

液态调味品 头豹词条报告系列



张文静 · 头豹分析师

2023-10-25 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 国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会... AI访谈	🏭 行业分类 广州市质量技术监督局发布的DBJ440100/T 34-200... AI访谈	🔑 行业特征 中国液态调味品行业特征有高质量、健康化发展，行... AI访谈	📅 发展历程 液态调味品行业目前已达到 4个 阶段 AI访谈
🔗 产业链分析 上游分析 中游分析 下游分析 AI访谈	📊 行业规模 液态调味品行业规模评级报告 1篇 AI访谈 SIZE数据	📋 政策梳理 液态调味品行业相关政策 5篇 AI访谈	🏆 竞争格局 中国液态调味品行业竞争激烈，由于液态调味品种类... AI访谈 数据图表

摘要

国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会发布的GB/T 20903-2007《调味品分类》将调味品定义为在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和滋味和气味并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品，而液态调味品就是指体态为液体的调味品，液态调味品主要包括酱油、食醋、调味油等等。中国液态调味品行业特征有高质量、健康化发展，行业发展受餐饮业影响较大以及经销渠道为行业主流。现阶段中国消费者对于健康、天然、无添加的液态调味品的需求不断增加，促使调味品终端产品向高质量、健康化的方向发展。在液态调味品消费市场中，含有健康属性词汇标签的产品更受欢迎，液态调味品企业也更注重相关产品的研发。如海天味业根据消费者应用场景及偏好，配置高鲜、低盐、零添加等各种口味，其中零添加的产品有“海天零添加头道酱油”等。中国调味品协会数据显示，液态调味品行业产业链下游的餐饮端、食品加工端和家庭零售端的消费比例为5:3:2。餐饮市场是液态调味品销售的重要场景，尤其是堂食对于液态调味品的推动作用至关重要。中国液态调味品行业的产品销售以经销渠道为主。以液态调味品代表企业海天味业和恒顺醋业为例，2022年海天味业通过经销模式获取的营业收入为228.1亿元，占总营收的89.1%。2022年恒顺醋业通过经销模式获取的营业收入为18.6亿元，占总营收的86.9%。中国液态调味品行业的市场规模由2018年的2,588.0亿元增长到2022年的3,755.0亿元，年复合增长率为9.8%。未来中国液态调味品行业的市场规模将继续增长，主要归因于国家政策的支持；电子商务渠道的迅速发展为中国液态调味品行业提供了渠道支撑。预计中国液态调味品行业2027年市场规模为5,204.0亿元，2022年至2027年的年复合增长率为6.7%。

液态调味品行业定义^[1]

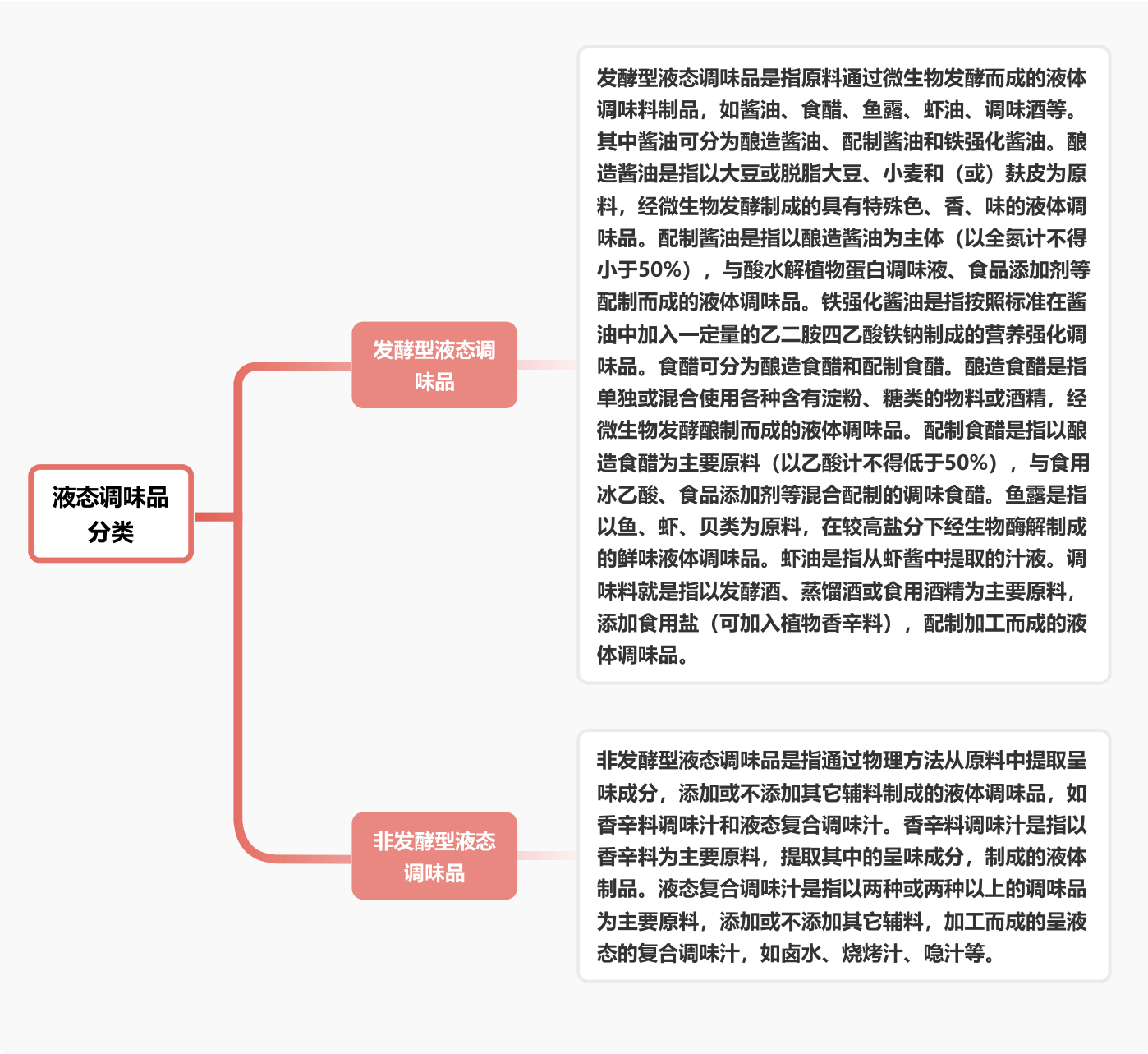
国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会发布的GB/T 20903-2007《调味品分类》将调味品定义为在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和滋味和气味并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品，而液态调味品就是指体态为液体的调味品，液态调味品主要包括酱油、食醋、调味油等等。液态调味品作为消费者生活中的必不可少的日用消费品，产品质量的好坏可直接关系到消费者的生活质量水平。

[1] 1: 国家质量监督检验检疫...

液态调味品行业分类^[2]

广州市质量技术监督局发布的DBJ440100/T 34-2009《液态调味品卫生规范》中将液态调味品按生产工艺分为发酵型液态调味品和非发酵型液态调味品。

根据生产工艺分类



[2] 1: 广州市质量技术监督局

液态调味品行业特征^[3]

中国液态调味品行业特征有高质量、健康化发展，行业发展受餐饮业影响较大以及经销渠道为行业主流。现阶段中国消费者对于健康、天然、无添加的液态调味品的需求不断增加，促使调味品终端产品向高质量、健康化的方向发展。在液态调味品消费市场中，含有健康属性词汇标签的产品更受欢迎，液态调味品企业也更注重相关产品的研发。如海天味业根据消费者应用场景及偏好，配置高鲜、低盐、零添加等各种口味，其中零添加的产品有“海天零添加头道酱油”等。中国调味品协会数据显示，液态调味品行业产业链下游的餐饮端、食品加工端和家庭零售端的消费比例为5:3:2。餐饮市场是液态调味品销售的重要场景，尤其是堂食对于液态调味品的推动作用至关重要。中国液态调味品行业的产品销售以经销渠道为主。以液态调味品代表企业海天味业和恒顺醋业为例，

2022年海天味业通过经销模式获取的营业收入为228.1亿元，占总营收的89.1%。2022年恒顺醋业通过经销模式获取的营业收入为18.6亿元，占总营收的86.9%。

1 高质量、健康化发展

现阶段中国消费者对于健康、天然、无添加的液态调味品的需求不断增加，促使调味品终端产品向高质量、健康化的方向发展

中国液态调味品行业的产品终端逐渐向高质量、健康化的方向转移，高质量、健康化发展需要强调液态调味品的品质安全、产品口味以及产品的健康程度。该发展方向符合社会的发展趋势，有利于行业的长远发展。同时随着居民收入和生活水平不断提升，居民的饮食消费逐步从享受型消费转向健康型消费，消费者健康意识逐渐增强。在液态调味品消费市场中，含有健康属性词汇标签的产品更受欢迎，液态调味品企业也更注重相关产品的研发。如海天味业根据消费者应用场景及偏好，配置高鲜、低盐、零添加等各种口味，其中零添加的产品有“海天零添加头道酱油”等。

2 行业发展受餐饮业影响较大

中国液态调味品行业发展受餐饮业影响较大

中国调味品协会数据显示，液态调味品行业产业链下游的餐饮端、食品加工端和家庭零售端的消费比例为5:3:2。餐饮市场是液态调味品销售的重要场景，尤其是堂食对于液态调味品的推动作用至关重要。餐饮行业总收入从2019年的46,721.0亿元下跌到2020年的39,527.0亿元。2021年，餐饮总收入为46,895.0亿元，同比上涨18.6%。2022年，由于社会客观环境的影响，餐饮业发展再次受限。2022年1月至10月，餐饮总收入为35,348.0亿元，同比下降5.0%。

3 经销渠道为行业主流

中国液态调味品行业的产品销售以经销渠道为主

中国液态调味品行业的商业模式主要分为传统销售模式和电商销售模式，但主要以传统销售为主。传统销售模式的优势在于销售网络布局范围更广，覆盖的消费区域和群体更多。以液态调味品代表企业海天味业和恒顺醋业为例。海天味业目前以经销为主，也存在自营直供、托盘商等多种形式。2022年海天味业通过经销模式获取的营业收入为228.1亿元，占总营收的89.1%。恒顺醋业的销售模式现阶段仍以经销商为主，但在电商、新零售板块也进一步发力，逐步构建全场景的营销模式。2022年恒顺醋业通过经销模式获取的营业收入为18.6亿元，占总营收的86.9%。

液态调味品发展历程^[4]

中国液态调味品行业发展经历了萌芽期、启动期、高速发展期和成熟期。**1900至1970年为行业发展的萌芽期**，这个阶段液态调味品企业多以民营企业为主，产品结构单一，主要为单一调味品。这个时期调味品企业或者隶属于盐业公司或蔬菜公司和副食品公司，规模较小，基本都是产地销的企业。**1971至1999年为行业发展的启动期**，随着市场经济的不断发展以及消费者需求的逐渐提升，液态调味品产品种类逐渐多元化发展，消费市场中液态调味品品牌数逐步扩大。部分行业标准的制定，有效规范了行业的发展，保证了液态调味品产品的质量安全。**2000至2010年为行业的高速发展期**，这个阶段的行业产能建设、消费需求提高、消费升级等诸多因素均为行业未来的扩容发展奠定了基础。全民健康相关计划的提出促使行业内产品的进一步创新，产品营养价值得到提升。**2011至2027年为行业发展的成熟期**，这个阶段行业内的竞争格局逐渐稳定，行业的年复合增长率开始变缓。但由于液态调味品属于消费刚需产品，所以行业发展较为稳定。同时随着电商等新兴零售渠道的兴起，液态调味品的销售渠道多元化发展。

萌芽期 · 1900~1970

19世纪，恒顺醋业在镇江创立。20世纪40年代，中国只有极少量私人资本的调味品工厂，绝大部分的调味品来源于作坊。1955年，佛山25家古酱园合并重组，组建成立“海天酱油厂”。1956年，调味品行业实行公私合营。1961年，海天建成第一座晒池，开始了以池代缸的发酵酿制酱油的试验。1970年前，调味品主要以手工生产为主。

该时期是中国液态调味品行业发展的萌芽期。这个阶段液态调味品企业多以民营企业为主，产品结构单一，主要为单一调味品。这个时期调味品企业或者隶属于盐业公司或蔬菜公司和副食品公司，规模较小，基本都是产地销的企业。

启动期 · 1971~1999

1971年，海天成功研发出第一台国产酱油真空注瓶机。同年，海天第一条酱油自动包装流水线建成并投入使用。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》。1979年，商业部召开第二次全国调味品工作会议，制定《全国调味品、副食产品科技发展规划》。1990年，海天建成年产2,000吨蚝油车间。1991年，卫生部修订了《调味品卫生管理办法》。1996年，专注于酿造酱油、食醋、料酒等调味品的千禾味业股份有限公司成立。

该时期是中国液态调味品行业发展的启动期。随着市场经济的不断发展以及消费者需求的逐渐提升，液态调味品产品种类逐渐多元化发展，消费市场中液态调味品品牌数逐步扩大。部分行业标准的制定，有效规范了行业的发展，保证了液态调味品产品的质量安全。

高速发展期 · 2000~2010

2002年，海天成为国家卫生部推行全民补铁计划中首批有资格生产铁强化酱油的定点企业之一，并于同年首批含铁产品正式全面上市。2006年，恒顺香醋酿造技艺首批入选国家级非物质文化遗产保护名录。2009年，由海天作为第一起草单位的《蚝油》国家标准（GB/T21999-2008）正式实施。

该时期是中国液态调味品行业的高速发展期。这个阶段的行业产能建设、消费需求提高、消费升级等诸多因素均为行业未来的扩容发展奠定了基础。全民健康相关计划的提出促使行业内产品的进一步创新，产品营养价值得到提升。

成熟期 · 2011~2027

与2021年相比，2022年酱类和食醋产量同比减少但收入同比增加。2022年酱油类入围百强企业的企业数31家，收入合计318.7亿元，CR3为66.0%；产量合计562.0万吨，CR3为67.0%；单位产量收入5,671.0元/吨。食醋类入围百强企业的企业数31家，收入合计60.7亿元，CR3为48.0%；产量合计151.5万吨，CR3为52.0%；单位产量收入4,004.0元/吨。调味料酒类入围百强企业的企业数17家，收入合计20.0亿元，CR3为71.0%；产量合计40.9万吨，CR3为78.0%；单位产量收入4,884.0元/吨。

该时期是中国液态调味品行业发展的成熟期。这个阶段行业内的竞争格局逐渐稳定，行业的年复合增长率开始变缓。但由于液态调味品属于消费刚需产品，所以行业发展较为稳定。同时随着电商等新兴零售渠道的兴起，液态调味品的销售渠道多元化发展。

[4] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://www.zjhen...> 4: <http://www.qianhe...>
5: 企业微信公众号、中国...

液态调味品产业链分析^[5]

中国液态调味品行业产业链的上游为原材料供应商，代表企业有北大荒、丰乐种业等；产业链的中游为液态调味品的生产商，代表企业有海天味业、千禾味业等；产业链的下游为液态调味品的消费端，代表企业有京东、永辉超市等。

产业链上游为液态调味品的原材料供应商。液态调味品行业的主要原材料为农副产品，关联的行业主要为农产品种植业。农产品种植业的健康稳定发展有利于液态调味品行业保证原料供应，降低生产成本，提高产品质量。从种植面积来看，液态调味品原材料的种植面积近几年呈稳步增长趋势。原料的价格上涨也造成行业产业链上游的成本增加。同时上游原料的地域性特征较为明显，种植业市场较为分散，原材料供应商数量较多，可供中游生产商选择的企业较多，行业内竞争激烈，因此，种植业企业对中游生产商的议价能力相对较弱。

产业链中游为液态调味品的生产商。从市场竞争格局角度分析，由于液体调味品种类较多，不同种类的液体调味品在原料、技术、工艺等方面的差异也较大，所以液体调味品行业呈现出总体上比较分散，但是呈现出部分细分行业集中度较高的市场格局。从生产商销售模式角度分析，液态调味品生产商的销售模式为经销和直营相结合。海天味业公司的销售模式目前以经销为主，也存在自营直供、托盘商等多种形式。千禾味业公司销售主要采取“经销为主+直销为辅”的双组合销售模式，覆盖渠道包括：零售渠道、线上渠道、餐饮渠道；销售网络覆盖KA超市、中小连锁超市、社区生鲜、农贸副食干杂店、农贸市场、电商平台等。

产业链下游为液态调味品的消费端。从消费者角度分析，“健康”成为消费者选择液态调味品时的重要标准之一。随着消费者对饮食健康方面重视程度的不断提高，含有健康属性词汇标签的产品在消费市场中更受欢迎，液态调味品企业也更注重相关产品的研发。从销售渠道角度分析，液体调味品行业主要以经销渠道为主。恒顺醋

业2022年年报中显示，销售模式为经销商的营业收入为18.6亿元，较2021年同比增加11.5%，占总营收的86.9%。海天味业2022年年报中显示，海天味业通过经销模式获取的营业收入为228.1亿元，占总营收的89.1%。

上 产业链上游

生产制造端

原材料供应商

上游厂商

黑龙江北大荒农业股份有限公司 >

合肥丰乐种业股份有限公司 >

鹏都农牧股份有限公司 >

查看全部 ▾

产业链上游说明

产业链上游为液态调味品的原材料供应商。液态调味品的原材料种类较多，但多以大豆、小麦、玉米等粮食植物类产品为主。

液态调味品行业的主要原材料为农副产品，关联的行业主要为农产品种植业。农产品种植业的健康稳定发展有利于液态调味品行业保证原料供应，降低生产成本，提高产品质量。

2022年，中国粮食总产量68,653.0万吨（13,731.0亿斤），比2021年增加368.0万吨（74.0亿斤），增长0.5%。其中谷物产量63,324.0万吨（12,665.0亿斤），比2021年增加49.0万吨（10.0亿斤）。全年粮食种植面积为11,833.0万公顷，比上年增加70.0万公顷。

从种植面积来看，液态调味品原材料的种植面积近几年呈稳步增长趋势。细分来看，大豆的播种面积由2018年的8,412.8千公顷增加到2022年的1,024.0千公顷。玉米的播种面积由2018年的42,130.1千公顷增加到2022年的43,070.0千公顷。小麦的播种面积由2018年的24,266.2千公顷增加到2022年的23,520.0千公顷。

从产量来看，液态调味品原材料的产量逐年增加。细分来看，大豆的产量由2018年的1,596.7万吨增加到2022年的2028.0万吨。玉米的产量由2018年的25,717.4万吨增加到2022年的27,720.3万吨。小麦的产量由2018年的13,144.1万吨增加到2022年的13,772.3万吨。

中国农业科学院发布的《中国农业产业发展报告2022》中指出2010年以来，中国小麦、玉米和大豆的自给率均值分别为98.4%、97.4%和16.7%。从主要粮食的价格走势可看出，整体粮食的价格是呈上升趋势，由于中国大豆自给率较低，2021年，中国大豆产量为1,639.5万吨，而进口量则高达9,647.0万吨，所以大豆价格上涨速度高于小麦。

原料的价格上涨也造成行业产业链上游的成本增加。同时上游原料的地域性特征较为明显，种植业市场较为分散，原材料供应商数量较多，可供中游生产商选择的企业较多，行业内竞争激烈，因此，种植业企业对中游生产商的议价能力相对较弱。

中 产业链中游

品牌端

中游厂商

佛山市海天调味食品股份有限公司 >

千禾味业食品股份有限公司 >

加加食品集团股份有限公司 >

查看全部 >

产业链中游说明

产业链中游为液态调味品的生产商。

从市场竞争格局角度分析，由于液体调味品种类较多，不同种类的液体调味品在原料、技术、工艺等方面的差异也较大，所以液体调味品行业呈现出总体上比较分散，但是呈现出部分细分行业集中度较高的市场格局。中国调味品协会在《调味品行业2022年度分析报告》中指出“从2019年到2022年，各品类的集中度和规模发生了不同程度的变化和调整。液态调味品方面，蚝油的集中度仍保持较高水平；酱油、鸡汁、食醋、蚝油等品类集中度与2019年相比获得提升。”

从生产商销售模式角度分析，液态调味品生产商的销售模式为经销和直营相结合。海天味业公司的销售模式目前以经销为主，也存在自营直供、托盘商等多种形式。2022年，海天味业公司通过线下渠道获取的营收为228.1亿元，通过线上渠道获取的营收为9.8亿元。

千禾味业公司销售主要采取“经销为主+直销为辅”的双组合销售模式，覆盖渠道包括：零售渠道、线上渠道、餐饮渠道；销售网络覆盖KA超市、中小连锁超市、社区生鲜、农贸副食干杂店、农贸市场、电商平台等。2022年，千禾味业公司通过经销渠道获取的营收为16.2亿元；通过直销渠道获取的营收为7.8亿元。

产业链下游

渠道端及终端客户

液态调味品的消费端

渠道端

永辉超市股份有限公司 >

苏果超市有限公司 >

上海世纪联华超市发展有限公司 >

查看全部 >

产业链下游说明

产业链下游为液态调味品的消费端。

从消费者角度分析，“健康”成为消费者选择液态调味品时的重要标准之一。随着消费者对饮食健康方面重视程度的不断提高，含有健康属性词汇标签的产品在消费市场中更受欢迎，液态调味品企业也

更注重相关产品的研发。如海天酱油产品种类丰富，覆盖高端系列、经典系列、惠系产品等不同档次，并根据消费者应用场景及偏好，配置高鲜、低盐、零添加等各种口味，其中零添加的产品有“海天零添加头道酱油”等。

从销售渠道角度分析，液体调味品行业主要以经销渠道为主。液态调味品的销售渠道主要包括超市、传统粮油店、食杂店、电商平台以及特殊渠道等。恒顺醋业2022年年报中显示，销售模式为经销商的营业收入为18.6亿元，较2021年同比增加11.5%，占总营收的86.9%。海天味业2022年年报中显示，海天味业通过经销模式获取的营业收入为228.1亿元，占总营收的89.1%。

[5] 1: <http://www.stats.g...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <https://mp.weixin....> 4: 国家统计局、Choice、...

液态调味品行业规模^[6]

中国液态调味品行业的市场规模由2018年的2,588.0亿元增长到2022年的3,755.0亿元，年复合增长率为9.8%。预计中国液态调味品行业2027年市场规模为5,204.0亿元，2022年至2027年的年复合增长率为6.7%。

中国液态调味品行业的市场规模一直呈上升趋势，主要因为餐饮业的快速发展推动了液态调味品行业的稳定增长。恒顺醋业2022年年报中指出餐饮市场是液态调味品销售的重要场景，尤其是堂食对于液态调味品的推动作用至关重要。同时中国调味品协会强调中国调味品行业产业链下游的需求端主要由餐饮端、食品加工端和家庭零售端组成，而这三者的消费比例为5:3:2。中国餐饮市场的不断发展促使中国调味品市场也呈增长态势。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%。而2020年，由于社会客观环境的影响，堂食受到较大影响，餐饮行业发展受限，市场规模下降到4.0万亿元。但在2021年，中国餐饮市场快速恢复至4.7万亿元，同比增长18.6%。

未来中国液态调味品行业的市场规模将继续增长，主要归因于（1）国家政策支持。从宏观政策环境来看，中国政府扶持液态调味品行业发展的政策日趋完善，促进液态调味品行业健康发展的管理制度逐步健全，这就意味着中国液态调味品行业的发展和管理受到法律的规范，为实现中国液态调味品行业可持续发展营造了良好的法律环境和引导机制，提供了有力保障。（2）电子商务渠道的迅速发展为中国液态调味品行业提供了渠道支撑。国家统计局数据显示，2022年，中国网上零售额137,853.0亿元，比上年增长4.0%。其中，实物商品网上零售额119,642.0亿元，增长6.2%，占社会消费品零售总额的比重为27.2%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长16.1%、3.5%、5.7%。

企业VIP免费

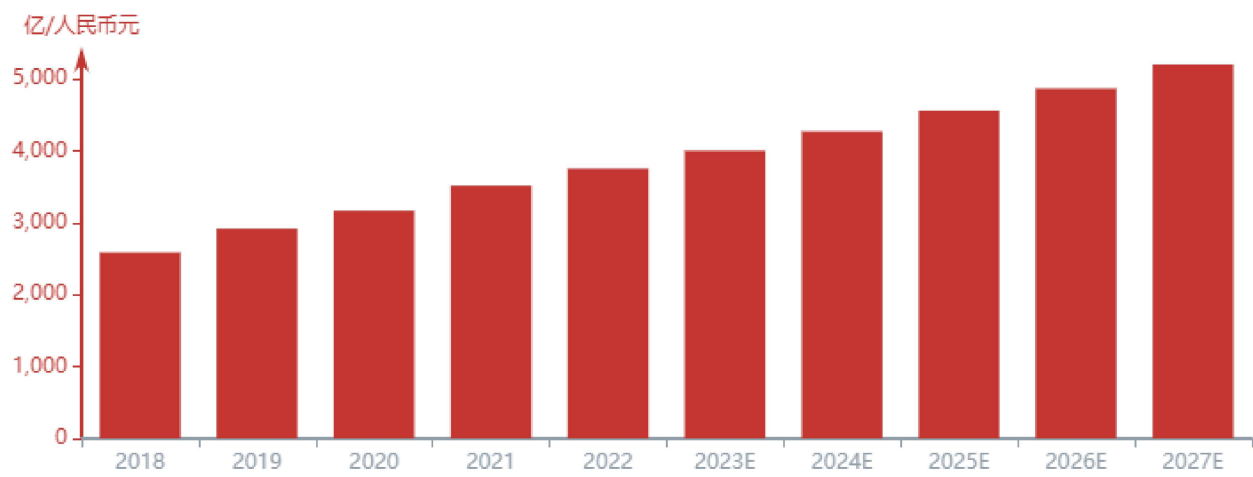
中国液态调味品市场规模

★★★★★ 4星评级

液态调味品行业规模



中国液态调味品市场规模



数据来源：中国调味品协会、宝立食品公告

[6] 1: <https://mp.weixin....> 2: <http://www.stats.g...> 3: 恒顺醋业2022年报、中...

液态调味品政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《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》	工业和信息化部等十一部门	2023-03	10
政策内容	鼓励地方特色食品生产企业以订单农业等方式，与农民专业合作社、家庭农场等新型农业经营主体形成稳定的协作关系，或与农产品原料种养殖户建立契约型、分红型、股权型等多种合作模式，形成长期稳定的优质原料供应来源。调味品行业的特色农产品原料基地有重庆江津青花椒种植基地、海南胡椒种植基地等。			
政策解读	《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》中鼓励地方特色食品生产企业以订单农业等方式，形成长期稳定的优质原料供应来源，有利于液态调味品原料的稳定供应。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《2023年国家标准立项指南》	国家标准化管理委员会	2023-02	10

政策内容	消费品食品领域：饮料、调味品和肉禽蛋制品等食品质量标准。
政策解读	《2023年国家标准立项指南》中为落实《纲要》提出的推动标准化与科技创新互动发展、提升产业标准化水平、完善绿色发展标准化保障、加快城乡建设和社会建设标准化进程等部署要求，推动标准化工程和行动的落地，进一步规范液态调味品行业的发展。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发“十四五”市场监管现代化规划的通知》	国务院	2022-01	9
政策内容	完善食品添加剂、食品相关产品等标准。加快食品相关标准样品研制。加强进口食品安全监管，严防输入型食品安全风险。			
政策解读	《关于印发“十四五”市场监管现代化规划的通知》中指出对涉及人民群众身体健康和生命财产安全等方面，需深入贯彻“四个最严”要求，要加强食品安全源头治理。			
政策性质	指导性政策			

	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》	全国人民代表大会常务委员会	2021-04	10
政策内容	国家建立食品安全风险评估制度，运用科学方法，根据食品安全风险监测信息、科学数据以及有关信息，对食品、食品添加剂、食品相关产品中生物性、化学性和物理性危害因素进行风险评估。			
政策解读	《中华人民共和国食品安全法》中指出要完善食品添加剂、食品相关产品等标准。对食品添加剂生产实行许可证制度。国家建立食品安全风险评估制度，对食品添加剂及相关产品中生物性、化学性及物理性危害因素进行评估。有利于提高液态调味品产品的安全性。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	国务院	2021-03	9

政策内容	加强和改进食品药品安全监管制度，完善食品药品安全法律法规和标准体系，探索建立食品安全民事公益诉讼惩罚性赔偿制度。深入实施食品安全战略，加强食品全链条质量安全监管，推进食品安全放心工程建设攻坚行动，加大重点领域食品安全问题联合整治力度。
政策解读	《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中指出要加强食品安全的质量监督，完善食品安全标准体系，有利于液态调味品行业长远发展。
政策性质	指导性政策

[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

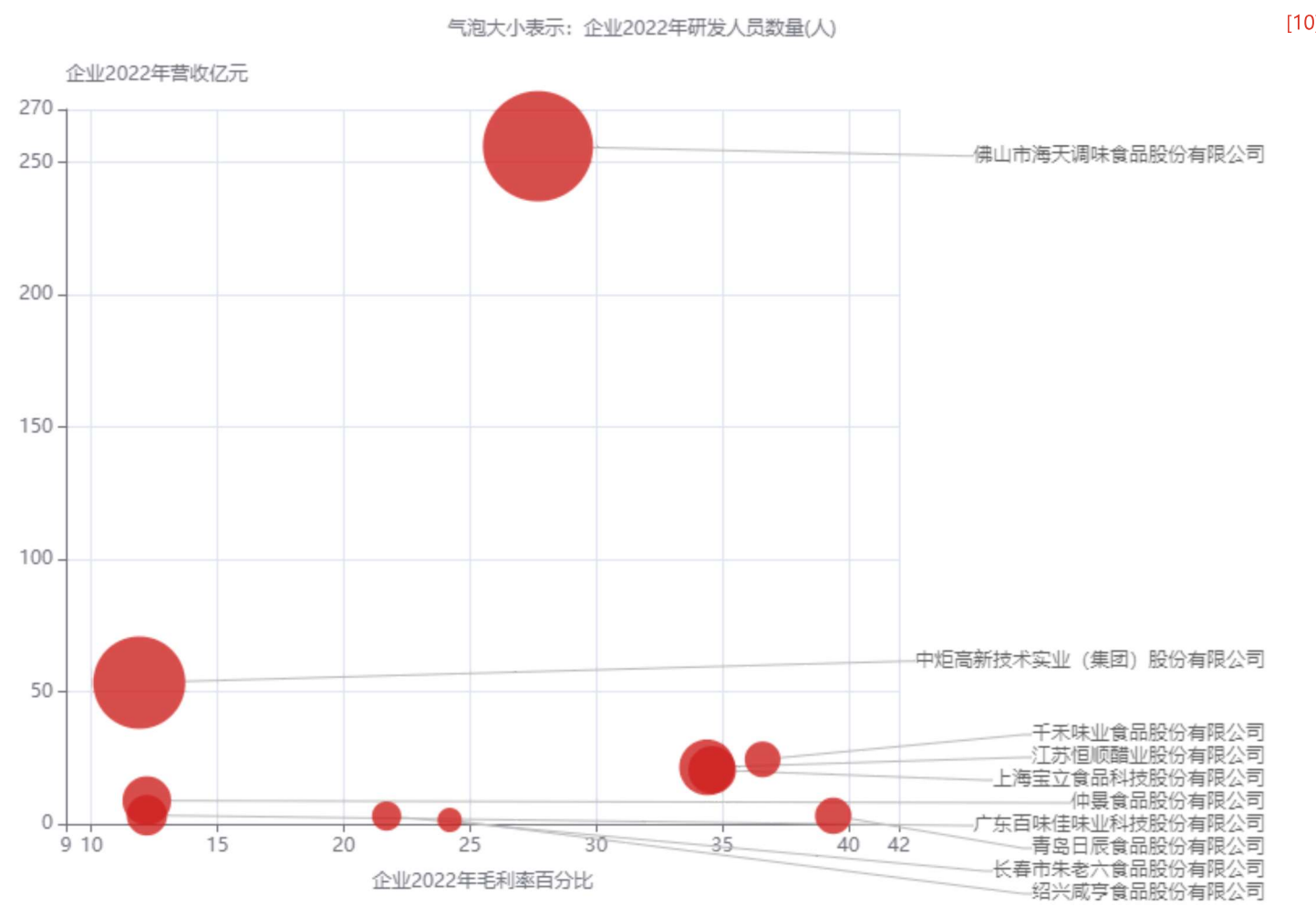
液态调味品竞争格局^[8]

中国液态调味品行业竞争激烈，由于液态调味品种类较多，不同种类的液态调味品在原料、技术、工艺等方面的差异也较大，因此，液态调味品行业整体上呈现出相对分散的特点，其中某些细分行业的市场集中度相对较高。从企业营收来看，海天味业属于第一梯队；中炬高新、宝立食品、千禾味业、恒顺醋业属于第二梯队；朱老六、咸亨、百味佳、日辰股份、仲景食品属于第三梯队。

中国调味品协会在《调味品行业2022年度分析报告》中指出“从2019年到2022年，各品类的集中度和规模发生了不同程度的变化和调整。液态调味品方面，蚝油的集中度仍保持较高水平；酱油、鸡汁、食醋、蚝油等品类集中度与2019年相比获得提升。”第一梯队的海天味业属于全国性企业，2022年营收超过200亿元。海天味业在消费市场中占据较大的市场份额，并且其净利率较高，研发能力较强。海天味业在消费市场中竞争力强主要原因为（1）销售渠道的深入化。公司的销售网络基本实现省市县三级全覆盖，并在此基础上进一步下沉镇村网络建设。让消费者在批发农贸、超市卖场、便利零售小店等各类消费场景中均可购买到公司产品。（2）入行时间较早且更快的在液态调味品产品的生产工艺方面做出较大突破。1955年，佛山25家古酱园合并重组，组建成立“海天酱油厂”。1961年，海天建成第一座晒池，开始了以池代缸的发酵酿制酱油的试验。1971年，海天成功研发出第一台国产酱油真空注瓶机。同年，海天第一条酱油自动包装流水线建成并投入使用。第二梯队的企业相对于第一梯队的企业，其在产品种类创新上相对较少，营业收入相对较少，2022年营收在100亿元以下。部分企业的主营液态调味品产品有所侧重，如恒顺醋业主营食醋相关产品。这些企业相对第一梯队，在产品种类的扩充上不具备明显的优势。第三梯队的企业的整体市场影响力相对第一、第二梯队较低，在消费市场中所占份额较少，不过仍存在较大的发展和盈利空间，2022年营收在50亿元以下。

未来中国液态调味品行业内的竞争愈发激烈，行业内领先企业为了进一步扩大自身的市场份额，在产品创新、产品质量等方面进一步发展，市场集中度将会进一步提高。行业未来的高质量发展要求生产企业需结合不同消费场景下的消费者偏好，采取差异化策略，但这对企业自身的资金实力、研发能力、人工等都有较大的考验，

因此行业内竞争优势较弱的企业加速出清。随着消费者对产品品质和品牌的认知度不断提高，行业内的知名企业生存优势较大，而行业内的中小型企业则需通过不断提高自身产品的渗透率来提高自身在行业内的生存率。未来行业内的企业增强自身竞争优势的方式有：（1）加强品牌建设。未来行业内激烈的竞争环境将促使中国液态调味品企业更加注重品牌形象和品牌建设。（2）拓展销售渠道。随着互联网以及物流运输行业的快速发展，液态调味品企业需要注重多渠道销售，包括电商平台、社交媒体、运输物流等。（3）在产品研发方面加大创新力度，使得自身产品更加细分化、高端化发展。（4）加强技术创新。液态调味品生产技术的不断创新发展，将对行业的竞争格局产生重要影响。具有自主研发能力和创新意识的企业将占据优势地位。



上市公司速览

江苏恒顺醋业股份有限公司 (600305)				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(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	11.4亿元	-3.71	35.72	-	69.8亿元	-3.17	36.93

千禾味业食品股份有限公司 (603027)				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(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	15.3亿元	50.89	38.29	-	13.7亿元	1.46	31.41

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

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

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

[8]

1: <https://mp.weixin...> | 2: 海天味业2022年报、海...

[9]

1: 企业2022年报

[10]

1: 企业2022年报

液态调味品代表企业分析^[11]

1千禾味业食品股份有限公司【603027】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	79878.2158万人民币
企业总部	眉山市	行业	食品制造业
法人	伍超群	统一社会信用代码	91511400207311690E
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	1996-01-31
品牌名称	千禾味业食品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：食品生产；食品销售；食品添加剂生产；饲料生产；饲料添加剂生产；粮食加工... 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	1.18	1.13	1.13	1.14	1.08	1.12	-	-	-
资产负债率(%)	38.222	35.4394	13.2698	11.1309	32.3453	22.5261	13.1587	13.495	25.809	20.122
营业总收入同比增长(%)	6.2232	-4.1781	23.6174	23.001	12.369	27.1906	24.9513	13.702	26.551	69.809

归属净利润同比增长(%)	-24.8319	25.6007	50.4387	43.932	66.6143	-17.4023	3.8068	-	-	-
应收账款周转天数(天)	20.7694	20.7692	21.4297	23.4985	25.6272	33.0048	30.6344	25	26	17
流动比率	0.9217	1.1484	4.4559	5.2745	3.5735	3.4657	4.4468	4.132	2.322	2.827
每股经营现金流(元)	0.83	0.61	0.4343	0.5364	0.7462	0.4121	0.5679	0.223	0.801	0.003
毛利率(%)	32.5128	37.1901	40.9693	43.3368	45.7449	46.206	43.8474	-	-	-
流动负债/总负债(%)	90.701	91.8577	85.3672	82.9845	51.1283	59.4608	83.0219	85.19	94.815	92.903
速动比率	0.3493	0.3692	1.3176	1.4094	1.7106	2.1811	2.6937	2.009	1.555	1.679
摊薄总资产收益率(%)	9.0793	9.6902	11.4336	12.9621	15.3504	9.9457	9.7052	9.661	12.351	4.598
营业总收入滚动环比增长(%)	-	2.5448	14.4382	23.456	19.4992	26.7096	11.3472	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-12.9128	-1.9545	21.3768	82.156	15.7205	-128.2673	-	-	-
加权净资产收益率(%)	13.9	15.32	13.11	15.21	20.79	13.92	11.69	-	-	-
基本每股收益(元)	0.4414	0.5544	0.667	0.45	0.7362	0.4304	0.3108	0.2772	0.3588	0.1504
净利率(%)	8.1396	10.6691	12.984	15.1935	22.528	14.6297	12.154	11.4997	14.1168	17.7409
总资产周转率(次)	1.1155	0.9082	0.8806	0.8531	0.6814	0.6798	0.7985	0.84	0.875	0.259
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-16.3905	17.3238	35.1691	71.7436	24.1751	-127.0805	-	-	-
每股公积金(元)	0.8047	0.8047	2.4712	0.8835	0.9345	0.7423	0.4976	0.2495	0.0937	0.1083
存货周转天数(天)	89.0604	130.8663	151.2478	151.4896	158.5554	145.0034	135.1351	154	137	115
营业总收入(元)	6.51亿	6.24亿	7.71亿	9.48亿	10.65亿	13.55亿	16.93亿	19.25亿	24.36亿	8.19亿
每股未分配利润(元)	1.4237	1.8981	1.8982	1.2392	1.7685	1.4588	1.2082	1.1806	1.2287	1.3791
稀释每股收益(元)	0.4414	0.5544	0.667	0.45	0.721	0.4183	0.3078	0.2772	0.3588	0.1504

归属净利润(元)	5297.03万	6653.11万	1.00亿	1.44亿	2.40亿	1.98亿	2.06亿	2.21亿	3.44亿	1.45亿
扣非每股收益(元)	0.44	0.54	0.589	0.406	0.4766	0.3975	0.3039	0.2728	0.353	0.15
经营现金流/营业收入	0.83	0.61	0.4343	0.5364	0.7462	0.4121	0.5679	0.223	0.801	0.003

竞争优势

千禾味业公司专业从事高品质酱油、食醋、料酒等调味品的研发、生产和销售。2022年，公司实现营业收入24.4亿元，同比增长26.6%。千禾味业的核心竞争力主要体现在（1）卓越并不断提升的产品品质。公司陆续通过了BRC食品安全全球标准认证、IFS国际食品标准认证、欧盟有机认证、有机产品认证、犹太洁食认证、清真食品认证、FSSC22000食品安全管理体系认证等，并在食品安全保障方面多次获得各级政府表彰。（2）持续强化的品牌力。公司坚持“做放心食品，酿更好味道”的品牌理念，专注聚焦零添加酿造酱油、食醋、料酒等高品质健康调味品，紧紧把握消费升级时代趋势，引领消费需求，形成独具特色的差异化品牌竞争优势。

2 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	-	-	-

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

▪ 竞争优势

海天的主营业务是为消费者提供酱油、蚝油、酱、醋等各类经典的调料产品，也借助消费者互动，推陈出新各类新型复合调料产品。2022年，公司实现营业收入256.1亿元，同比增长2.4%。海天2022年调味品产销量均超过400.0万吨，名列行业第一。海天酱油产量超过246.0万吨，销售超138.0亿元。海天蚝油产量超过86.0万吨，销售超44.0亿元。海天的核心竞争力主要体现在（1）销售渠道多元发展；（2）坚持“技术领先、产品领先”的战略定位；（3）良好的品牌形象。中国品牌力指数2022C-BPI榜单显示，海天蝉联酱油（连续12年）、酱料（连续3年）、蚝油（连续3年）行业第一品牌。

3 江苏恒顺醋业股份有限公司【600305】

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	111295.6032万人民币
企业总部	镇江市	行业	食品制造业
法人	杭祝鸿	统一社会信用代码	91321100608834062C
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	1993-02-05
品牌名称	江苏恒顺醋业股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生产销售食醋、酱油、酱菜、复合调味料、调味剂等系列调味品；副食品、粮油制品、饮料... 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	1.1	1.15	1.13	1.12	-	-	-	-	-	-
资产负债率(%)	41.0349	31.1769	26.8339	26.9066	25.447	21.247	22.965	29.975	24.994	21.772
营业总收入同比增长(%)	8.6957	8.1028	10.8659	6.5162	9.867	7.511	9.94	-6.447	12.976	7.149
归属净利润同比增长(%)	91.2121	220.8706	-28.8903	64.8351	-	-	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	27.2082	26.5979	24.6129	27.3629	29	22	16	16	12	10
流动比率	1.0753	1.1553	1.2093	1.7429	1.88	2.118	2.476	1.91	1.94	2.264

每股经营现金流 (元)	0.7724	0.9359	0.5209	0.5158	0.479	0.548	0.363	0.322	0.191	0.055
毛利率(%)	39.691	39.7235	41.2471	40.559	66.6778	59.1682	62.75	82.23	-	-
流动负债/总负 债(%)	94.8537	88.6799	86.2347	82.2592	88.333	88.329	74.015	80.607	84.361	79.2
速动比率	0.5769	0.5886	0.5102	0.4991	1.406	1.561	1.949	1.421	1.465	1.784
摊薄总资产收益 率(%)	3.4633	10.5758	7.4354	11.5901	11.241	11.081	10.133	3.687	4.466	2.468
营业总收入滚动 环比增长(%)	24.4144	11.7459	7.9485	11.7084	6.1307	11.1654	15.2682	-	-	-
扣非净利润滚动 环比增长(%)	-19.1267	3.4989	34.9702	11.3445	5.1384	6.8424	8.3666	-	-	-
加权净资产收益 率(%)	7.39	17.49	11.19	16.66	15.88	14.88	13.52	-	-	-
基本每股收益 (元)	0.2618	0.7952	0.2827	0.466	0.3887	0.4142	0.3138	0.1191	0.139	0.0734
净利率(%)	6.7241	18.2014	11.6261	18.1679	17.9398	18.0258	15.8902	6.2499	6.053	11.6276
总资产周转率 (次)	0.5151	0.581	0.6395	0.6379	0.625	0.626	0.648	0.587	0.692	0.208
归属净利润滚动 环比增长(%)	9.4362	3.3602	30.1853	166.7966	-9.3381	-32.1974	3.3382	-	-	-
每股公积金(元)	2.583	2.5639	0.7819	0.7803	0.3879	0.357	0.0511	0.0379	0.0375	0.0375
存货周转天数 (天)	180.6685	154.321	134.3685	120.7811	112	111	91	102	87	61
营业总收入(元)	12.08亿	13.05亿	14.47亿	15.42亿	16.94亿	18.32亿	20.14亿	18.93亿	21.39亿	6.13亿
每股未分配利润 (元)	0.4611	1.0918	0.6825	1.0298	1.0392	1.3085	1.1467	1.0973	1.1103	1.183
稀释每股收益 (元)	0.2618	0.7952	0.2827	0.466	0.3887	0.4142	0.3138	0.1191	0.139	0.0734
归属净利润(元)	7479.35 万	2.40亿	1.70亿	2.81亿	3.05亿	3.25亿	3.15亿	1.19亿	1.38亿	7287.19 万
扣非每股收益 (元)	0.2342	0.3761	0.2598	0.3006	0.2799	0.3241	0.2841	0.1084	0.1233	0.0704
经营现金流/营 业收入	0.7724	0.9359	0.5209	0.5158	0.479	0.548	0.363	0.322	0.191	0.055

竞争优势

恒顺已成为目前中国最大的制醋企业、国家级农业产业化重点龙头企业，同时为中国同行业首家上市公司（2001年上市），主导食醋产品连续20多年销量全国领先，食醋年产量超30万吨（中国调味品协会口径），广销101个国家和地区，恒顺品牌稳居中国食醋品牌排行榜榜首（2022年中国品牌力指数），恒顺醋产品多次蝉联国际金奖、国家质量金奖等，成为欧盟地理标志产品、中国名牌产品。2022年，公司实现营业收入21.4亿元，较上年同期增长13.0%，其中，主营调味品实现收入20.3亿元，占营业收入的95.0%，较上年同期增长10.1%。恒顺醋业的核心竞争力主要体现在（1）品牌价值大，消费升级潜力高。（2）独特酿造的技艺，造就独具的产品特性。（3）产品质量安全始终引领行业，质量管控体系优于同类企业。

[11] 1: 恒顺醋业2022年报、海...

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。