



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

调味酱：行业竞争格局呈现“一超多强”，品类精细化趋势加速 头豹词条报告系列



张婷锐 · 头豹分析师

2024-06-21 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

<h3>🔍 行业定义</h3> <p>调味酱是以豆类、小麦粉、水果、肉类或鱼虾等食物...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>📦 行业分类</h3> <p>调味酱类调味品种类繁多，可按照其终端产品、工艺...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>🏠 行业特征</h3> <p>调味酱作为生活基本消费品，刚需属性较强。中国...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>📅 发展历程</h3> <p>调味酱行业目前已达到 3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>🔗 产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>📊 行业规模</h3> <p>调味酱行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>📜 政策梳理</h3> <p>调味酱行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>🏆 竞争格局</h3> <p>调味酱行业竞争格局分散，呈现集中度较低、一超多...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 调味酱作为日常烹饪的必需品，其市场需求表现出高度的稳定性，基本无显著的周期性和季节性波动特征。中国调味酱行业呈现出产销逐步增长、细分赛道发展空间较大、行业发展数智化等特征。随着经济及生活质量的提升，餐饮业发展迅速，消费者对餐饮口味需求逐渐多样化，餐饮业的发展带动了调味品市场的需求增长，扩大了调味酱的消费量。预计到2027年中国调味酱行业规模将增至247.57亿元。

调味酱行业定义^[1]

调味酱是以豆类、小麦粉、水果、肉类或鱼虾等食物为主要原料，添加或不添加其他辅料，加工而成的液体或半固体状，具有特殊色、香、味的调味品。调味酱一般用于增强食品风味，丰富食品口感，协调各类食品的味道，以满足食用者要求，是食品行业中重要的辅料，包括酱油、食醋、豆瓣酱、西红柿酱、蚝油、咖喱等常见调味酱产品，广泛应用于餐饮、零售等领域。调味酱行业则是指生产、销售各种调味酱料的行业。调味酱作为日常烹饪的必需品，其市场需求表现出高度的稳定性，基本无显著的周期性和季节性波动特征。^[2]

[1] 1: 国家市场监督管理总局

[2] 1: <http://down.food...> | 2: 中华人民共和国国家质...

调味酱行业分类^[3]

调味酱类调味品种类繁多，可按照其终端产品、工艺和使用方式进行分类：1.按照终端产品分类，调味酱可分为豆酱、面酱、番茄酱、辣椒酱等，其中辣椒酱、豆酱在调味酱市场占据较大份额；2.按照工艺分类，调味酱可分为发酵酱和非发酵酱；3.按照使用方式分类，调味酱可分为涂抹酱、凉拌酱、蘸食酱、烹饪酱和煲汤酱。

根据调味酱终端产品进行分类

调味酱分类

豆酱

豆酱是以豆类或其副产品为主要原料，经微生物发酵酿制的酱类产品，包括黄豆酱、蚕豆酱、味增等。

面酱

面酱是以小麦粉为主要原料，经微生物发酵酿制的酱类产品。

番茄酱

番茄酱是以番茄(西红柿)为原料，添加或不添加食盐、糖和食品添加剂制成的酱类产品，添加辅料的品种可称为番茄沙司。

辣椒酱

辣椒酱是以辣椒为原料，经发酵或不发酵，添加或不添加辅料制成的酱类产品。

芝麻酱

芝麻酱又称麻酱，是以芝麻为原料，经润水、脱壳、焙炒、研磨制成的酱品，部分品类亦加入了其他辅料。

花生酱

花生酱是花生果实经脱壳去衣，再经焙炒研磨制成的酱品。

虾酱

虾酱是以海虾为主要原料，经盐渍、发酵酶解，配以各种香辛料和其他辅料制成的酱类产品。

芥末酱

芥末酱是以芥菜籽粒或芥菜类植物块茎为原料制成的酱类产品，具有刺鼻辛辣味。

豆豉

豆豉是以大豆为主要原料，经蒸煮、制曲、发酵酿制而成的呈干态或半干态颗粒状的制品。

腐乳

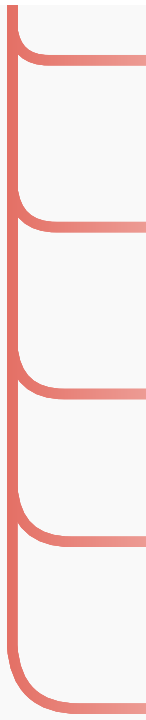
腐乳是以大豆为原料，经加工磨浆、制坯、培菌、发酵而制成的调味、佐餐制品。

红腐乳

红腐乳是在腐乳后期发酵的汤料中配以红曲酿制而成，外观呈红色或紫红色的腐乳。

白腐乳

白腐乳是在腐乳后期发酵的汤料中不添加任何着色剂酿制而成，外观呈白色或淡黄色的腐乳。



青腐乳

青腐乳是在腐乳后期发酵过程中以低度食盐水作汤料酿制而成，具有硫化物气味、外观呈豆青色的腐乳。

酱腐乳

酱腐乳是在腐乳后期发酵过程中以酱曲为主要辅料酿制而成，外观呈棕红色的腐乳。

花色腐乳

花色腐乳是在腐乳生产过程中，因添加不同风味的辅料，酿制出风味别致的各种腐乳。

虾油

从虾酱中提取的汁液称为虾油。

调味料酒

调味料酒是以发酵酒、蒸馏酒或食用酒精为主要原料，添加食用盐(可加入植物香辛料)，配制加工而成的液体调味品。

根据工艺

调味酱分类

发酵酱

以大豆、大豆饼粕、蚕豆、面粉等为主要原料，利用微生物发酵酿制而成的调味酱，包括面酱、豆酱、黄酱、豆豉、辣酱等。

非发酵酱

以水果、蔬菜等为主要原料，经过预处理、破碎、打浆、灭菌、浓缩等物理工序，添加或不添加辣椒、盐、香辛料等调味品制作而成的调味酱，包括果酱、蔬菜酱。

根据使用方式

调味酱分类

涂抹酱

涂抹酱是一种涂抹于面包、饼干和其他食品表面的调味酱，用于增加食品风味，满足个人不同口味需求的调味酱。常见的涂抹酱包括花生酱、果酱、巧克力酱、蛋黄酱、沙拉酱等。

凉拌酱

凉拌酱是用于凉拌菜肴，将酱油、醋、香辛料、糖、葱姜蒜以及香油按比例混合均匀的调味酱，无固定比例。

蘸食酱

蘸食酱是一种直接搭配其他食品食用，用于提升食品风味，增加食物口感的调味酱，常见包括花生酱、辣椒酱等。

烹饪酱

烹饪酱是烹饪过程中用来调味、提鲜或增加口感的调味酱，包括酱油、豆瓣酱、甜面酱、番茄酱、辣酱、花生酱、蚝油等，使生料入味。

煲汤酱

煲汤酱是用于炖煮汤类菜肴时，为汤底增添风味和营养的调味酱，包括黄豆酱、酱油等。

[3] 1: <http://down.food...> | 2: 国家标准化管理委员会...

[4] 1: <http://down.food...> | 2: <http://down.food...> | 3: 国家国内贸易局 中华人...

调味酱行业特征^[5]

调味酱作为生活基本消费品，刚需属性较强。中国调味酱行业呈现出产销逐步增长、细分赛道发展空间较大、行业发展数智化等特征。

1 行业发展稳定，产销逐步增长

2022年中国调味品市场规模超过5,000亿元，根据中国调味品协会公布的2022年中国调味品著名品牌企业100强数据显示，入围的百强企业生产总量为1,749.4万吨；销售收入为1,363.8亿元，销售收入总体呈上涨趋势，产量和需求量均稳定增长，其中调味酱生产企业入围数量维持在30家左右。

2 产品细分化

调味酱市场展现出基于菜系划分的细分市场结构，调味酱品类多样化，其生产和消费呈现鲜明的区域性特征。北京芝麻酱、胶东黄豆酱以及产值约为200亿元的郫县豆瓣酱等，均凭借其独特的口味和地域特色，成为了不同地域文化的代表性消费品。

3 行业向数智化转型

调味酱行业在食品市场中展现出长期稳定的增长态势，其生产过程因产品特性而相对标准化。在人工智能等前沿技术的推动下，传统调味酱厂商正加速智能化转型升级的步伐。以海天味业为例，该公司已成功实现工厂数字化设备占总生产设备的比例超过70%，数控设备联网占比超过80%。此外，在智慧物流方面，海天味业智能仓储系统总占地超过10,000m²，拥有28,400个货位，最多可存储成品3.8万吨。

[5] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 国家统计局，中国调味...

[6] 1: 企查查、中国调味品协会

调味酱发展历程^[7]

中国调味酱行业的发展经历了初创与探索阶段、资本助力与规模化发展阶段，以及技术创新与品质升级阶段。随着社会经济的飞速发展和食品加工技术的稳步提升，调味品市场开始呈现出多元化的趋势。2014年，海天味业成功上市，标志着中国调味酱企业正式步入资本市场，市场竞争亦日趋激烈。随着消费者健康意识的提高、科技的进步以及企业研发力度的加大，调味酱行业迎来了技术创新的热潮。

[6]

启动期 · 1980~2000

1991年主打火锅蘸料的川崎食品成立；1994年欣和旗下专注于酿造酱的品牌“葱伴侣”成立；“老干妈”品牌于1996年开始批量生产，并迅速成为销售热点；1998年辣妹子食品成立，进一步丰富了调味酱市场供应。2000年，《酿造酱油》和《酿造食醋》两项国家标准出台，明确规定了酱油和食醋酿造的质量标准。政府加强对企业生产过程、原材料采购、产品标准等环节的严密监督和检查，以确保行业的健康有序发展。

1990年代开始，中国调味酱行业进入了产业化发展阶段。调味酱企业的成立和发展，丰富了市场的产品种类，更为调味品市场注入了新的活力。中国政府颁布一系列调味品国家标准，旨在推动调味品行业的产业结构优化升级，通过实施严格的质量控制和食品安全认证制度，确保整个行业达到更高品质水平，为中国调味酱行业的稳定发展提供了有力保障。

高速发展期 · 2000~2014

调味品行业的变革受到了外部事件的深刻影响。2008年，三鹿集团因“三聚氰胺事件”而引发的食品安全危机，亦促使调味品行业开始重新审视自身的产品质量和安全管理。随着全球及区域市场对调味酱需求的持续增长，调味酱行业迎来其发展的黄金时期。调味品行业的市场容量从2000年的200亿增至2010年的1,500亿元。多家业内领军企业选择通过上市发行股票的方式，筹集资金以支持其业务的进一步扩张和战略转型。其中，海天味业作为中国调味酱行业的龙头企业，于2014年成功登陆资本市场；2016年，三千禾味业顺利上市，标志着调味酱行业资本化趋势的进一步加速。

随着资本市场的深度参与和消费者食品安全意识的提升，调味酱行业迎来了新的发展机遇。这一时期，中国消费者的消费水平持续提高，对调味酱的品质要求亦随之攀升，市场需求呈现稳步增长态势；调味酱企业开始注重品质和品牌建设，通过差异化竞争策略，打造独具特色的品牌形象。

成熟期 · 2015~2024

根据2021年中国调味品著名品牌企业100强数据显示，这100家入选企业合计实现了1,831万吨的调味品生产总量。其中，28家入围的调味酱企业贡献了91万吨的生产总量，同比增长0.9%，其销售收入达到81.8亿元，同比增长0.7%。调味酱行业引领着整个调味品产业向数字化、智能化及高质量化的方向发展。天味食品在2020年便提出“探索建设未来工厂”的愿景，并在2022年5月成功投产其“智慧工厂”。而海天味业凭借其“5G+调味品产业链协同智造工厂”数智化体系，为整个调味料行业的数字化转型树立了标杆。

这一时期，中国调味酱行业的发展迈入成熟阶段。消费者对调味酱品质与口感的追求，促使调味酱企业不断推陈出新，研发出更多符合市场需求的新产品。这为调味酱企业带来了新的增长点。调味酱行业有望继续保持其创新性和增长性，成为调味品市场的重要增长引擎。

[7] 1: <http://www.sasac...> | 2: <https://www.ndrc...> | 3: 中华人民共和国国家发...

[8] 1: <https://xueqiu.co...> | 2: <http://www.sasac...> | 3: 雪球、国务院国有资产...

[11]

调味酱产业链分析^[9]

调味酱行业产业链分为上游、中游和下游三个环节，各环节之间密切关联。调味酱行业上游环节主要涵盖原材料的生产与采购，以及包装材料的供应，中游环节则聚焦于调味酱的制造加工，下游环节涉及销售和营销，包括批发、零售、超市和电商等多种渠道。关于调味酱产业链主要有以下三个研究观点：

1.调味料行业供应商数量较多，上游对行业的议价能力较弱。**2.调味酱行业品牌效应逐渐增强，中游调味酱企业集中度日益升高，**调味品百强企业中前五大企业产量占比已高于65%。**2.调味酱产品的销售主要依赖线下超市和食杂店等传统渠道。但随着数字化和互联网技术的发展，愈多调味酱品牌通过社交媒体进行品牌推广和销售。**2020年调味品在线上渠道销售占比仅为6.6%，2022年调味品在线上渠道销售占总体销售比重已上升至8.7%，未来调味酱全产业链将进一步加快数字化转型和升级。^[10]

上 产业链上游

生产制造端

原材料供应商

上游厂商

[北大荒农垦集团有限公司 >](#)

[江苏省农垦农业发展股份有限公司 >](#)

[中农发种业集团股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

调味酱的上游原材料涉及调味品原料和辅助原料，而原材料供应链包括农产品供应链、原材料加工环节。**1.调味酱的主要原材料包括谷物、大豆、肉类、香辛料等。**2018-2022年，中国谷物的产量呈现逐年增长趋势，其中2022年谷物产量为63,324万吨，比2021年增加49万吨，原材料产量的增加有利于中游降低生产成本，为中国调味酱行业提供了良好的发展条件。2022年中国谷物播种面积为99,269千公顷，比2021年减少908千公顷，下降0.9%，但谷物的产量增加，表明谷物单产提高，产量持续上升收购价将走低有利于节省上游原料成本。**2.调味酱中含多种食品添加剂，需求量较高。**2017年中国食品添加剂的主要品种产量是1,125万吨，2022年增长至1,530万吨，2017-2022年整体呈稳定增长趋势，年均复合增长率达5.26%。中国食品添加剂行业的企业数量超11万家，数量庞大，行业竞争激烈。**3.不同调味酱包装材料具有各自特点和适用场景，调味酱多采用玻璃瓶包装。**因调味酱接触空气易变质，故包装材料的保鲜性能和材料安全性是两个重要因素。玻璃瓶能有效防止调味酱氧化、变质的同时展示产品的颜色和质感，且符合消费者对环保和可回收性的需求。

2022年中国玻璃包装容器行业累计完成产量1,987.37万吨，对比2021年中国玻璃包装容器产量1,975.61万吨略有上升；2022年玻璃包装容器制造累计业务收入764.56亿元，同比增长4.32%。玻璃包装容器行业的营收和产量逐步上升，发展向好，利于调味酱品牌包材质量的提升。

中 产业链中游

品牌端

调味酱生产商

中游厂商

[佛山市海天调味食品股份有限公司 >](#)

[仲景食品股份有限公司 >](#)

[李锦记（中国）销售有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

1.调味酱的研发、生产工艺以及配方对产品口感、香味、质量等方面具有重要影响，拥有先进生产工艺和优秀的配方能使企业产品更具竞争优势。2022年调味品专利申请量增至1,113件，比2020年增加248件。其中，2022年中国调味品专利量最多地区为广东省，共1,495件，占总调味品专利申请量的11.52%；其次是江苏省调味品专利量1,416件，占总调味品专利申请量的10.91%。**2.调味酱企业产品成本主要源于材料成本及制造费用，未来人力成本占比或将持续提升。**以调味酱龙头海天味业为例，2022年其调味酱直接材料占总成本比例为82.59%，制造费用占比为8.5%，直接人工费用占比5.24%，运费占比3.67%。制造费用相较2021年上升10.25%，人力成本上升15.80%，主要为调味酱生产人数增加及薪酬提升所致。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

餐饮端

渠道端

[西安饮食股份有限公司 >](#)

[同庆楼餐饮股份有限公司 >](#)

[四川海底捞餐饮股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链下游说明

随着经济及生活质量的提升，餐饮业发展迅速，消费者对餐饮口味需求逐渐多样化，餐饮业的发展带动了调味品市场的需求增长，扩大了调味酱的消费量。**1.市场需求方面：**消费者外出就餐频次增加明显，80、90后新中产消费者每周外出用餐3-4次以上的比例为64.2%。大型连锁餐厅、快餐店、火锅店、烧烤店等

对调味酱的需求较大，以提供多样化的菜品以满足消费者的口味需求。**2.商业特征方面：**由于餐饮端对品质及口味要求较高，餐饮端人均调味品消费量约为家庭端的1.6倍，餐饮企业对调味酱需求量大且稳定，且售后成本小因此毛利率通常高于C端。

渠道端及终端客户

零售端

渠道端

[上海大润发有限公司 >](#)

[永辉超市股份有限公司 >](#)

[福州天福集团有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链下游说明

销售渠道包括传统零售店、超市、连锁便利店、电商平台等。**1.传统零售店和超市仍是消费者购买调味酱的首选渠道。**2022年调味酱线下渠道销售额占比最高的为超市，其销售份额达到48.1%，第二位的食杂店占比为28.9%。**2.调味酱产品的销售渠道线上化。**2020-2022年，调味品线上渠道销售额占总体销售额的比重从6.6%增至8.7%。

[9] 1: 海天味业, 仲景食品股...

[10] 1: 中国食品添加剂和配料...

[11] 1: <http://www.stats.g...> | 2: 21经济网、国家统计局

调味酱行业规模^[12]

调味酱行业市场规模在历史期间呈现平稳上升趋势，由2018年的116.95亿元增至2022年的195.31亿元，期间年平均增速为13.68%，预测期间市场规模有望持续扩张，在2023年至2027年间由204.8亿元增至247.57亿元，期间年均增速为4.86%。

中国调味酱行业过去五年市场规模变化原因主要如下：

1.调味品大类整体规模持续增长，其中调味酱细分市场增长势头较优。从2014年的2,649.1亿元到2022年的3,694.7亿元，调味品行业的销售收入实现了显著增长，年均复合增速达到4.87%。而从2018年至2022年，调味酱市场规模的年均增速超过13%，接近调味品整体规模增速的3倍，凸显了调味酱市场的强劲增长势头。**调味酱产品种类和价格的增长亦对调味酱市场规模的稳步提升产生了积极影响。**2021年，调味酱市场上的产品种类为150种，平均价格为15.1元/800g；而至2024年，预计产品种类将达到230种，价格将升至16.6元/800g。

2.健康饮食潮流驱动调味酱市场向高端化、绿色化转型，个人口味的差异推动调味酱市场多样化发展，企业通过推出不同口味、功能和特色的调味酱产品，进一步扩大了市场规模。 恒星食品于2018年率先推出了薄盐酱香豆瓣，比同类产品减盐20%以上，随后在2019年推出了零添加豆瓣酱，满足了消费者对纯天然、无添加的健康需求，亦提升了产品的附加值。新华网联合汤臣倍健、京东健康发布的《Z世代营养消费趋势报告》显示，超过76.45%的年轻人认为低糖饮食是必要的，**进一步印证了健康饮食在年轻消费群体中的普及程度。**《中国居民膳食指南》明确提出，到2030年中国人均每日食盐摄入量要降低20%，这为调味酱企业的产品迭代带来了巨大的发展机遇。

未来中国调味酱行业市场规模将进一步扩容：

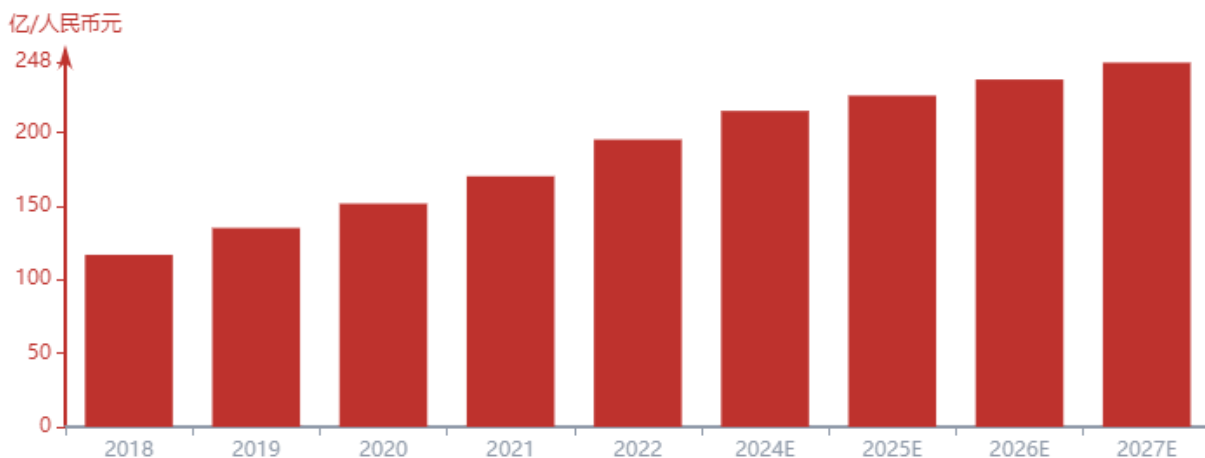
1.调味酱在各类餐品制作和外卖菜品中的应用广泛，中国餐饮行业 and 外卖市场的持续繁荣，将推动调味酱的市场需求不断增长。 据国家统计局数据，2023年，中国餐饮收入达52,890亿元，同比增长20.4%；限额以上单位餐饮收入为13,356亿元，同比增长20.9%。

2.中国调味酱在国际市场上拥有较大的增长潜力，未来将继续保持强劲的增长势头。 根据海关统计数据，2022年1月至9月期间，中国调味品进口量为7万吨，而出口量则达到61.43万吨。2022年上半年，中国酱油出口总量达到10.13万吨，为2021年中国全年酱油进口量的7.76倍。而在2023年1月至10月期间，中国酱油的出口量达到了16.05万吨。^[13]

调味酱市场规模

调味酱行业规模

调味酱市场规模



数据来源：中国调味品协会、国家统计局、李锦记官方旗舰店、海天味业官方旗舰店

[12] 1: <http://www.stats.g...> | 2: 国家统计局、中华人民...

[13] 1: 国家统计局、中国调...

调味酱政策梳理^[14]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全管理体系认证实施规则》	国家认证认可监督管理委员会	2021	8
政策内容	本规则规定了从事食品安全管理体系认证的认证机构实施食品安全管理体系认证的程序与管理的基本要求，是认证机构从事食品安全管理体系认证活动的基本依据。			
政策解读	该政策推动完善食品安全管理体系认证制度，规范食品安全管理体系认证活动，保证认证活动的一致性和有效性。企业通过食品安全管理体系认证，在食品安全管理方面达到标准和要求，有助于提升企业的信誉度和竞争力。同时有助于企业建立完善的食品安全管理体系，提高产品质量和食品安全水平。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十三五”国家食品安全规划》	中华人民共和国国务院	2017	7
政策内容	“十三五”国家食品安全规划的政策内容涵盖了法律法规建设、监管体制改革、风险评估与预警、生产流通监管、宣传教育和国际合作等多个方面。旨在加强食品安全管理，提高食品安全水平，保障人民群众的饮食安全。			
政策解读	该规划在食品安全领域起到了重要作用，加强了食品安全监管体系的建设，提高了食品安全监管的科学性和有效性。其次，规划推动了食品行业的规范化和标准化发展，提升了食品质量和安全水平，增强了消费者的信心和满意度。此外，规划还促进了农业生产方式的转变，推动了绿色、有机农业的发展，有利于提高农产品的质量和安全性。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十三五”食品科技创新专项规划》	中华人民共和国科学技术部	2017	7

政策内容	“十三五”食品科技创新专项规划旨在加强食品科技创新，提升食品产业的竞争力和可持续发展能力的规划。针对中国食品科技创新发展所面临的新挑战和新需求，全面统筹规划，整体部署实施。全面提升国际合作交流水平，增强自主研发能力与国际竞争力；强化技术成果转化服务，实现科研成果产业化。
政策解读	该规划在食品科技创新领域起到了重要的作用。明确了食品科技创新的重要性和紧迫性，为行业提供了发展方向和政策支持。其次，规划促进了科技成果的转化和应用，推动了食品行业的技术进步和升级。此外，规划鼓励产学研用结合，推动创新资源的整合和优化配置，有利于提高科技创新的效率和质量。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》	中华人民共和国国家卫生健康委员会、中国国家标准化管理委员会	2011	6
政策内容	食品安全国家标准食品添加剂使用标准规定了食品添加剂种类和范围、使用限量、安全性评价、标签要求、监测和检测、追溯管理、禁止使用的添加剂。标准规范了食品添加剂的使用。			
政策解读	食品添加剂使用标准的出台对食品行业产生了积极影响，提高了食品安全水平，促进了技术进步和质量提升，维护了市场秩序。对企业而言，标准的出台提供了明确的指导，帮助企业合规经营，提升产品质量和市场竞争能力。食品添加剂使用标准在保障食品安全、规范市场秩序和促进行业发展方面发挥了重要作用。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国食品安全法》	中华人民共和国全国人民代表大会常务委员会	2015	9
政策内容	中华人民共和国食品安全法是中国食品安全领域的基本法律，涵盖了多个方面的政策内容，包括食品生产经营者责任、食品生产许可制度、食品安全标准、食品生产过程控制、食品安全监督检查、食品安全风险评估和预警、食品安全监测、食品安全信息公开。			
政策解读	该政策将促进食品质量和安全水平的提升，规范食品市场秩序，加强食品安全监测和预警，增加食品安全信息公开透明度，并加强法律责任追究，以保障公众的食品安全和健康权益，以及维护食品市场秩序。			
政策性质	规范类政策			

调味酱竞争格局^[15]

调味酱行业竞争格局分散，呈现集中度较低、一超多强格局，行业竞争激烈。中国调味酱市场的龙头企业包括海天味业、老干妈、李锦记等。上述企业凭借其长期积累的品牌优势、广泛的销售渠道和产品创新能力，占据主要市场份额。根据调味酱产品丰富度和企业规模来划分调味酱行业竞争梯队，目前第一梯队代表公司为海天味业，其调味酱产品品类全面，总营收规模超过250亿元；第二梯队代表企业有中炬高新、李锦记和老干妈等，总营收在30-150亿元之间；第三梯队代表企业有加加食品、东古、虎邦等其他中小型调味酱生产公司。此外，部分新兴调味酱品牌也在不断涌现，通过创新产品和市场营销策略来争夺市场份额。

调味酱行业市场竞争格局形成有以下原因：

1.调味酱企业数量多、产量大，庞大的行业容量持续吸引调味品企业布局。截至2023年，中国调味品企业注册数量为824,025家，其中调味酱企业843家。据2022年中国调味品著名品牌企业100强报告显示，入围的百强企业生产总量为1,749.4万吨，销售收入为1,363.8亿元，同比增长6.9%。根据工商数据，2022年行业新注册企业共14,862家，在新注册企业中，调味品制造企业4,301家，占比28.9%。2023年上半年，调味品制造相关的企业工商注册量出现了显著增长，行业开始逐步回稳。**酱类调味品占调味品市场的9.5%，2023年中式调味酱的渗透率达到80%，近年调味酱占调味品的市场份额逐渐上升，随着调味酱企业数量逐渐增加，调味酱市场竞争日益激烈。**

2.调味酱品类众多及调味酱企业规模差距导致调味酱行业的布局分散且集中度较低。调味酱行业内龙头企业通常具有较强品牌影响力、生产能力，而中小型企业则相对规模较小，仅在部分细分领域或地区有一定竞争力。根据调味品百强企业数据，头部企业倾向于广泛布局。销售收入排名前30的百强企业，平均每家企业生产销售3.5-3.8个品类，品类覆盖较全；排名31-60区间的企业平均每家仅布局1.5-2.1个品类，在主营产品深耕；排名61-90区间的企业则倾向布局普及度较高的品类。

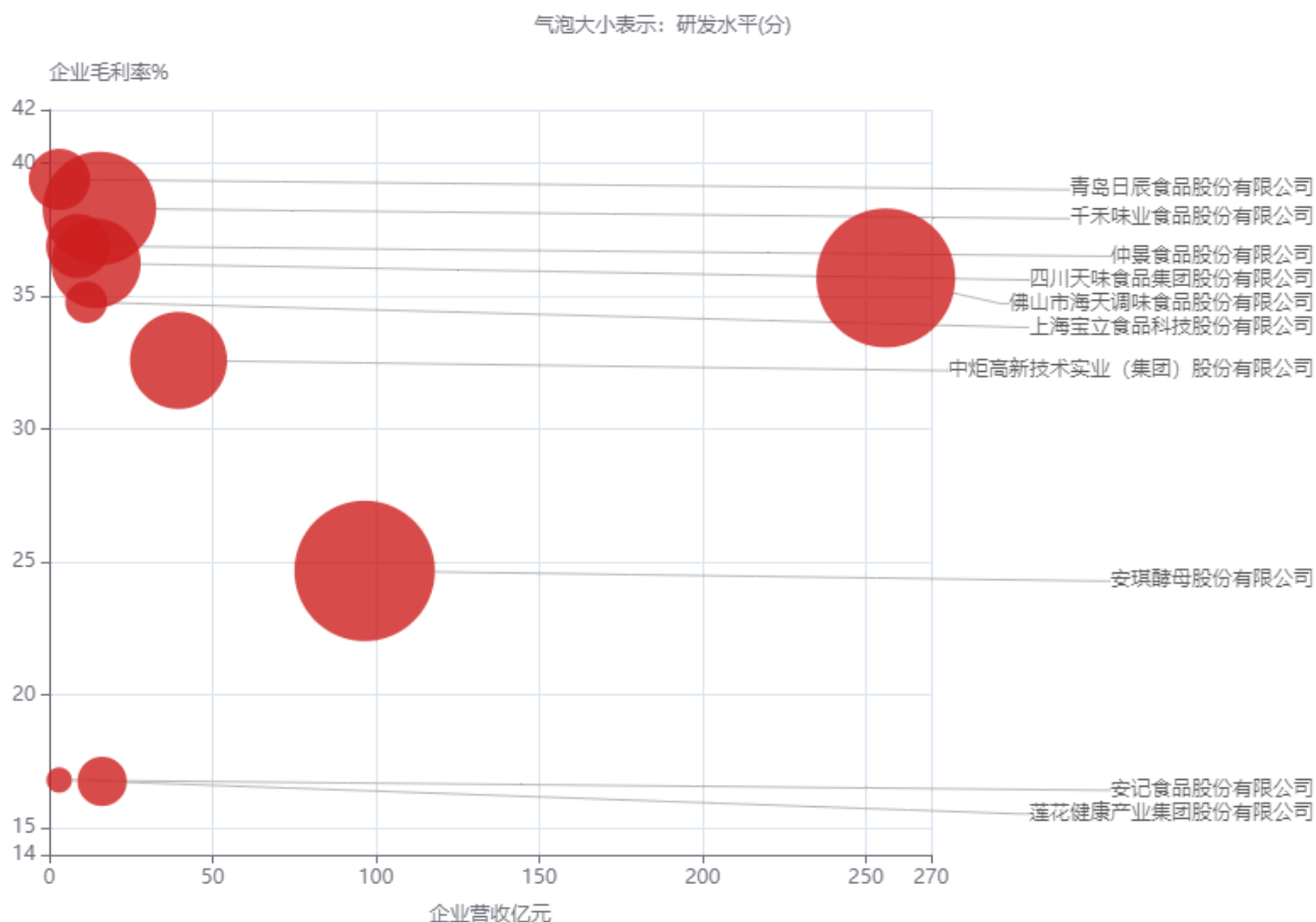
未来调味酱行业集中度将继续提升，但竞争格局整体将趋于稳定。主要原因如下：

1.历史品牌形象积累使调味酱行业一超多强的竞争格局趋于稳定。调味酱龙头企业如海天已在调味品领域深耕多年，通过长期市场推广和品牌建设，积累了较高的知名度及影响力。同时，消费者对于调味品品牌的忠诚度通常较高，消费黏性强。按2022年品牌营收划分，海天味业营收256亿元排名第一，其调味酱营收从2019年的22.9亿元增长至2022年的25.8亿元。

2.随着消费者调味需求的日益多样化和行业竞争的深化，调味酱产品创新呈现爆炸式增长，品类间的替代效应和产品的精细化趋势均显著加速。新疆西尔丹食品公司辣椒酱产品线已超30款，在2023年推出8款新品后，计划于2024年再推出5款新品。卡夫亨氏在淘宝旗舰店精细布局番茄酱市场，截至2024年3月26日，该旗舰店在售29款番茄酱产品，涵盖从300g瓶装到9-10g便携装，再到适应餐饮行业的1kg-3kg大容量包装等多样化产品。

随着消费者对健康、品质和多样化调味酱需求的增长，调味酱市场竞争愈发激烈，中小型企业可寻求细分领域或地方市场的差异化机会，通过聚焦于特定产品或消费群体来明确市场定位。^[16]

[19]



上市公司速览

佛山市海天调味食品股份有限公司 (603288)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	69.8亿元	-3.17	36.93

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

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

千禾味业食品股份有限公司 (603027)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	15.3亿元	50.89	38.29

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

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

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(%)
-	-	-	-

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(%)
-	-	-	-

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

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

安琪酵母股份有限公司 (600298)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	34.0亿元	12.03	25.40

青岛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

[15] 1: 中国调味品协会

[16] 1: 企查查

[17] 1: 天天基金网

[18] 1: 天天基金网

[19] 1: 同花顺、问财

调味酱企业分析

1 安琪酵母股份有限公司【600298】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	86883.2879万人民币
企业总部	宜昌市	行业	食品制造业
法人	熊涛	统一社会信用代码	91420000271756344P
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1998-03-25
品牌名称	安琪酵母股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：食品生产；调味品生产；饮料生产；保健食品生产；食品添加剂生产；食品销售... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.15	1.03	1.09	1.13	1.17	1.15	1.15	-	-	-
资产负债率(%)	51.7451	47.2739	48.3932	49.0054	49.297	46.5269	42.7427	46.443	43.242	42.809
营业总收入同比增长(%)	17.1423	15.3045	15.36	18.8291	15.7534	14.4662	16.7297	19.504	20.308	12.032

归属净利润同比增长(%)	0.5131	90.293	91.0397	58.3256	1.1192	5.2332	52.1367	-	-	-
应收账款周转天数(天)	38.2962	34.8928	33.8747	33.466	37.1073	37.1839	32.4942	32	38	42
流动比率	0.8126	0.7353	0.7769	1.0096	0.9414	1.2937	1.4224	1.224	0.994	1.057
每股经营现金流(元)	2.12	1.73	0.94	1.3613	1.388	1.57	2.27	1.584	1.23	0.145
毛利率(%)	29.2924	29.8849	32.6165	37.6385	36.3169	35.0041	33.9963	-	-	-
流动负债/总负债(%)	82.5809	96.9492	91.0277	73.278	81.8084	64.8307	67.6523	71.563	91.586	87.976
速动比率	0.3798	0.3182	0.2963	0.3979	0.3553	0.547	0.6781	0.72	0.546	0.554
摊薄总资产收益率(%)	2.802	5.108	8.9033	12.0589	10.5801	9.9528	13.7312	10.791	8.699	2.046
营业总收入滚动环比增长(%)	8.032	13.4401	20.9847	25.1312	13.6434	13.3564	20.2539	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-47.5384	76.214	57.9072	27.293	14.6914	10.1914	-1.4772	-	-	-
加权净资产收益率(%)	5.29	9.55	16.47	24.02	21.06	19.37	25.15	-	-	-
基本每股收益(元)	0.4465	0.8497	0.6493	1.028	1.0395	1.0939	1.6643	1.5879	1.5684	0.4094
净利率(%)	4.839	7.5643	11.8831	15.4555	13.4574	12.2816	15.9199	12.3789	10.5025	10.8687
总资产周转率(次)	0.579	0.6753	0.7492	0.7802	0.7862	0.8104	0.8625	0.88	0.846	0.197
归属净利润滚动环比增长(%)	-36.2488	60.3545	23.7692	23.6216	7.0132	17.1947	22.3106	-	-	-
每股公积金(元)	3.4744	3.4745	0.7912	0.7912	0.7912	0.7912	0.793	1.1149	2.7313	2.7598
存货周转天数(天)	129.2546	116.7959	120.8459	137.4938	144.0288	139.7461	121.6586	98	98	112
营业总收入(元)	36.54亿	42.13亿	48.61亿	57.76亿	66.86亿	76.53亿	89.33亿	106.75亿	128.43亿	33.97亿
每股未分配利润(元)	3.8924	4.4698	2.2518	2.8922	3.5139	4.1662	5.3155	6.3274	7.1062	7.5117
稀释每股收益(元)	0.4465	-	-	1.028	1.0395	1.0939	-	1.587	1.5672	0.4094
归属净利润(元)	1.47亿	2.80亿	5.35亿	8.47亿	8.57亿	9.02亿	13.72亿	13.09亿	13.21亿	3.52亿

扣非每股收益 (元)	0.3405	0.7404	0.599	0.9668	0.9931	1.0156	1.4809	1.2863	1.3226	0.3801
经营现金流/营业收入	2.12	1.73	0.94	1.3613	1.388	1.57	2.27	1.584	1.23	0.145

2 仲景食品股份有限公司【300908】



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	10000万人民币
企业总部	南阳市	行业	食品制造业
法人	孙锋	统一社会信用代码	91411300742548454G
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	2002-09-29
品牌名称	仲景食品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	调味品、食品添加剂【辣椒油树脂、食品用香精、食品用天然香料】、水果制品（果酱）、... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.09	1.07	1.05	1.11	1.08	1.07	1.12	-	-	-
资产负债率(%)	45.993	52.2603	46.4277	37.9742	29.7239	21.8186	7.2301	9.649	11.817	9.14
营业总收入同比增长(%)	3.9143	13.2091	8.7421	8.3655	2.4915	18.6138	15.6765	10.95	9.354	12.265
归属净利润同比增长(%)	-4.0781	-18.3769	31.2296	4.5991	2.7373	12.3926	39.6488	-	-	-
应收账款周转天数(天)	38.3223	33.8897	-	38.5105	39.7852	38.1505	35.2658	32	36	40
流动比率	1.1766	0.9895	1.2048	1.533	2.0508	2.76	13.806	8.638	6.864	9.091
每股经营现金流 (元)	0.86	0.45	0.66	1.31	1.87	2.34	1.0751	1.197	1.211	-0.571
毛利率(%)	45.8984	46.476	44.9348	45.5636	43.9362	42.0106	41.2734	-	-	-
流动负债/总负债(%)	74.5996	88.3161	90.3738	91.3709	89.7084	85.1416	81.1036	84.443	88.1	85.231
速动比率	0.375	0.3933	0.34	0.4786	0.9402	1.5308	11.8354	6.917	5.435	7.163
摊薄总资产收益率(%)	17.2361	10.9522	12.188	12.2019	12.4453	14.7138	11.8093	7.248	7.171	2.154

营业总收入滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	-	-3.582	-9.2857	-	-	-
扣非净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	-	-20.3802	-44.0034	-	-	-
加权净资产收益率(%)	35.17	22.54	24.41	21.46	19.15	20.02	22.44	-	-	-
基本每股收益 (元)	0.94	0.77	1.01	1.06	1.09	1.22	1.66	1.19	1.26	0.39
净利率(%)	18.2868	13.0398	15.922	15.2874	15.2944	14.5591	17.6072	14.6942	14.2764	17.5168
总资产周转率 (次)	0.9425	0.8399	0.7655	0.7982	0.8137	1.0106	0.6707	0.493	0.502	0.123
归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	-	-18.1477	-46.47	-	-	-
每股公积金(元)	-	-	-	-	-	-	8.8775	8.8737	8.863	8.863
存货周转天数 (天)	180.7592	217.6805	267.8372	295.421	256.3007	156.0806	126.841	151	164	183
营业总收入(元)	3.87亿	4.39亿	4.77亿	5.17亿	5.30亿	6.28亿	7.27亿	8.06亿	8.82亿	2.23亿
每股未分配利润 (元)	-	2.3551	3.0654	3.8089	4.596	4.6179	4.2431	4.929	5.6892	6.0801
稀释每股收益 (元)	0.94	0.77	1.01	1.06	1.09	1.22	1.66	1.19	1.26	0.39
归属净利润(元)	7083.32 万	5781.63 万	7587.21 万	7936.15 万	8153.39 万	9163.81 万	1.28亿	1.19亿	1.26亿	3909.22 万
扣非每股收益 (元)	0.89	0.71	0.92	0.95	0.98	1.15	1.5317	0.95	0.94	0.3864
经营现金流/营 业收入	0.86	0.45	0.66	1.31	1.87	2.34	1.0751	1.197	1.211	-0.571

3 佛山市海天调味食品股份有限公司【603288】



· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	556060.0544万人民币
企业总部	佛山市	行业	食品制造业
法人	庞康	统一社会信用代码	91440600722448755D
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	2000-04-08

品牌名称	佛山市海天调味食品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生产经营调味品、豆制品、食品、饮料、包装材料；农副产品的加工；其他电信服务：货物... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.2	1.09	1.22	1.23	1.2	1.18	1.17	-	-	-
资产负债率(%)	31.9318	23.89	25.6234	27.9863	31.0565	32.9491	31.7184	29.51	21.065	17.217
营业总收入同比增长(%)	16.8492	15.047	10.3076	17.0626	16.8	16.2166	15.1286	9.706	2.422	-3.172
归属净利润同比增长(%)	30.1202	20.0623	13.2889	24.2093	23.5988	22.6441	19.6084	-	-	-
应收账款周转天数(天)	-	-	-	0.0609	0.0519	0.0446	0.3471	1	2	2
流动比率	2.1001	2.6538	2.5938	2.6127	2.5711	2.5405	2.6651	2.91	4.014	5.02
每股经营现金流(元)	1.8219	0.811	1.5061	1.7477	2.2205	2.4321	2.1449	1.501	0.827	0.23
毛利率(%)	40.4069	41.9424	43.9486	45.6901	46.4671	45.4423	42.1689	19.88	-	-
流动负债/总负债(%)	95.3327	98.4248	98.6603	98.7389	98.2778	97.8208	96.9337	96.329	93.653	92.008
速动比率	1.5332	1.6744	1.5292	1.2476	1.5482	2.3095	2.43	2.675	3.658	4.644
摊薄总资产收益率(%)	23.5845	22.3092	22.7801	23.7015	23.9402	23.8598	23.6114	21.22	18.392	5
营业总收入滚动环比增长(%)	12.8423	28.084	25.3143	9.6906	8.2925	6.6021	3.9004	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	24.4378	25.9946	44.7876	42.3454	50.4059	39.3576	44.0599	-	-	-
加权净资产收益率(%)	33	32	32	31.12	32.66	33.69	36.13	-	-	-
基本每股收益(元)	1.4	0.93	1.05	1.31	1.62	1.98	1.98	1.58	1.34	0.37
净利率(%)	21.2882	22.2202	22.8207	24.2142	25.6343	27.056	28.1198	26.6816	24.222	24.6912
总资产周转率(次)	1.1079	1.004	0.9982	0.9788	0.9339	0.8819	0.8397	0.795	0.76	0.203
归属净利润滚动环比增长(%)	27.4676	32.1165	45.1887	38.6665	39.6689	39.917	38.8825	-	-	-

每股公积金(元)	1.6653	0.4929	0.488	0.4781	0.4928	0.4928	0.244	0.0338	0.0308	0.0308
存货周转天数 (天)	66.6864	59.1317	50.0007	45.0186	44.3028	50.0981	53.2962	51	50	45
营业总收入(元)	98.17亿	112.94亿	124.59亿	145.84亿	170.34亿	197.97亿	227.92亿	250.04亿	256.10亿	69.81亿
每股未分配利润 (元)	2.0562	1.4735	1.848	2.386	3.124	4.141	4.4434	4.0169	4.162	4.5322
稀释每股收益 (元)	1.4	0.93	1.05	1.31	1.62	1.98	1.98	1.58	1.34	0.37
归属净利润(元)	20.90亿	25.10亿	28.43亿	35.31亿	43.65亿	53.53亿	64.03亿	66.71亿	61.98亿	17.16亿
扣非每股收益 (元)	1.35	0.9	1.03	1.25	1.53	1.88	1.91	1.53	1.29	0.3542
经营现金流/营 业收入	1.8219	0.811	1.5061	1.7477	2.2205	2.4321	2.1449	1.501	0.827	0.23

法律声明

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。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

