

复合调味料 头豹词条报告系列



宋卿衍 · 头豹分析师

2023-08-29 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/食品制造业/调味品、发酵制品制造

消费品制造/食品饮料



词条目录

行业定义

调味品是指能增加食品菜肴的色、香、味，促进食欲...

行业分类

可根据复合调味料形态的不同，将复合调味料分为液...

行业特征

市场集中度方面，中国复合调味料生产企业较多，市...

发展历程

复合调味料行业目前已达到 **3个** 阶段

产业链分析

上游分析

中游分析

下游分析

行业规模

复合调味料行业规模暂无评级报告

SIZE数据

政策梳理

复合调味料行业相关政策 **5篇**

竞争格局

目前可根据复合调味料生产企业的综合实力，将天味...

数据图表

摘要

复合调味料指用两种或两种以上的调味品配制，经特殊加工而成的调味料。中国复合调味料种类较多，适用于炸、炒、烹、蒸、煮、炖等多种烹调方式。对餐饮业市场，复合调味料可以显著提升烹饪效率，节约烹饪时间，使得餐饮企业的便捷化、标准化和规模化成为可能。对于家庭消费市场，复合调味料成为了追求烹饪简单化，且对食品口味有一定追求的家庭的较好选择。2018年至2022年，中国复合调味料市场规模以12.3%的年复合增长率由1,131.6亿元增长至1,796.6亿元。随着中国中央厨房模式的普及化以及预制菜行业的快速发展，预计2023年至2027年，中国复合调味料市场规模仍将保持高速增长态势，并将在2027年达到3,306.7亿元。

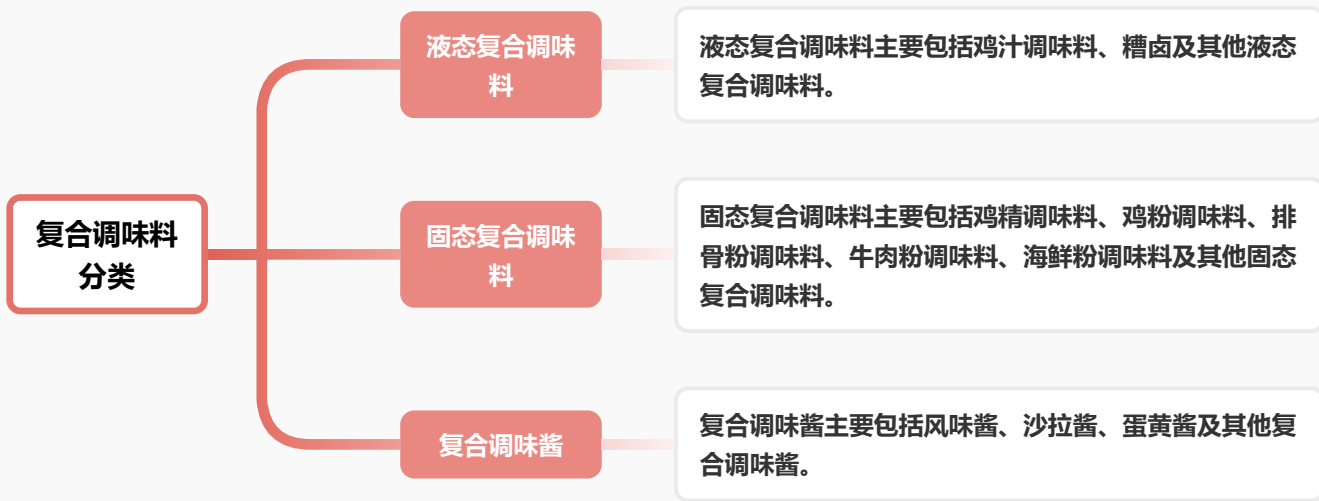
复合调味料行业定义^[1]

调味品是指能增加食品菜肴的色、香、味，促进食欲，有益于人体健康的辅助食品。复合调味料指用两种或两种以上的调味品配制，经特殊加工而成的调味料。中国复合调味料种类较多，适用于炸、炒、烹、蒸、煮、炖等多种烹调方式。对餐饮业市场，复合调味料可以显著提升烹饪效率，节约烹饪时间，使得餐饮企业的便捷化、标准化和规模化成为可能。对于家庭消费市场，复合调味料成为了追求烹饪简单化，且对食品口味有一定追求的家庭的较好选择。

复合调味料行业分类^[2]

可根据复合调味料形态的不同，将复合调味料分为液态复合调味料、固态复合调味料和复合调味酱。液态复合调味料主要包括鸡汁调味料、糟卤等，固态复合调味料主要包括鸡精调味料、鸡粉调味料、排骨粉调味料等，复合调味酱主要包括风味酱、沙拉酱等。

复合调味料形态分类



[2] 1: [https://openstd.sa...](https://openstd.samr.gov.cn/bzgk/stdinfo/standardDetail.do?stdno=GB31137-2014)

2: 国家标准委

复合调味料行业特征^[3]

市场集中度方面，中国复合调味料生产企业较多，市场较为分散。产品发展趋势方面，为迎合消费市场，复合调味料生产企业逐渐推出多种“少添加”“低脂”等“健康”型产品。产品味型丰富度方面，随着消费者对复合调味料口味多样化需求的持续增加，复合调味料生产企业不断推出新型复合调味料，以满足市场需求。

1 市场集中度较低

中国复合调味料生产企业较多，市场较为分散。

中国复合调味料细分品类众多，产品普遍生产难度较低，导致复合调味料行业参与企业较多。另外，部分地方性复合调味料生产企业所生产的复合调味料是针对特定地区消费者口味进行研发生产，符合特定地区

消费者饮食习惯，使得企业在当地复合调味料市场中获得营收较高，在复合调味料整体市场中占据一定份额，最终导致复合调味料市场整体集中度较低。

2 “健康”型复合调味料产品种类快速增加

为迎合消费市场，复合调味料生产企业逐渐推出多种“少添加”“低脂”等“健康”型产品。

随着消费者健康意识的增强，复合调味料生产企业在复合调味料原料和成分添加上不断精简，逐渐推出多种“少添加”“低脂”等“健康”类复合调味料。如，主打低脂概念的“零脂肪白灼汁”、主打少糖概念的“无糖牛肉酱”等。

3 产品味型丰富度持续提高

随着消费者对复合调味料口味多样化需求的持续增加，复合调味料生产企业不断推出新型复合调味料，以满足市场需求。

截至目前，中国复合调味料已囊括麻辣烫、酸菜鱼、黄焖鸡等多种味型。在需求端的刺激下，复合调味料产品味型逐渐扩展到海外菜系，包括寿喜烧、火鸡面酱、奶油培根酱、冬阴功等。

[3] 1: 天猫

复合调味料发展历程^[4]

中国复合调味料行业迄今为止主要经历三个发展阶段：**1949年至1981年的萌芽期**，中国调味品生产参与方由作坊逐渐转移至企业，中国调味品行业逐渐发展，为复合调味料行业的出现和发展奠定了基础。**1982年至2012年的启动期**，复合调味料名词、术语、定义等相关标准逐步确立，复合调味料行业趋于规范化发展。**2013年至2023年的高速发展期**，中国餐饮市场、预制菜市场的快速发展推动中国复合调味料行业高速发展。

萌芽期 · 1949~1981

1956年，调味品行业实行公私合营。1975年，商业部召开全国调味品工作会议，要求用机械化、半机械化代替手工操作，逐步实现酿造加工机械化。1978年，商业部、轻工业部、全国供销合作总社和卫生部联合发布《酱油、食醋、酱类质量标准和卫生标准》。

行业萌芽期，中国调味品生产参与方由作坊逐渐转移至企业，调味品生产企业逐渐增多。此时期，中国调味品行业开始由手工制作向机械化生产方向发展。《酱油、食醋、酱类质量标准和卫生标准》的

制定，对提高中国调味品质量起到重要影响。中国调味品行业的逐渐发展，为复合调味料行业的出现和发展奠定了基础。

启动期 · 1982~2012

1982年至1983年，天津市调味品研究所开发专供烹调中式菜肴“八菜一汤”的复合调味料，并称为“复合调味料”。1987年，中国制定ZBX 66005—87《调味品名词术语》标准，规定了“复合调味料”专用名词、术语及定义标准。2007年，国家标准GB/T 20903—2007对复合调味料重新作了定义和分类。2008年，餐饮外卖平台饿了么上线。

行业启动期，复合调味料名词、术语、定义等相关标准逐步确立，复合调味料行业趋于规范化发展。饿了么的上线，标志着中国餐饮外卖行业雏形的形成，也为中国餐饮行业和复合调味料行业的快速发展奠定基础。

高速发展期 · 2013~2023

2013年，美团外卖上线。2018年，中国餐饮连锁化率突破12%。2019年，中国预制菜市场规模突破2,000亿元。2021年，日辰股份与呷哺呷哺合资成立日辰食品（天津）有限公司。

中国餐饮行业的快速发展带动中国复合调味料行业进入高速发展期。随着中国连锁餐饮市场的扩张，连锁餐饮品牌对菜品口味标准化的需求逐渐增加。需求端的刺激使得复合调味料企业不断推出新式复合调味料，如鱼香肉丝调味粉等。同时，预制菜市场的不断增长，也为复合调味料市场规模提供新的增长点。

[4] 1: <https://www.riche...> 2: <https://mp.weixin....> 3: <https://www.zhihu....> 4: 鸡大哥调味品公司公众...

复合调味料产业链分析^[5]

复合调味料行业上游为复合调味料原材料供应商，主要包括中粮集团、金龙鱼等。中游为复合调味料生产商，主要包括日辰股份、天味食品等。下游为餐饮企业及终端消费者，主要包括呷哺呷哺、永和大王等。

复合调味料种类众多，原材料主要包括糖类（白砂糖、绵白糖、冰糖粉等）、淀粉、蔬菜、肉类（猪肉、牛肉等）、香辛料等。**上游复合调味料原材料方面**，中国蔬菜类产品产量充足，价格波动较为稳定。2023年3月，“菜篮子”产品批发价格指数为134.0，环比下降1.3个百分点，同比下降1.8个百分点。截至2023年3月，中国蔬菜种植面积7,709.7万亩，同比增加110.2万亩。**中游复合调味料生产商方面**，复合调味料行业市场集中度较低。2022年4月至2023年4月，天猫平台中复合调味料销售额前10名的品牌仅占据天猫复合调味料市场的

19.9%。复合调味料细分品类众多，产品普遍生产难度较低，导致复合调味料行业参与企业较多，市场较为分散。下游方面，“**是否健康**”逐渐成为消费者选择复合调味料时的标准之一。随着消费者对饮食健康方面重视程度的不断提高，“无添加”等健康型复合调味料销售额出现明显增长。2022年4月至2023年4月，天猫平台中“无反式脂肪”类复合调味料销售额同比增长18%，“无色素”类复合调味料销售额同比增长10%，“低脂”类调味料销售额同比增长40%。

上

产业链上游

生产制造端

复合调味料原材料供应商

上游厂商

上海慧萱食品有限公司 >

益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司 >

东方先导（上海）糖酒有限公司 >

查看全部 >

产业链上游说明

复合调味料种类众多，原材料主要包括糖类（白砂糖、绵白糖、冰糖粉等）、淀粉、蔬菜、肉类（猪肉、牛肉等）、香辛料等。中国蔬菜类产品产量充足，价格波动较为稳定。2023年3月，“菜篮子”产品批发价格指数为134.0，环比下降1.3个百分点，同比下降1.8个百分点。截至2023年3月，中国蔬菜种植面积7,709.7万亩，同比增加110.2万亩。

畜肉类原材料中猪肉价格波动较大。2021年1月-2022年1月，猪肉价格指数降幅超60%。2022年1月-2023年1月猪肉价格指数上涨超20%。猪肉价格整体存在较大波动性。

中

产业链中游

品牌端

复合调味料生产商

中游厂商

青岛日辰食品股份有限公司 >

上海宝立食品科技股份有限公司 >

安记食品股份有限公司 >

查看全部 >

产业链中游说明

复合调味料行业市场集中度较低。2022年4月至2023年4月，天猫平台中复合调味料销售额前10名的品牌仅占据天猫复合调味料市场的19.9%。一方面，复合调味料细分品类众多，产品普遍生产难度较低，导致复合调味料行业参与企业较多。另一方面，部分地方性复合调味料生产企业所生产的复合调味料是针对特定地区消费者口味进行研发生产，符合特定地区消费者饮食习惯，使得企业在当地复合调味料市场中获得营收较高，在复合调味料整体市场中占据一定份额，最终导致复合调味料市场整体集中度较低。

在预制菜行业快速发展的推动下，预计中国复合调味料市场将持续高速发展。2020年至2021年，中国预制菜市场规模由2,527亿元增长至3,137亿元。2021年，中国新增预制菜相关企业数量超4,000家。预制菜企业为保证其预制菜口味的统一性，可向复合调味料企业定制复合调味料，并在生产预制菜过程中使用。在餐饮门店，特别是中小型餐饮门店方面，预制菜的使用能够节约超70%的餐厅后厨空间，有利于餐饮门店减少因后厨空间产生的租金成本。同时，预制菜也能使餐饮门店较为有效地保证菜品品质。随着中国预制菜在餐饮门店中渗透率逐渐提高，预计预制菜市场将持续扩大，复合调味料市场规模也将随之快速增长。

下

产业链下游

渠道端及终端客户

餐饮企业及终端消费者

渠道端

呷哺呷哺餐饮管理有限公司 >

上海领先餐饮管理有限公司 >

上海锦河餐饮管理有限公司 >

查看全部 ▾

产业链下游说明

餐饮企业方面，中国餐饮连锁化率不断提高，连锁餐饮企业对复合调味料的需求不断增加。2018年至2022年，中国餐饮连锁化率由12%提升至19%。目前，连锁餐饮企业为保证菜品口味、品质的统一性，普遍采用中央厨房模式，对食材进行标准化预处理。在预处理过程中，中央厨房通常使用复合调味料，以减少调味品添加种类，简化食材处理步骤，提高菜品标准化程度。随着中国餐饮连锁化率的不断提高，预计连锁餐饮企业对定制化、标准化的复合调味料需求将持续增加。

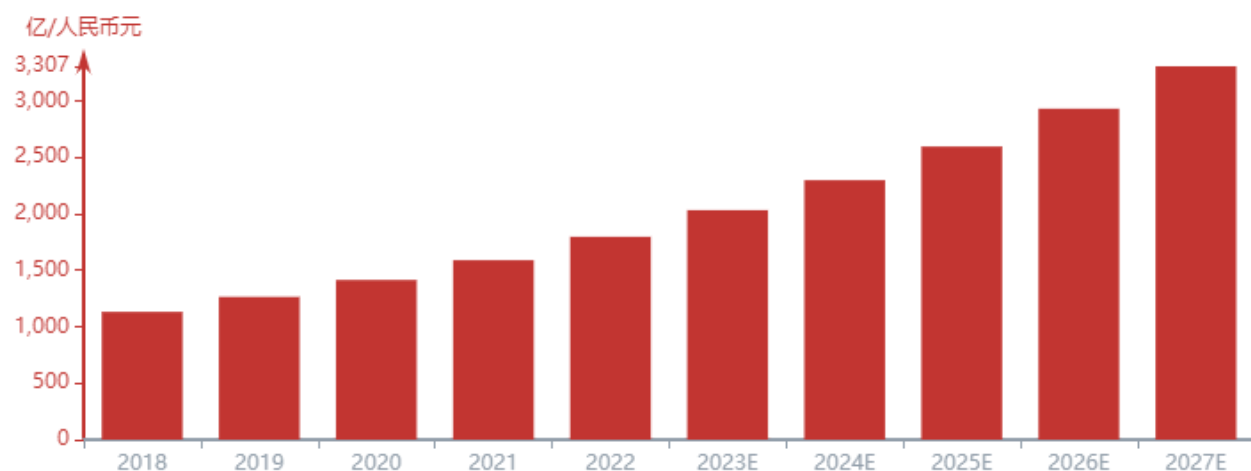
终端消费者方面，“是否健康”逐渐成为消费者选择复合调味料时的标准之一。随着消费者对饮食健康方面重视程度的不断提高，“无添加”等健康型复合调味料销售额出现明显增长。2022年4月至2023年4月，天猫平台中“无反式脂肪”类复合调味料销售额同比增长18%，“无色素”类复合调味料销售额同比增长10%，“低脂”类调味料销售额同比增长40%。

复合调味料行业规模^[6]

中国复合调味料市场规模

复合调味料行业规模

中国复合调味料市场规模



数据来源：日辰股份公告、天猫

2018年至2022年，中国复合调味料市场规模以12.3%的年复合增长率由1,131.6亿元增长至1,796.6亿元。预计2023年至2027年，中国复合调味料市场规模仍将保持高速增长态势，并将在2027年达到3,306.7亿元。

中国餐饮市场的高速发展带动了中国调味品及复合调味料市场规模的快速增长。餐饮市场是调味品及复合调味料行业的重要下游市场。根据中国饭店协会统计，餐饮端需求占调味品整体需求的50%。随着中国餐饮市场的快速发展，中国调味品及复合调味料市场均呈快速增长态势。2018年至2019年，中国餐饮市场规模由4.3万亿元增长至4.7万亿元，增长幅度达9.4%。2020年至2021年，中国餐饮市场快速恢复，并于2021年恢复至4.7万亿元，同比增长18.6%。中国餐饮市场的蓬勃发展以及强劲韧性，带动中国调味品及复合调味料市场规模的快速增长。家庭消费端对复合调味料需求的快速增长是复合调味料市场快速增长的另一主要原因。与在餐饮门店中消费相比，家庭烹饪不仅较为健康，还能使家庭成员收获较多的幸福感。同时，空气炸锅、炒菜机等智能烹饪设备的逐渐流行，使得家庭烹饪逐渐简单化，一定程度上提高了消费者参与家庭烹饪的积极性，使得家庭消费端对调味品及复合调味料的需求快速增加。2017年至2021年，中国家庭烹饪所带动的市场规模由2.9万亿元增长至4.2万亿元，年复合增长率超10%。2022年“618购物节”期间，电商平台空气炸锅成交额同比增长133%，炒菜机成交额同比增长156%。

中国餐饮连锁化率的逐渐提高将推动中央厨房模式在餐饮市场中的普及化，从而持续推动复合调味料市场规模的提高。2018年至2022年，中国餐饮连锁化率由12%提升至19%。为提高菜品标准化程度，中央厨房模式已成为连锁餐饮行业的发展趋势。中央厨房可以将生产出的标准化半成品统一配送至各餐厅门店，餐厅仅需进行部分烹饪工作，从而保证菜品口味及品质的统一性。在中央厨房模式下，餐饮企业可根据需要，向复合调味料企业定制复合调味料，从而使得中央厨房在进行菜品制作时仅需添加一种调味料，较大幅度提高菜品标准化程度。随着中国餐饮连锁化率的不断提高，预计连锁餐饮企业对定制化、标准化的复合调味料需求将持续增加。预制菜行业的蓬勃发展将成为中国复合调味料市场增长的另一驱动因素。2020年至2021年，中国预制菜市场规模由2,527亿元增长至3,137亿元。2021年，中国新增预制菜相关企业数量超4,000家。与中央厨房相似，预制菜企业为保证其预制菜口味的统一性，也可向复合调味料企业定制复合调味料，并在生产预制菜过程中使用。在餐饮门店，特别是中小型餐饮门店方面，预制菜的使用能够节约超70%的餐厅后厨空间，有利于餐饮门店减少因后厨空间产生的租金成本。同时，预制菜也能使餐饮门店较为有效地保证菜品品质，降低餐饮门店因菜品质量造成与消费者产生纠纷的风险。随着中国预制菜在餐饮门店中渗透率逐渐提高，预计预制菜市场将持续扩大，复合调味料市场规模也将随之快速增长。

[6] 1: <https://mp.weixin....> 2: 美团、中国连锁经营协...

复合调味料政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中共中央国务院关于促进民营经 济发展壮大的意见》	中共中央、国务院	2023-07	8
政策内容	健全中小微企业和个体工商户信用评级和评价体系，加强涉企信用信息归集，推广“信易贷”等服务模式。支持符合条件的民营中小微企业在债券市场融资，鼓励符合条件的民营企业发行科技创新公司债券，推动民营企业债券融资专项支持计划扩大覆盖面、提升增信力度。支持符合条件的民营企业上市融资和再融资。			
政策解读	意见指出，要健全中小微企业和个体工商户信用评级和评价体系，推广“信易贷”等服务模式。该政策有利于拓宽优质中小型复合调味料企业和餐饮企业融资渠道，缓解该类企业业务扩张期的资金压力。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
		工信部等11部门	2023-03	7

政策内容	《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》 提升先进装备供给能力。促进全自动高速无菌灌装、智能温控蒸煮、数控高密度发酵、微波灭菌、超高压非热杀菌等现代食品加工工艺装备推广应用。整合地方特色食品企业、装备制造企业和科研院所力量，构建关键技术装备创新应用联合体，逐步提升重要装备供给能力。			
政策解读	意见指出，要促进现代食品加工工艺装备推广应用。该政策有利于增强中小型复合调味料企业对相关加工工艺的了解，加快推进超高压非热杀菌等杀菌工艺在复合调味料行业中的应用，有利于提高中小型复合调味料企业的产品安全保障。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	中共中央、国务院	2023-01	8
政策内容	提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平。培育发展预制菜产业。			
政策解读	预制菜行业是复合调味料的重要下游行业。《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》有利于推动中国预制菜产业的快速发展，带动中国复合调味料行业的发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于抓好促进餐饮业恢复发展扶持政策贯彻落实工作的通知》	商务部等11部门	2022-06	7
政策内容	2022年对餐饮企业延续实施阶段性降低失业保险、工伤保险费率政策。对不裁员、少裁员的餐饮企业，继续实施失业保险稳岗返还政策，提高返还比例。			
政策解读	餐饮市场是复合调味料的重要下游市场。《关于抓好促进餐饮业恢复发展扶持政策贯彻落实工作的通知》通过降低保险费率，减少餐饮企业在失业保险、工伤保险支出。该政策有利于减少中国餐饮企业人工成本，稳定餐饮市场，从而为复合调味料市场的稳定提供保障。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《扎实稳住经济的一揽子政策措 施》	国务院	2022-05	7
政策内容	抓紧办理小微企业、个体工商户留抵退税并加大帮扶力度，在纳税人自愿申请的基础上，6月30日前基本完成集中退还存量留抵税额；今年出台的各项留抵退税政策新增退税总额达到约1.64万亿元。			
政策解读	《扎实稳住经济的一揽子政策措施》中指出，各地有关部门要抓紧办理小微企业、个体工商户留抵退税并加大帮扶力度。该政策有利于缓解中小型复合调味料企业和餐饮企业的资金压力。			
政策性质	鼓励性政策			

[7]

1: <https://www.gov.c...>

2: <https://www.gov.c...>

3: <https://www.gov.c...>

4: <https://www.gov.c...>

5: <https://www.gov.c...>

6: 中国政府网

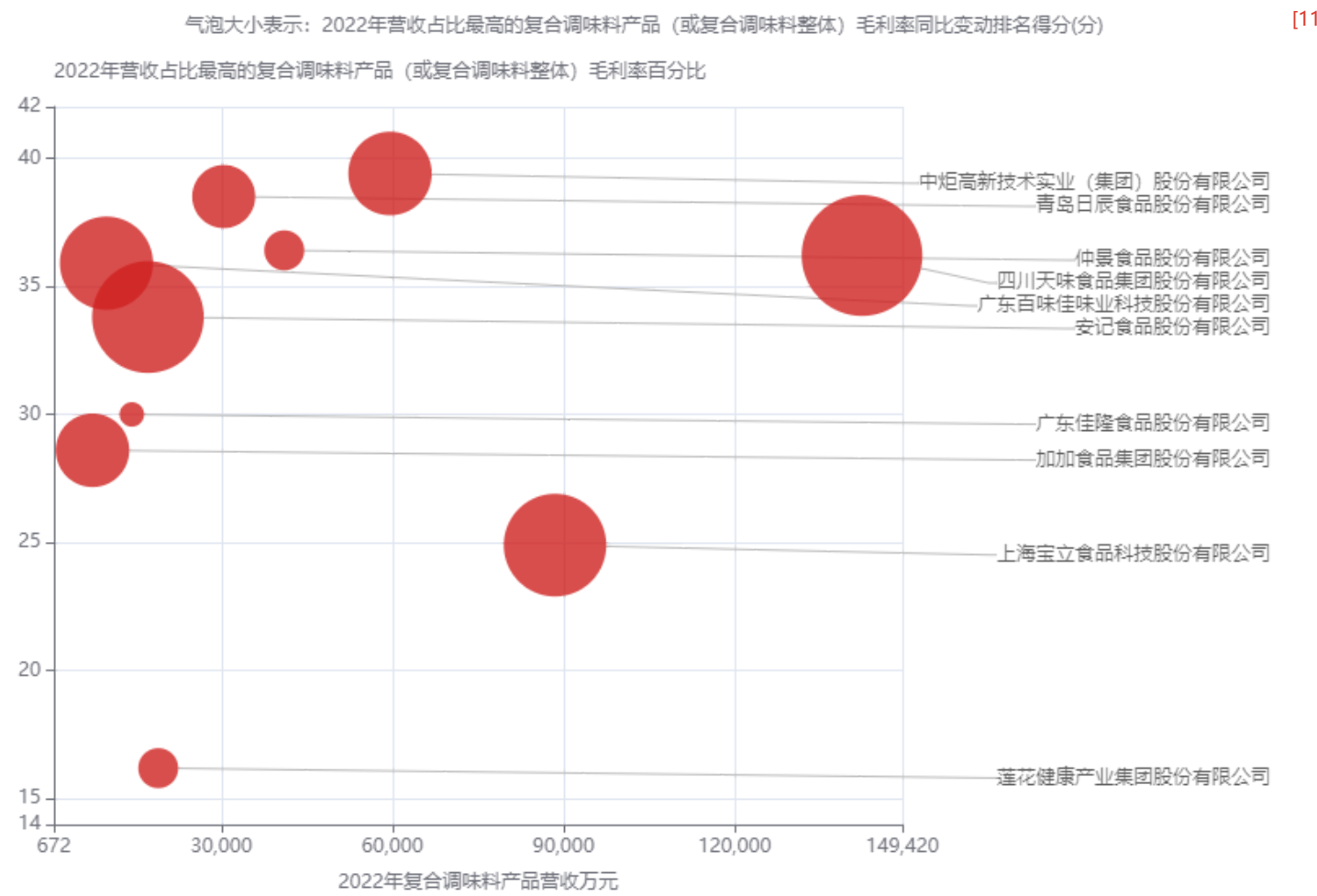
复合调味料竞争格局^[8]

目前可根据复合调味料生产企业的综合实力，将天味食品列为第一梯队，宝立食品、中炬高新列为第二梯队，其他企业列为第三梯队。

复合调味料行业市场集中度较低。2022年4月至2023年4月，天猫平台中复合调味料销售额前10名的品牌仅占据天猫复合调味料市场的19.9%。复合调味料细分品类众多，产品普遍生产难度较低，导致复合调味料行业参与企业较多。另外，由于中国各地区消费者口味有一定差异，大型复合调味料生产企业在大规模生产复合调味料产品时难以兼顾所有地区的消费者口味，造成其产品不符合部分地区消费者口味，导致企业在该地区营收较低。而部分地方性复合调味料生产企业所生产的复合调味料是针对特定地区消费者口味进行研发生产，符合特定地区消费者饮食习惯，使得企业在当地复合调味料市场中获得营收较高，在复合调味料整体市场中占据一定份额，最终导致复合调味料市场整体集中度较低。**复合调味料行业竞争激烈程度较高。**随着复合调味料品牌数量的不断增加，复合调味料行业竞争不断加剧，部分企业复合调味料产品毛利率出现较大幅度下降。2021年至2022年，佳隆食品复合调味料产品中，鸡精毛利率同比降低7.8个百分点，鸡粉毛利率同比降低9个百分点；日辰股份酱汁类调味料产品毛利率同比降低4.7个百分点。

加强与连锁餐饮企业的合作有利于提升复合调味料生产企业的竞争力。目前，连锁餐饮企业普遍采用中央厨房模式，对食材进行标准化预处理。在预处理过程中，若中央厨房仅需添加一种定制化复合调味料（如黄焖鸡酱），该菜品标准化程度将有较大幅度提高。若复合调味料生产企业加强与连锁餐饮企业的合作，积极研发定制型复合调味料，积累相关经验及口碑，预计该企业的定制型复合调味料业务将在一段时间内为企业带来持续高速增长收益，提高企业竞争力。**加强以健康为卖点的复合调味料产品的研发生产有利于提升复合调味料生产企业**

竞争力。随着消费者对饮食健康方面重视程度的不断提高，“无添加”等健康型复合调味料销售额出现明显增长。2022年4月至2023年4月，天猫平台中“无反式脂肪”类复合调味料销售额同比增长18%，“无色素”类复合调味料销售额同比增长10%，“低脂”类调味料销售额同比增长40%。若复合调味料生产企业加快研发相关复合调味料产品并投入市场，预计该企业“健康”类复合调味料将在一定时间内为企业带来持续增长的收益，提高企业竞争力。



上市公司速览

青島日辰食品股份有限公司 (603755)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.6亿元	12.30	39.64

上海宝立食品科技股份有限公司 (603170)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.4亿元	27.20	35.09

安记食品股份有限公司 (603696)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.0亿元	25.75	16.81

四川天味食品集团股份有限公司 (603317)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	7.7亿元	21.79	40.62

中炬高新技术实业(集团)股份有限公司 (600872)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

加加食品集团股份有限公司 (002650)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.3亿元	-15.61	23.52

-	13.7亿元	1.46	31.41
---	--------	------	-------

莲花健康产业集团股份有限公司 (600186)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.6亿元	9.18	15.75

广东佳隆食品股份有限公司 (002495)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	6828.4万元	23.85	20.20

仲景食品股份有限公司 (300908)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.6亿元	10.37	40.62

[8]	1: 日辰股份2022年年报、...
[9]	1: 各企业2022年年报
[10]	1: 各企业2022年年报
[11]	1: 各企业2022年年报

复合调味料企业分析

1 青岛日辰食品股份有限公司【603755】

公司信息			
企业状态	开业	注册资本	9861.3681万人民币
企业类型	股份有限公司(中外合资、上市)	成立时间	2001-03-23
品牌名称	青岛日辰食品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：食品生产；食品添加剂生产。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开... 查看更多		

财务数据分析							
财务指标	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)	2023(Q2)
销售现金流/营业收入	1.05	1.05	-	-	-	-	-
	18.7017	7.842	14.409	19.783	25.52	22.235	25.712
资产负债率(%)	18.7017	7.842	14.409	19.783	25.52	22.235	25.712
营业总收入同比增长(%)	13.7724	20.2658	-7.834	28.574	-8.841	7.211	12.304

[illegible]

归属净利润(元)	6980.71万	8527.28万	8125.05万	8128.79万	5106.05万	1065.95万	2380.72万
扣非每股收益 (元)	0.91	1	0.78	0.7	0.43	0.0987	0.22
经营现金流/营 业收入	0.98	0.8355	0.699	0.604	0.551	0.129	0.222

▪ 竞争优势

日辰股份产品品控严格，产品品质有较好保障。公司成立由公司管理层直接负责的食品安全小组，建立了研发、采购、生产、销售各个环节的全面质量控制系统。公司在行业内率先建立食品安全检测中心。公司全面通过ISO22000食品安全管理体系、ISO9000质量管理体系等权威认证，检测中心通过国家实验室CNAS认证，产品通过国际标准BRCGS认证。

▪ 竞争优势2

日辰股份持续跟踪消费市场，能够对复合调味料消费趋势做出快速反应。公司拥有一支由专业技术人员、厨师以及与国内高等院校专家顾问等组成的研发团队，为下游客户提供建立在菜品应用基础上的复合调味品综合解决方案。公司持续保持对日韩终端市场、国内食品加工、餐饮市场及终端消费者的追踪和分析，通过信息收集、数据分析、样品检验等工作，对复合调味品的口味、生产工艺等进行设计与研发。

2 上海宝立食品科技股份有限公司【603170】



▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	40001万人民币
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2001-12-20
品牌名称	上海宝立食品科技股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：食品生产；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营... 查看更多		

▪ 财务数据分析

财务指标	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
资产负债率(%)	51.656	45.22	41.342	39.282	25.27	22.588
营业总收入同比增长(%)	-	4.429	21.785	74.372	29.098	27.205
应收账款周转天数(天)	-	70	69	45	41	39
流动比率	0.962	1.267	1.637	1.573	2.717	3.225

每股经营现金流 (元)	-	-	0.36	0.5	0.631	0.15
流动负债/总负 债(%)	98.883	84.625	67.964	77.707	88.902	85.988
速动比率	0.691	0.916	1.2	1.034	2.078	2.503
摊薄总资产收益 率(%)	-	14.062	18.359	19.095	16.269	4.907
基本每股收益 (元)	-	-	0.37	0.52	0.57	0.19
净利率(%)	13.1413	10.9992	14.8231	12.3464	11.3167	14.5384
总资产周转率 (次)	-	1.282	1.239	1.625	1.539	0.347
每股公积金(元)	-	-	0.1066	0.1066	0.7073	0.7073
存货周转天数 (天)	-	58	52	47	55	57
营业总收入(元)	7.11亿	7.43亿	9.05亿	15.78亿	20.37亿	5.39亿
每股未分配利润 (元)	-	-	0.2179	0.6656	1.0598	1.2506
稀释每股收益 (元)	-	-	0.37	0.52	0.57	0.19
归属净利润(元)	9239.30万	8149.83万	1.34亿	1.85亿	2.15亿	7633.43万
扣非每股收益 (元)	-	-	0.36	0.49	0.52	0.1408
经营现金流/营 业收入	-	-	0.36	0.5	0.631	0.15

▪ 竞争优势

宝立食品复合调味料产品种类丰富，产能充足。产品种类方面，公司生产产品覆盖类别包括腌料、撒粉、调味酱、沙拉酱、调理包、烘培预拌粉等多种复合调味料细分品类。产能方面，公司拥有位于上海松江、上海金山、山东和浙江嘉兴四个生产基地，拥有二十余条先进生产线，具有先进的工业化生产能力，能够及时迅速将研发新品从试样生产到工业化生产。

▪ 竞争优势2

宝立食品拥有较多优质客户，业内口碑较好。截至目前，公司已与国内外各大餐饮连锁企业及食品工业企业建立了长期稳定的合作关系，包括百胜中国、麦当劳、德克士、汉堡王、达美乐、圣农食品、泰森中国和正大食品等。公司成立于2001

年，是国内较早为餐饮企业和食品工业企业提供风味及产品解决方案的复合调味料生产企业，有长时间的口碑积累。

3 四川天味食品集团股份有限公司【603317】



▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	106557.4914万人民币
成立时间	2007-03-02	品牌名称	四川天味食品集团股份有限公司
股票类型	A股		
经营范围	食品、调味料研发、生产及销售；仓储服务；销售机械设备；软件设计、开发和销售；农产... 查看更多		

▪ 财务数据分析

财务指标	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.15	-	-	-	-	-
资产负债率(%)	17.9227	14.022	13.061	10.079	16.528	20.109
营业总收入同比增长(%)	32.5614	22.258	36.897	-14.341	32.839	21.789
归属净利润同比增长(%)	45.048	-	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	1.153	2	2	2	2	2
流动比率	4.1576	5.951	6.698	7.581	4.022	3.357
每股经营现金流(元)	0.71	0.915	0.56	0.319	0.716	0.157
毛利率(%)	39.3767	0.1481	70.61	-82.75	-	-
流动负债/总负债(%)	96.7259	97.431	98.009	95.844	98.378	98.552
速动比率	1.5046	5.615	6.256	7.316	3.835	3.191
摊薄总资产收益率(%)	20.6715	16.83	11.326	4.333	7.55	2.633
营业总收入滚动环比增长(%)	39.727	44.8981	38.6521	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-4.493	17.0528	-88.6773	-	-	-

加权净资产收益率(%)	25.89	18.98	17.46	-	-	-
基本每股收益(元)	0.717	0.7436	0.6056	0.245	0.4548	0.122
净利率(%)	18.87	17.1925	15.4048	9.1031	12.6588	16.6778
总资产周转率(次)	1.0955	0.979	0.735	0.475	0.594	0.157
归属净利润滚动环比增长(%)	13.6702	9.2503	-63.395	-	-	-
每股公积金(元)	0.1026	1.1767	3.1218	2.429	2.5617	1.5655
存货周转天数(天)	43.0205	36	44	46	26	31
营业总收入(元)	14.13亿	17.27亿	23.65亿	20.26亿	26.91亿	7.66亿
每股未分配利润(元)	1.5947	1.8877	1.6255	1.3363	1.6637	1.0834
稀释每股收益(元)	0.717	0.7436	0.6046	0.2441	0.4506	0.1209
归属净利润(元)	2.67亿	2.97亿	3.64亿	1.85亿	3.42亿	1.28亿
扣非每股收益(元)	0.6504	0.6514	0.5134	0.1617	0.3874	0.1559
经营现金流/营业收入	0.71	0.915	0.56	0.319	0.716	0.157

▪ 竞争优势

天味食品重视年轻消费群体消费习惯，不断加大针对年轻消费群体的投入。公司加大在抖音、小红书、微信、快手等新兴渠道的宣传，加强对年轻客群的触达。另外，公司积极探索国内外流行菜品的配方，不断对现有产品升级迭代，贴近年轻消费者口味，推出更受欢迎的产品。

▪ 竞争优势2

天味食品复合调味料产品营收、盈利能力均处复合调味料行业领先地位。2021年，公司在中国复合调味品行业中排名第三，市场份额为2.6%。2022年，天味食品复合调味料产品中，中式菜品调料营收达11.8亿元，产品毛利率达36.2%，处行业领先地位。

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。