

2018年中国调味品市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

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《2018年中国调味品市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/canyin/369762369762.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

(1) 海天味业:多品类齐开花,龙头品牌强者恒强 提价带动毛利持续创新高,拓宽品类多点开花。公司2018年目标营收同增16%,净利润同增20%,Q1完成度高于全年计划,龙头高基数仍保持快速增长。分产品看,公司酱油/蚝油/酱保持近15%/25%/8%增速,醋/料酒业务均实现20%以上增速,龙头领衔优势突出。公司2016年底引领调味品行业主动提价覆盖成本上涨,毛利率连续5个季度上涨,盈利能力持续优化,渠道价差管控力强,提价有效传导至终端。主流产品性价比高,培育出多个10亿级大单品,产品线齐全。新品升级打造功能型调味品如拌饭酱,迎合新消费需求。对标海外龙头公司,海天国内市占率仍有提升空间,公司已做到酱油、酱类、蚝油市场第一,未来有意扩宽品类,在料酒、醋加速发力,保持3%左右研发投入占比,多品类均有新品储备择机推出。未来现有产品升级+新品类延拓,将不断打开业绩增长空间。

渠道壁垒深覆盖广,品牌力优势明显。公司率先抢占行业壁垒最高的餐饮渠道,获取稳定收益,目前餐饮占流通渠道约60-70%。有3000余经销商,对经销商议价力强、精细管控、信息动态跟踪、区域范围广。目前渠道网络已覆盖31省、1500多县市,33万个终端网点,地级市覆盖率达80-90%、县级60%行业领先,随着渠道覆盖深入,未来仍向下线城市及乡镇终端布局,进一步收割低线消费市场,增厚公司收益。此外积极推动电商业务增长良好,暂存于第三方支付平台资金计入其他应收款,Q1期末环比增加35.81%。持续通过广告营销获取潜在年轻消费客群,突显品牌力优势。公司盈利持续优化,销售和库存情况良好,渠道优势显著,强者恒强空间广阔。

(2) 千禾味业:因地制宜深耕区域,占据高端先发优势

公司业务发展定位清晰,聚焦中高端有机、零添加酱醋产品推广,顺应消费升级获长期发展空间;在面对竞争对手的高端化尝试挤压时,公司具备自身先发优势及产品力壁垒;从区域龙头向全国稳健扩张,今年起适度调整招商节奏、加强区域深耕、优化品牌形象,内部激励机制灵活。千禾较早聚焦高端业务发展,高端化品牌形象最早占领消费者心智,在高端赛道具备先发优势;公司产品兼备健康+美味+高性价比三项优势,产品力强劲;其他品牌现阶段重心以产品品类开拓及渠道下沉为主,高端化市场的正面交锋时机未到;且与现有竞争品牌共同培育消费者,亦有助于市场消费观念快速提升,利于整体扩容。

提高竞争力

提高竞争力

1) 区域化扩张:因地制宜,分类指导,适度由招商转向深耕。华东市场取得初步成绩后,其他西南以外市场将更加聚焦核心系统和门店,18年新增1000多名销售人员,运用导购地推方式营销。预计除华东市场,省外市场能做到2-3亿,云贵渝三地渠道下沉再精耕+产品结构升级,将持续为西南增速提供引擎。

2) 渠道拓展:优先发展商超渠道,把握家庭消费升级风口。创新电商餐饮多元渠道,精细

化管控，给予经销商具备竞争力的利润空间和政策激励，加强忠诚度与积极性。

3) 产能增长：18 年底 10 万吨酱油新增产能建成，产能投放优先满足高端产品需求，助力全国化扩张战略。

4) 品类延伸：切入食醋料酒市场，预计未来伴随产能逐步释放+借助酱油高端品牌优势将持续放量。

资料来源：公开资料整理

小食品龙头：赛道规模优势显著，成长稳健格局聚焦

安琪酵母：酵母业务稳定增长+保健品高增，产能保驾护航

人民币升值影响望减弱，保健品增速领衔，整体 Q1 业绩在高基数下仍与全年计划增速相匹配，表现略超预期。多品类业务均衡发展。分业务看，公司烘焙与发酵面食业务单元 Q1 收入增长 18%，反映国内酵母需求保持稳定增长，消费粘性较高；酵母抽提物（YE）业务具有 20%以上较快增长，YE 应用领域除传统咸味食品外可扩容至甜味食品（如巧克力）及饮料，未来发展潜力巨大；保健品 Q1 收入增长超 50%，计划全年目标 5 亿收入贡献 1.2 亿净利润，随着酵母营养品消费群体扩增、衍生品技术愈成熟，以保健品为首的下游业务在公司多渠道覆盖、爆款产品营销策略下有望持续高增。

高效产能保驾护航，国际化打造中国酵母名片。产能建设匹配需求提升。俄罗斯 2 万吨产能 17 年投产完毕，柳州 2 万吨产能 17 年达产 30%、18 年达产 80%，赤峰 1.6 万吨扩增产能今年 10-11 月投产，埃及 1.2 万吨 YE 产能有望明年 Q1 落地，预计酵母产能爬坡新增约 10%；另投资 2.5 亿元新建营养健康食品数字化工厂，预计 2020 年一期投产产值达 5.8 亿元，更好满足营养品需求高速增长。目前俄罗斯及埃及工厂产能共计 4.2 万吨占比总产能约 20%，俄罗斯/埃及工厂的毛利率、净利率分别达 44%/50%、22%/30% 高于平均，高效产能开拓国际市场并持续提升盈利能力。公司全球/国内市场占比达 13%/55%，不仅是印度烘焙酵母第一品牌，亦占埃及/俄罗斯/巴西市场份额约 25%/30%/30%，随着国际化战略深化，安琪有望稳步进军南美、东南亚地区，拓张西半球市场，实现 2020 年海外业务占比 1/3 以上，拉动盈利能力提升，打造中国酵母名片。

（3）安井食品：规模优势显著，区域开拓格局优化

开拓品类创新，销地布局持续匹配需求。公司执行“火锅料制品为主、面米制品为辅”的产品策略，近年来首次实现量价齐升，价格回暖，受成本上涨抵消毛利率同比有所下滑。2018 年公司计划将发面点心与高端火锅料新品双剑合璧，并挖掘高毛利小龙虾业务增量。公司受让新宏业食品 19% 的股权，加强上游原材料淡水鱼糜的资源控制，同时实现公司流通渠道和参股企业品牌优势互补，小龙虾业务试水后量产亦有望贡献增量。公司遵循“销地产”的生产基地布局策略，产能建设匹配需求提升，2018 年计划加速推进西南基地施工，同时推进华中基地湖北安井以及无锡 7 万吨速冻食品项目建设。预计每年产能增长近 20%，供需矛盾的缓解将助力营收的提升。

区域巩固开拓，渠道控制能力突出，格局优化龙头受益。从区域看，未来进行产能建设匹配后，将不断巩固东南、华东、东北等重点市场，加大对西南、华南、西北、华中等外围弱势市场开发。安井拥有辐射全国的销售网络，产品辐射超过4万家销售终端，600家经销商、近4000余商超网点。公司经销商销售占比80%，同时自建销售团队4000人协助经销商产品分销，平衡经销商规模。目前公司掌控行业主流经销商，经销商系统成熟。安井具备规模效应，上游采购量大，有强议价权，有助于转移原材料成本压力，同时带来生产效率提升，降低生产成本。作为业内龙头，在行业促销、环保政策洗牌后，竞争格局的优化有利于龙头盈利提升，预计市占有望提升。公司重视新品推广，2018年产品上形成火锅料、面点、小龙虾三轮驱动，渠道上加强餐饮渠道开拓，产能投放+增量新品升级+多渠道发力，看好规模效应强化带来业绩高增。（WW）

观研天下发布的《2018年中国调味品市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018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
- 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、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 国内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 2016-2018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 欧盟调味品行业地区市场分析

- 一、欧盟调味品行业市场现状分析
- 二、欧盟调味品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟调味品行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界调味品行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024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、全社会消费品调味品总额
- 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
- 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 中国调味品行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2018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分析

二、中国调味品行业企业集中度分析

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 中国调味品行业竞争力分析

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 2016-2018年中国调味品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国调味品行业消费特点

第二节 中国调味品行业消费偏好分析

- 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 2016-2018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

第九章 2016-2018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SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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 2018-2024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 调味品行业企业经营发展分析及建议

一、调味品行业经营模式

二、调味品行业销售模式

三、调味品行业创新方向

第三节 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2018-2024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 2018-2024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 中国调味品行业定价策略分析

第三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

第四节中国调味品行业价格策略

第五节 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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/369762369762.html>