

2021年中国调味品行业分析报告- 市场营销环境与发展定位研究

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《2021年中国调味品行业分析报告-市场营销环境与发展定位研究》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://baogao.chinabaogao.com/shipin/552471552471.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

10月12日，海天味业发布公告表示，鉴于各主要原材物料、运输、能源等成本持续上涨，经公司研究决定，对酱油、蚝油、酱料等部分产品的出厂价格进行调整，主要产品调整幅度为3%-7%不等，新价格执行于2021年10月25日开始实施。这也距离9月27日海天味业在针对涨价传言发布澄清公告只隔了两周时间。

“光速提价”背后或是难承业绩重压

根据海天味业对外公布的2021年上半年财报显示，上半年该公司营收、净利增速分别为6.36%和3.07%，创上市以来新低。尤其是今年二季度营收、净利双双下滑，创上市以来首次单季度业绩下降；其营业收入为51.74亿元，同比下滑9.39%；净利润13.99亿元，同比下滑14.68%。受此影响其股价也不断下滑，市值同年初巅峰相比几近腰斩。详见下表：

利润表

2021-06-30

2021-03-31

2020-12-31

2020-09-30

2020-06-30

营业总收入

123.3亿

71.58亿

227.9亿

170.9亿

115.9亿

营业收入

123.3亿

71.58亿

227.9亿

170.9亿

115.9亿

营业总成本

85.20亿

48.78亿

154.4亿

118.8亿

78.71亿

营业成本

74.84亿

42.28亿

131.8亿

98.63亿

66.16亿

税金及附加

1.086亿

6403万

2.113亿

1.689亿

1.230亿

销售费用

6.754亿

4.083亿

13.66亿

14.01亿

8.653亿

管理费用

1.827亿

8230万

3.614亿

2.405亿

1.592亿

研发费用

3.368亿

2.087亿

7.117亿

4.950亿

3.064亿

财务费用

-2.678亿

-1.131亿

-3.922亿

-2.929亿

-1.990亿

其中:利息费用

474.7万

230.1万

528.9万

553.8万

308.6万

利息收入

2.794亿

1.149亿

3.999亿

2.985亿

2.018亿

其他经营收益

加:公允价值变动收益

6087万

4443万

1.389亿

1.040亿

6881万

投资收益

2502万

132.5万

3580万

2241万

1812万

资产处置收益

7.196万

7.705万

-485.6万

-305.1万

-7.085万

信用减值损失(新)

-9431

20.03万

-168.1万

-255.6万

-219.6万

其他收益

3297万

1417万

1.224亿

1.005亿

3093万

营业利润

39.31亿

23.40亿

76.44亿

54.31亿

38.39亿

加:营业外收入

1420万

1412万

1202万

1182万

657.6万

减:营业外支出

63.44万

45.90万

1347万

1157万

1154万

利润总额

39.45亿

23.54亿

76.42亿

54.32亿

38.34亿

减:所得税

5.899亿

3.983亿

12.33亿

8.545亿

5.783亿

净利润

33.55亿

19.56亿

64.09亿

45.77亿

32.56亿

(一)按经营持续性分类

持续经营净利润

33.55亿

19.56亿

64.09亿

45.77亿

32.56亿

(二)按所有权归属分类

归属于母公司股东的净利润

33.53亿

19.53亿

64.03亿

45.71亿

32.53亿

少数股东损益

237.8万

241.8万

617.0万

578.9万

318.1万

扣除非经常性损益后的净利润

32.50亿

18.95亿

61.77亿

44.00亿

31.66亿数据来源：公司财报

涨价真的能给海天味业带来可持续的业绩增长吗？

但涨价真的能给海天味业带来可持续的业绩增长吗？有业内人士分析认为，涨价只能缓解成本上的压力，很难给海天味业带来可持续的业绩增长。尤其在竞争比较充分、产品同质化的调味品市场，持续涨价可能会失去部分价格敏感型消费者。以涪陵榨菜为例，自2008年以来，涪陵榨菜至少进行了12次产品提价，价格从过去的0.5元/袋提高至将近3元/袋，2020年6月，涪陵榨菜再度变相提价，将主力产品的净含量从每袋80g减少至70g。然而涨价并未给涪陵榨菜的业绩带来好处，在2021年上半年营收同比增长12%，而净利润及扣非净利润则分别同比下降6%与5%。

事实上面对业绩压力，海天味业也曾尝试开拓新的领域，寻找第二增长曲线，但效果都并不理想。据了解，从2020年下半年以来，海天味业陆续进军食用油、火锅底料、大米等赛道，推出新的食用油品牌“油司令”，大力度宣传“火锅@ME”火锅底料，并低调推出了“地理印记”系列大米新品。

但从近年来海天味业主营构成分析来看，酱油还是主力。观研报告网发布的资料显示，2021年上半年酱油实现营收70.16亿元，占总营收56.89%；而除酱油、蚝油、调味酱三大板块产品，其他品类产品实现营收仅为11.25亿元，占总营收9.02%。详见下表：

2021-06-30

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

食品制造业

117.5亿

95.25%

69.96亿

93.48%

47.50亿

97.98%

40.44%

其他(补充)

5.857亿

4.75%

4.878亿

6.52%

9785万

2.02%

16.71%

按产品分类

酱油

70.16亿

56.89%

--

--

--

--

--

蚝油

21.30亿

17.27%

--

--

--

--

--

调味酱

14.75亿

11.96%

--

--

--

--

--

其他

11.25亿

9.12%

--

--

--

--

--

其他(补充)

5.857亿

4.75%

4.878亿

100.00%

9785万

100.00%

16.71%

按地区分类

北部区域

31.13亿

25.24%

--

--

--

--

--

中部区域

26.70亿

21.65%

--

--

--

--

--

东部区域

23.58亿

19.12%

--

--

--

--

--

南部区域

21.19亿

17.18%

--

--

--

--

--

西部区域

14.87亿

12.06%

--

--

--

--

--

其他(补充)

5.857亿

4.75%

4.878亿

100.00%

9785万

100.00%

16.71%

2020-12-31

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

食品制造业

216.3亿

94.91%

122.2亿

92.69%

94.13亿

97.94%

43.52%

其他(补充)

11.61亿

5.09%

9.629亿

7.31%

1.981亿

2.06%

17.06%

按产品分类

酱油

130.4亿

62.58%

68.64亿

57.71%

61.80亿

69.06%

47.38%

蚝油

41.13亿

19.73%

26.59亿

22.35%

14.54亿

16.25%

35.36%

调味酱

25.24亿

12.11%

14.09亿

11.84%

11.16亿

12.47%

44.20%

其他(补充)

11.61亿

5.57%

9.629亿

8.10%

1.981亿

2.21%

17.06%

按地区分类

北部区域

56.76亿

24.91%

32.19亿

24.42%

24.57亿

25.57%

43.29%

中部区域

46.55亿

20.43%

26.19亿

19.87%

20.37亿

21.19%

43.75%

东部区域

44.83亿

19.67%

25.01亿

18.98%

19.82亿

20.62%

44.21%

南部区域

41.24亿

18.09%

22.77亿

17.28%

18.47亿

19.21%

44.78%

西部区域

26.92亿

11.81%

16.02亿

12.15%

10.90亿

11.35%

40.51%

其他(补充)

11.61亿

5.09%

9.629亿

7.31%

1.981亿

2.06%

17.06%

2019-12-31

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

食品制造业

187.6亿

94.77%

99.01亿

91.67%

88.61亿

98.49%

47.23%

其他(补充)

10.35亿

5.23%

8.999亿

8.33%

1.354亿

1.51%

13.08%

按产品分类

酱油

116.3亿

58.74%

57.71亿

51.71%

58.58亿

67.82%

50.38%

蚝油

34.90亿

17.63%

21.65亿

19.40%

13.25亿

15.34%

37.96%

调味酱

22.91亿

11.57%

12.02亿

10.77%

10.90亿

12.62%

47.56%

其他

13.52亿

6.83%

11.23亿

10.06%

2.291亿

2.65%

16.95%

其他(补充)

10.35亿

5.23%

8.999亿

8.06%

1.354亿

1.57%

13.08%

按地区分类

北部区域

50.01亿

25.26%

26.49亿

24.53%

23.52亿

26.15%

47.03%

南部区域

39.78亿

20.09%

21.19亿

19.62%

18.59亿

20.67%

46.74%

东部区域

39.09亿

19.75%

20.90亿

19.35%

18.19亿

20.22%

46.53%

中部区域

37.43亿

18.91%

19.41亿

17.98%

18.02亿

20.03%

48.13%

西部区域

21.30亿

10.76%

11.01亿

10.20%

10.29亿

11.44%

48.30%

其他(补充)

10.35亿

5.23%

8.999亿

8.33%

1.354亿

1.51%

13.08%

2018-12-31

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

食品制造业

163.1亿

95.73%

84.70亿

92.88%

78.37亿

99.01%

48.06%

其他(补充)

7.276亿

4.27%

6.493亿

7.12%

7827万

0.99%

10.76%

按产品分类

酱油

102.4亿

60.09%

50.62亿

64.55%

51.74亿

70.48%

50.55%

蚝油

28.56亿

16.76%

16.87亿

21.51%

11.69亿

15.92%

40.92%

酱类

20.92亿

12.28%

10.93亿

13.94%

9.990亿

13.61%

47.74%

其他

11.59亿

6.80%

--

--

--

--

--

原材料,包装物及废渣

5.001亿

2.94%

--

--

--

--

--

物流运输服务

1.914亿

1.12%

--

--

--

--

--

按地区分类

北部区域

44.26亿

25.99%

23.02亿

25.24%

21.24亿

26.84%

47.99%

南部区域

35.12亿

20.62%

18.41亿

20.19%

16.71亿

21.11%

47.58%

东部区域

34.94亿

20.51%

18.48亿

20.27%

16.46亿

20.80%

47.11%

中部区域

31.57亿

18.53%

16.12亿

17.67%

15.45亿

19.52%

48.95%

西部区域

17.17亿

10.08%

8.668亿

9.50%

8.503亿

10.74%

49.52%

其他(补充)

7.276亿

4.27%

6.493亿

7.12%

7827万

0.99%

10.76%数据来源：公司财报（WW）

根据观研报告网发布的《2021年中国调味品行业分析报告-市场营销环境与发展定位研究》显示。目前海天味业面临的不仅是原料成本问题，同时也面临着不管是老产品还是进军的新赛道，市场都趋于饱和。因此海天味业仅靠提价很难突破业绩增长瓶颈。

海天味业企业优势分析

或许是意识到上述问题，海天味业也在多途径寻求增量。在品牌方面，持续推进品牌发展战略,品牌影响力进一步提升,通过聚焦核心品类,与优势媒体资源结合,使品牌传播更加有效,与销售产生互为良性促进作用,市场端的核心竞争力进一步显著。

在销售渠道方面，公司继续强化渠道建设,销售网络已经渗透到全国绝大部分县市,目前拥有中国调味品行业最为强大的营销网络,并每年不断优化,为未来的市场拓展和品类的发展奠定了坚实的基础,同时,公司也在积极探索营销新模式,加快电商平台建设,进一步巩固在渠道

和终端上的竞争优势。

在生产方面，公司核心工艺不断升级、核心技术不断增加、设备装备水平超前。这些对于提升生产效率,稳定产品质量,减少耗能,降低生产成本,提高土地集约利用等方方面面的正面作用越来越明显。也进一步保障食品安全,并加大了竞争壁垒。

观研报告网发布的《2021年中国调味品行业分析报告-市场营销环境与发展定位研究》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。

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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国调味品行业发展概述

第一节 调味品行业发展情况概述

一、调味品行业相关定义

二、调味品行业基本情况介绍

三、调味品行业发展特点分析

四、调味品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、调味品行业需求主体分析

第二节 中国调味品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、调味品行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国调味品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国调味品行业生命周期分析

一、调味品行业生命周期理论概述

二、调味品行业所属的生命周期分析

第四节 调味品行业经济指标分析

一、调味品行业的赢利性分析

二、调味品行业的经济周期分析

三、调味品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国调味品行业进入壁垒分析

一、调味品行业资金壁垒分析

二、调味品行业技术壁垒分析

三、调味品行业人才壁垒分析

四、调味品行业品牌壁垒分析

五、调味品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球调味品行业市场发展现状分析

第一节 全球调味品行业发展历程回顾

第二节 全球调味品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲调味品行业地区市场分析

一、亚洲调味品行业市场现状分析

二、亚洲调味品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲调味品行业市场前景分析

第四节 北美调味品行业地区市场分析

一、北美调味品行业市场现状分析

二、北美调味品行业市场规模与市场需求分析

三、北美调味品行业市场前景分析

第五节 欧洲调味品行业地区市场分析

- 一、欧洲调味品行业市场现状分析
- 二、欧洲调味品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲调味品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界调味品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球调味品行业市场规模预测
- 第三章 中国调味品产业发展环境分析
 - 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品零售总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
 - 第二节 中国调味品行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 第三节 中国调味品产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析
- 第四章 中国调味品行业运行情况
 - 第一节 中国调味品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
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
 - 三、行业发展特点分析
 - 第二节 中国调味品行业市场规模分析
 - 第三节 中国调味品行业供应情况分析
 - 第四节 中国调味品行业需求情况分析
 - 第五节 我国调味品行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国调味品行业供需平衡分析

第七节 中国调味品行业发展趋势分析

第五章 中国调味品所属行业运行数据监测

第一节 中国调味品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 中国调味品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 中国调味品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

第六章 2017-2021年中国调味品市场格局分析

第一节 中国调味品行业竞争现状分析

一、中国调味品行业竞争情况分析

二、中国调味品行业主要品牌分析

第二节 中国调味品行业集中度分析

一、中国调味品行业市场集中度影响因素分析

二、中国调味品行业市场集中度分析

第三节 中国调味品行业存在的问题

第四节 中国调味品行业解决问题的策略分析

第五节 中国调味品行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国调味品行业需求特点与动态分析

第一节 中国调味品行业消费市场动态情况

第二节 中国调味品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 调味品行业成本结构分析

第四节 调味品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国调味品行业价格现状分析

第六节 中国调味品行业平均价格走势预测

一、中国调味品行业价格影响因素

二、中国调味品行业平均价格走势预测

三、中国调味品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国调味品行业区域市场现状分析

第一节 中国调味品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区调味品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区调味品市场规模分析

四、华东地区调味品市场规模预测

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、华中地区调味品市场规模分析

四、华中地区调味品市场规模预测

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、华南地区调味品市场规模分析

四、华南地区调味品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国调味品行业竞争情况

第一节 中国调味品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国调味品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国调味品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 调味品行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国调味品行业发展前景分析与预测

第一节 中国调味品行业未来发展前景分析

一、调味品行业国内投资环境分析

二、中国调味品行业市场机会分析

三、中国调味品行业投资增速预测

第二节 中国调味品行业未来发展趋势预测

第三节 中国调味品行业市场发展预测

一、中国调味品行业市场规模预测

二、中国调味品行业市场规模增速预测

三、中国调味品行业产值规模预测

四、中国调味品行业产值增速预测

五、中国调味品行业供需情况预测

第四节 中国调味品行业盈利走势预测

一、中国调味品行业毛利润同比增速预测

二、中国调味品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国调味品行业投资风险与营销分析

第一节 调味品行业投资风险分析

一、调味品行业政策风险分析

二、调味品行业技术风险分析

三、调味品行业竞争风险分析

四、调味品行业其他风险分析

第二节 调味品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国调味品行业发展战略及规划建议

第一节 中国调味品行业品牌战略分析

一、调味品企业品牌的重要性

二、调味品企业实施品牌战略的意义

三、调味品企业品牌的现状分析

四、调味品企业的品牌战略

五、调味品品牌战略管理的策略

第二节 中国调味品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国调味品行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国调味品行业发展策略及投资建议

第一节 中国调味品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国调味品行业营销渠道策略

一、调味品行业渠道选择策略

二、调味品行业营销策略

第三节 中国调味品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国调味品行业重点投资区域分析

二、中国调味品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/552471552471.html>