食用菌调味品业发展分析
- 9.3.8 复合调味品产业发展趋势

9.4 香辛料

- 9.4.1 调味品领域主要香辛料
- 9.4.2 香辛料调味品产品标准
- 9.4.3 香辛料企业的主体责任
- 9.4.4 香辛料调味品发展问题
- 9.4.5 发展香辛料行业的对策

9.5 酱腌菜

9.5.1 酱腌菜基本介绍

9.5.2 酱腌菜行业产销规模

9.5.3 酱腌菜行业市场格局

9.5.4 酱腌菜调味品行业壁垒

9.5.5 酱腌菜防腐技术研究进展

第十章 2021-2023年调味品主要消费地区分析

10.1 上海

10.1.1 上海调味品制造业概述

10.1.2 上海调味品产业创新中心

10.1.3 上海调味品市场发展趋势

10.2 郑州

10.2.1 郑州调味品市场概况

10.2.2 郑州调味品行业发展优势

10.2.3 郑州调味品市场竞争态势

10.2.4 郑州调味品市场渠道分布

10.2.5 郑州调味品重点批发市场

10.2.6 郑州发布调味面团体标准

10.2.7 郑州食品安全监督抽检情况

10.3 武汉

10.3.1 武汉市调味品相关企业规模

10.3.2 武汉调味品市场的竞争格局

10.3.3 武汉调味品市场消费者分析

10.3.4 武汉调味品市场的推广特点

10.3.5 武汉定量商品包装保证制度

10.4 重庆

10.4.1 重庆市调味品产业发展优势

10.4.2 重庆市调味品产业发展状况

10.4.3 重庆市调味品市场产品格局

10.4.4 重庆市调味品产业发展问题

10.4.5 重庆市调味品产业发展建议

10.5 其他

10.5.1 江苏调味品市场

10.5.2 广东调味品市场

10.5.3 四川调味品市场

10.5.4 山东调味品市场

第十一章 中国调味品行业进出口数据分析

11.1 2018-2022年中国未列名调味汁及其制品；混合调味品进出口数据分析

11.2 国内外调味品进口准入要求

11.2.1 国内调味品进口准入要求

11.2.2 国外调味品进口准入要求

11.2.3 国内外调味品成分的限制

11.3 调味品细分市场进出口分析

11.3.1 酱油进出口规模

11.3.2 味精出口规模

11.3.3 番茄酱出口规模

第十二章 2021-2023年调味品原料市场分析

12.1 大豆

12.1.1 大豆产量特点分析

12.1.2 大豆价格变动情况

12.1.3 大豆进口规模状况

12.1.4 大豆国际竞争力分析

12.1.5 大豆产业政策分析

12.1.6 大豆供求形势预测

12.2 小麦

12.2.1 小麦产量特点分析

12.2.2 小麦价格变动情况

12.2.3 小麦消费情况分析

12.2.4 投入产出效率状况

12.2.5 小麦进口数量规模

12.2.6 优质小麦产品市场

- 12.2.7 小麦市场运行预测
- 12.3 玉米
 - 12.3.1 玉米产量特点分析
 - 12.3.2 玉米价格变动情况
 - 12.3.3 临储玉米成交规模
 - 12.3.4 玉米供需结构分析
 - 12.3.5 玉米进出口规模分析
 - 12.3.6 投入产出效率分析
 - 12.3.7 转基因玉米发展分析
 - 12.3.8 玉米市场运行预测
- 12.4 稻米
 - 12.4.1 稻谷产量特点分析
 - 12.4.2 稻谷消费状况分析
 - 12.4.3 稻谷价格变动情况
 - 12.4.4 投入产出效率状况
 - 12.4.5 稻米进出口规模分析
 - 12.4.6 稻谷市场发展预测

第十三章 2021-2023年调味品行业营销渠道分析

- 13.1 中国调味品行业的营销渠道分析
 - 13.1.1 行业销售渠道变化
 - 13.1.2 行业终端渠道结构
 - 13.1.3 线上渠道销售现状
 - 13.1.4 线下渠道销售现状
- 13.2 调味品行业企业渠道营销布局分析
 - 13.2.1 餐饮渠道营销特点
 - 13.2.2 家庭渠道营销特点
 - 13.2.3 典型企业渠道布局
 - 13.2.4 企业渠道议价能力
- 13.3 调味品行业经销商分析
 - 13.3.1 行业经销商经销模式
 - 13.3.2 企业经销商布局情况

- 13.3.3 疫情下经销商应对策略
- 13.4 调味品行业营销案例分析
 - 13.4.1 企业高铁营销案例
 - 13.4.2 太太乐年轻化营销案例
 - 13.4.3 亨氏番茄酱营销案例
 - 13.4.4 禾然有机酱油营销案例
- 13.5 调味品行业营销策略
 - 13.5.1 调味品营销创新要点
 - 13.5.2 调味品行业品牌营销的基本原则
 - 13.5.3 调味品市场中小企业的营销策略
 - 13.5.4 调味品市场弱势品牌的终端营销
 - 13.5.5 调味品行业的数据库营销策略

第十四章 2021-2023年调味品相关行业发展分析

- 14.1 餐饮业
 - 14.1.1 市场发展规模
 - 14.1.2 市场发展特点
 - 14.1.3 区域市场状况
 - 14.1.4 餐饮集团发展
 - 14.1.5 餐饮分餐制度
 - 14.1.6 疫情影响分析
- 14.2 方便食品
 - 14.2.1 方便食品相关概述
 - 14.2.2 方便食品行业发展规模
 - 14.2.3 方便食品行业贸易状况
 - 14.2.4 速冻食品行业运行分析
 - 14.2.5 方便面行业发展分析
 - 14.2.6 方便食品行业发展方向
- 14.3 食品添加剂
 - 14.3.1 食品添加剂作用
 - 14.3.2 食品添加剂分类
 - 14.3.3 食品添加剂发展态势

- 14.3.4 食品添加剂政府监管
- 14.3.5 食品添加剂研究热点
- 14.3.6 食品添加剂发展前景

第十五章 2020-2023年调味品行业重点企业分析

15.1 调味品行业上市公司运行状况分析

- 15.1.1 调味品行业上市公司规模
- 15.1.2 调味品行业上市公司分布

15.2 调味品行业财务状况分析

- 15.2.1 经营状况分析
- 15.2.2 盈利能力分析
- 15.2.3 营运能力分析
- 15.2.4 成长能力分析
- 15.2.5 现金流量分析

15.3 江苏恒顺醋业股份有限公司

- 15.3.1 企业发展概况
- 15.3.2 经营效益分析
- 15.3.3 业务经营分析
- 15.3.4 财务状况分析
- 15.3.5 核心竞争力分析
- 15.3.6 公司发展战略
- 15.3.7 未来前景展望

15.4 莲花健康产业集团股份有限公司

- 15.4.1 企业发展概况
- 15.4.2 经营效益分析
- 15.4.3 业务经营分析
- 15.4.4 财务状况分析
- 15.4.5 核心竞争力分析
- 15.4.6 公司发展战略
- 15.4.7 未来前景展望

15.5 加加食品集团股份有限公司

- 15.5.1 企业发展概况

- 15.5.2 经营效益分析
- 15.5.3 业务经营分析
- 15.5.4 财务状况分析
- 15.5.5 核心竞争力分析
- 15.5.6 公司发展战略
- 15.5.7 未来前景展望
- 15.6 佛山市海天调味食品股份有限公司
 - 15.6.1 企业发展概况
 - 15.6.2 经营效益分析
 - 15.6.3 业务经营分析
 - 15.6.4 财务状况分析
 - 15.6.5 核心竞争力分析
 - 15.6.6 公司发展战略
 - 15.6.7 未来前景展望
- 15.7 梅花生物科技集团股份有限公司
 - 15.7.1 企业发展概况
 - 15.7.2 经营效益分析
 - 15.7.3 业务经营分析
 - 15.7.4 财务状况分析
 - 15.7.5 核心竞争力分析
 - 15.7.6 公司发展战略
 - 15.7.7 未来前景展望
- 15.8 千禾味业食品股份有限公司
 - 15.8.1 企业发展概况
 - 15.8.2 经营效益分析
 - 15.8.3 业务经营分析
 - 15.8.4 财务状况分析
 - 15.8.5 核心竞争力分析
 - 15.8.6 公司发展战略
 - 15.8.7 未来前景展望
- 15.9 中炬高新技术实业（集团）股份有限公司
 - 15.9.1 企业发展概况

- 15.9.2 经营效益分析
- 15.9.3 业务经营分析
- 15.9.4 财务状况分析
- 15.9.5 核心竞争力分析
- 15.9.6 公司发展战略
- 15.9.7 未来前景展望
- 15.10 其它生产企业介绍
- 15.10.1 上海太太乐食品有限公司
- 15.10.2 广东美味鲜调味食品有限公司
- 15.10.3 王守义十三香调味品集团有限公司
- 15.10.4 北京王致和食品集团有限公司

第十六章 对调味品行业投资及发展前景预测

- 16.1 中国调味品行业投资分析
 - 16.1.1 行业投资风险
 - 16.1.2 行业投资壁垒
 - 16.1.3 行业投资机会
 - 16.1.4 企业投资策略
- 16.2 中国调味品行业发展趋势
 - 16.2.1 产品发展趋势
 - 16.2.2 市场价格走势
 - 16.2.3 上市公司发展趋势
 - 16.2.4 互联网+调味品发展趋势
- 16.3 疫情对中国调味品行业的影响分析
 - 16.3.1 疫情下调味品企业面临的困难
 - 16.3.2 疫情下的调味品行业运行状况
 - 16.3.3 疫情下的调味品行业发展趋势
 - 16.3.4 疫情下的调味品企业应对策略
- 16.4 中国调味品行业发展前景展望
 - 16.4.1 调味品未来增长潜力
 - 16.4.2 调味品市场需求潜力
 - 16.4.3 调味品市场发展展望

16.5 中国调味品细分市场前景展望

16.5.1 复合调味料发展展望

16.5.2 食醋市场发展展望

16.5.3 酱腌菜的市场空间

16.5.4 酱油行业前景展望

16.5.5 鸡精行业前景展望

16.5.6 味精市场发展预测

16.6 对2024-2030年中国调味品行业预测分析

16.6.1 2024-2030年中国调味品行业影响因素分析

16.6.2 2024-2030年中国调味品行业百强企业销售收入预测

16.6.3 2024-2030年中国调味品行业百强企业生产总量预测

附录

附录一：《食品安全国家标准 酱油》（GB2717-2018）

附录二：《食品安全国家标准 食醋》（GB2719-2018）

附录三：《食品安全国家标准 复合调味料》（GB31644-2018）

图表目录

图表1 中国调味产品体系表

图表2 日本食醋人均供给量

图表3 日本家庭酱油及酱油衍生品支出情况

图表4 2010-2018年韩国扣留我国泡菜产品类型及原因

图表5 中韩两国泡菜产品中食品添加剂限量对比

图表6 中韩两国泡菜产品中重金属限量对比

图表7 2019-2020财年印度香辛料出口情况

图表8 调味品产业链

图表9 调味品子品类发展阶段

图表10 调味品跨境电子商务运营模式

图表11 2016-2019年我国食品安全行业重要政策汇总

图表12 2019年调味品企业产量及销售收入TOP10

图表13 2019年调味品行业细分行业产量增速情况

图表14 调味品细分市场规模及增速

图表15 2010-2019年全球调味品行业市场集中度

- 图表16 调味品上市公司
- 图表17 调味品非上市公司
- 图表18 调味品初创公司
- 图表19 2019年中国调味品行业代表企业营业收入统计
- 图表20 2019年中国调味品用户性别和年龄分布
- 图表21 2019年中国调味品用户做饭频率
- 图表22 2019年中国调味品用户常备调味品种类
- 图表23 2019年中国调味品用户调味品使用习惯
- 图表24 2019年中国不同区域调味品用户使用习惯
- 图表25 2019年中国调味品用户调味品购买渠道占比
- 图表26 2019年中国调味品用户调味品购买规格
- 图表27 2019年中国调味品用户做饭频率与购买规格
- 图表28 2019年中国调味品用户居住状态与购买规格
- 图表29 2019年中国调味品用户购买酱油和醋关注的因素
- 图表30 2019年中国调味品用户购买调味酱关注的因素

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414854.html>