

酱料和调味品 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“该品类正处于稳定增长阶段，行业向集中化发展。品类的未来在于扩展家庭消费，并打造更多有益健康的产品。消费者健康意识的提升不仅反映在他们对于原料的敏感，也体现在烹饪习惯的改变。国外酱料不俗的渗透率意味着其在国内市场的增长潜力和跨界发展机会。”

— 吴珍妮，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 拓展家庭消费的方法
- 升级并丰富“儿童”调料产品
- 与休闲零食混搭并加强B2B销售是外国调料发展之路

酱料和调味品市场处于稳定发展阶段。销售额的增长主要来源于原材料价格上升、餐饮服务迅猛发展和餐饮外卖服务爆炸式增长。外资企业加速了在中国佐料市场的投资脚步；国内领头企业持续升级产品配方，并通过不断创新丰富产品线。拓展家庭消费是增长潜力所在，因为家庭是酱料和调味品的消费主力之一。家庭西式烹饪活动给国外酱料在中国市场的增长带来了可能性。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

酱料和调味品 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

综述

市场

零售额持续高走

传统酱料占大头，且保持积极增长

番茄酱和沙拉酱处于增长阶段

公司与品牌

领先企业份额提升

数据 1: 酱料和调味品市场中领先公司的市场份额，中国，2017-2019年（截至11月）

外资公司加码投资

品牌拥抱清洁标签潮流

酱油品牌进军食醋市场

数据 2: 食醋产品，李锦记，中国，2018年

消费者

线下渠道是主流

数据 3: 购买渠道，2019年9月

参考的信息显示出代际差异

数据 4: 购买酱料和调味品时参考的信息，2019年9月

国外酱料渗透率取决于受访者的熟悉度

数据 5: 曾经购买过的国外酱料和调味品，2019年9月

数据 6: 鸡肉塔可，肯德基，中国，2018年

烹饪习惯改变反映消费者生活方式更为健康

数据 7: 烹饪习惯的趋势，2019年9月

传统烹饪活动仍然必不可少

数据 8: 曾经尝试过的烹饪/烘焙活动，2019年9月

对氨基酸态氮的了解不足

数据 9: 对氨基酸态氮的态度，2019年9月

我们的观点

议题与洞察

拓展家庭消费的方法

现状

启示

数据 10: 天味食品新品，中国，2018-2019年

升级并丰富“儿童”调料产品

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

酱料和调味品 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

数据 11: 宣称儿童专用的酱料和调味品，全球，2019年

与休闲零食混搭并加强B2B销售是外国调料发展之路

现状

启示

数据 12: 点点薯片，好丽友，中国，2018年

市场 - 您需要了解的

市场零售额上涨，年均复合增长率9.85%

餐饮服务与外卖推动品类增长

细分品类稳定增长

市场规模与预测

零售额保持上升态势

数据 13: 酱料和调味品市场的销售额预测（最好和最差情形）*, 中国，2014-2024年

市场因素

餐饮服务成酱料和调味品稳定业务来源

数据 14: 餐饮服务消费支出和增长率，中国，2013-2018年

外卖业务是餐饮服务发展的强劲驱动力

数据 15: 餐饮外卖服务市场销售额，中国，2015-2018年

行业集中化加速

高端化使得价格上涨合理化

市场细分

酱油——仍然占据最大市场份额

数据 16: 酱油市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

醋——保持增速稳定

数据 17: 醋市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

蚝油——保持两位数增长

数据 18: 蚝油市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

番茄酱——未来在于拓展国内消费市场

数据 19: 番茄酱市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

沙拉酱——保持增长态势

数据 20: 沙拉酱市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

重点企业——您需要了解的

主要企业份额提升

玩家入局食醋品类竞争

口味融合有助于拓展消费场景

市场份额

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

酱料和调味品 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

领先企业保持主宰地位

数据 21: 酱料和调味品市场中领先公司的市场份额，中国，2017-2019年（截至11月）

产业集中化程度加深

竞争策略

丘比和亨氏加码在华投资

李锦记减盐路上继续前行

数据 22: “薄盐”系列，李锦记，中国

太太乐持续领跑鲜味市场

数据 23: 新系列调味料，太太乐，中国，2019年

数据 24: “原味鲜”酱油，太太乐，中国，2019年

食醋市场迎来跨品类竞争者

颐海国际扮演复合调味品类中先锋角色

数据 25: 小龙虾复合酱料产品，颐海国际，中国，2019年

谁在创新？

零食与饮料品牌的跨界

数据 26: 调味料产品，旺旺，中国，2019年

混搭风味酱料和调味品成大热

数据 27: 混合风味的餐桌调味品，全球，2019年

数据 28: 蛋黄酱与其他酱料混搭产品示例，英国，2019年

消费者——您所需要了解的

购买酱料和调味品时成分颇为重要

异国酱料渗透情况乐观

西式烹饪给异国酱料带来增长机会

产品渗透率与购买渠道

西式酱料渗透率可观

数据29: 产品渗透率和购买渠道，2019年9月

实体店仍是主要分销渠道

数据 30: 购买渠道，2019年9月

独居消费者较少烹饪

数据31: 没有购买过的产品（按居住情况区分），2019年9月

购买时考虑的因素

信息便于触及性帮助解释了购买渠道的选择

数据32: 购买酱料和调味品时参考的信息，2019年9月

消费者对配料表敏感度提高

数据33: 带有“非转基因”和“无添加剂/防腐剂”宣称的酱料和调味品新产品比例，中国，2017-2019年（截至11月）

70后注重品牌，80后注重营养

口碑效应对部分人群非常重要

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

酱料和调味品 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据34: 购买酱料和调味品时参考的信息（按年龄区分），2019年9月

国外酱料和调味品

国外酱料渗透率有广阔增长空间

数据35: 购买过的国外酱料和调味品，2019年9月

核心家庭将推动国外酱料增长

数据36: 购买过的国外酱料和调味品（按家庭中的孩子区分），2019年9月

坚果酱价值在于营养

烹饪习惯趋势

烹饪频率的改变暗示着生活方式健康化

数据37: 烹饪习惯的趋势，2019年9月

80后和70后饮食更清淡，远离油腻菜肴

数据38: 相比3个月前烹饪更多的消费者（按代际区分），2019年9月

烹饪活动

女性是烹饪爱好者

数据39: 尝试过的烹饪或烘焙活动（按性别区分），2019年9月

烹饪活动因区域而异

数据40: 尝试过的烹饪或烘焙活动（按区域区分），2019年9月

烹饪活动与购买过的国外酱料种类相关联

产品的知识

氨基酸态氮相关认知有待提升

数据41: 对氨基酸态氮的态度，2019年9月

专为儿童设计的酱料和调味品应有明确标准

数据42: 对儿童酱料和调味品的态度（按代际区分），2019年9月

数据43: 宣称适合儿童的酱油，欣和，2019年

对复合酱料持有的两种声音

数据44: 对复合酱料的态度，2019年9月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群价格敏感度低但更谨慎

数据45: 购买酱料和调味品时参考的信息（按消费者分类区分），2019年9月

为男性英敏特城市精英人群打开国外酱料市场

数据46: 过去3个月购买过的国外酱料（按消费者分类区分），2019年9月

儿童和老年人专属的酱料和调味品得到英敏特城市精英人群的支持

数据47: 对儿童和老年人酱料和调味品的态度（按消费者分类区分），2019年9月

附录——市场规模与预测

数据48: 酱料和调味品的零售额，中国，2014-2024年

附录——市场细分

酱油

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

酱料和调味品 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据49: 酱油零售额，中国，2014-2024年

食醋

数据50: 食醋零售额，中国，2014-2024年

蚝油

数据51: 蚝油零售额，中国，2014-2024年

番茄酱

数据52: 番茄酱零售额，中国，2014-2024年

沙拉酱

数据53: 沙拉酱零售额，中国，2014-2024年

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com