头豹 LeadLeo

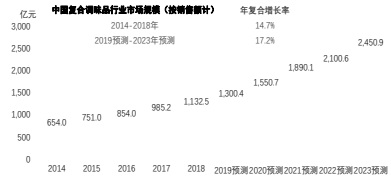
400-072-5588

头豹研究院 | 食品饮料系列概览

2019 年
中国复合调味品行业概览

行业走势图

中国复合调味品行业市场规模（按销售额计），2014-2023预测



消费研究团队

姚朝芳　　分析师

邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 食品饮料系列深度研究——中国团餐行业研究报告
- 食品饮料系列概览——2020 年中国饮料酒行业概览
- 休闲服务系列深度研究——2019 年中国素食餐厅行业研究报告

报告摘要

复合调味品是指用两种或者两种以上调味品配制，经特殊加工制成的调味品，典型的复合调味品有火锅调料、鸡精、中式复合调料和西式复合调料等。复合调味品属于消费频次低、购买人群广泛、家庭刚需型的产品，2014 年至 2018 年，中国复合调味品市场规模由 654.0 亿元人民币增长至 1,132.5 亿元人民币，年复合增长率为 14.7%。复合调味品行业产业链的上游市场参与者主要为原材料种植业、养殖业、食品添加剂加工制造业以及包装行业，中游环节主体为复合调味品制造商，下游涉及销售渠道和销售者。

热点一：复合调味品逐渐替代单一调味品

随着居民收入的持续增长，居民消费需求不断升级，中青年人群的消费习惯不断发生改变，对饮食健康以及便捷性要求较高。单一的调味品难以满足消费者多样化的口味需求，以及便捷性的需求。而种类多样的复合调味品可满足消费者快速做出专业厨师水平美食的要求，同时满足消费者对风味多样性的烹饪要求。

热点二：复合调味品定制化趋势

随着消费群体迭代的年轻化，用于做某一类菜或某一类食品，且具有特定功能、风味化成分较多的复合调味料更受欢迎。这类复合调味料，有效简化了烹饪的过程，满足了消费者在家就可做出专业厨师水平的美食的要求。餐饮行业方面，菜品标准化高，复合调味品标准化要求也较高，且需求量大，需要复合调味品企业为其提供定制化的调料产品。

热点三：复合调味品趋向健康化发展

复合调味品不仅强调口感和风味设计，更要考虑到其健康性。为顺应消费者健康消费的趋势，主打“减盐”“有机”“健康”概念的复合调味品纷纷上市，在实现科学减盐的同时，满足人体对口味和营养元素的需求，备受消费者青睐。

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国复合调味品行业市场综述 7

2.1 中国复合调味品的定义与分类 7

2.2 中国复合调味品行业的市场规模 9

2.3 中国复合调味品行业发展历程 9

2.4 复合调味品产业链分析 12

2.4.1 上游分析 12

2.4.2 中游分析 13

2.4.3 下游分析 14

3 中国复合调味品驱动及制约因素分析 16

3.1 驱动因素 16

3.1.1 居民可支配收入持续攀升 16

3.1.2 城镇化进程加快 17

3.1.3 连锁餐饮的蓬勃发展为行业创造新的商业机会 18

3.2 制约因素 18

3.2.1 产品同质化严重 18

3.2.2 行业集中度低 19

3.2.3 食品添加剂超标严重 19

4 中国复合调味品行业政策及监管分析 20

4.1 行业支持政策.....20
4.2 行业监管政策.....23
5 中国复合调味品行业市场趋势分析.....25
5.1 产品呈定制化趋势.....25
5.2 产品呈健康化趋势.....26
5.3 产品呈高端化趋势.....26
6 中国复合调味品行业竞争格局分析.....27
6.1 竞争格局分析.....27
6.2 复合调味品企业分析.....28
6.2.1 太太乐.....28
6.2.2 美鑫食品.....30
6.2.3 安徽强旺.....32

图表目录

图 2-1 复合调味品的类别 7

图 2-2 中国复合调味品行业市场规模，2014-2023 预测 9

图 2-3 中国复合调味品行业发展历程 11

图 2-4 中国复合调味品行业产业链 12

图 2-5 中国复合调味品行业渠消费渠道结构，2018 年 15

图 3-1 中国居民可支配收入，2014-2018 年 16

图 3-2 中国城镇化率，2014-2018 年 17

图 4-1 中国复合调味品行业支持政策 22

图 4-2 中国复合调味品行业监管政策 24

图 6-1 中国复合调味品行业产品消费结构，2018 年 27

图 6-2 主要复合调味品企业营业收入和净利润情况，2018 年 28

图 6-3 美鑫食品营销网络 31

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从大健康，信息科技，食品，新能源行业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 6 月完成。

1.2 名词解释

（1） **糟卤**：也称糟油，由陈年酒糟中提取香气浓郁的糟汁，再配入辛香调味汁，精制而成。其主要用于烹调热炒菜肴，如糟溜鱼片等。

（2） **ok 汁**：一种调料，主要突出酸甜，香型的一种调味品，复合型果味调味料，主要原料有果汁、番茄沙司、胡萝卜、糖、果酸等。

（3） **调理食品**：又称“速冻调理食品”、“速冻食品”，指以农产品、畜禽和水产品等为主要原料，经前处理及配制加工后，采用速冻工艺，并在冻结状态下储存、运输和销售的包装食品。

（4） **ISO9001**：是由国际标准化组织质量管理和质量保证技术委员会制定的关于质量管理和质量保证方面的国际标准，用于证实企业具有提供满足顾客要求和适用法规要求的产品的能力。

（5） **BRC 认证**：是由英国零售商协会（British Retail Consortium）于 1998 年制定的食品技术标准，用以对零售商的供应商进行评估。BRC 认证已经发展成为国际公认的食品规范。

（6） **食品添加剂**：是为改善食品外观、风味和品质，以及防腐和加工工艺的需要而加入食品中的物质。

（7） **转基因**：又称基因拼接或 DNA 重组，将一种或几种生物体的基因转移到特定生物中，并与其本身的基因组进行重组，以培育出新的品种。

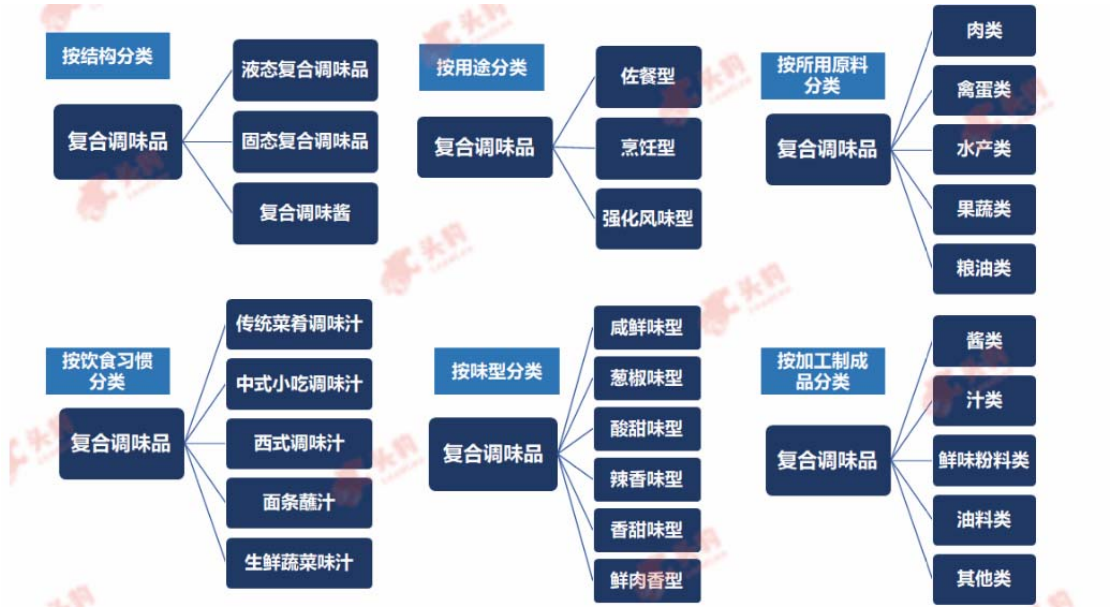
2 中国复合调味品行业市场综述

2.1 中国复合调味品的定义与分类

调味品是添加到食物中赋予食物特定风味的调味汁或调味料。单一调味品指由单一主要材料组成的调料，典型的单一调味品有味精、酱油、醋、腐乳、香料、调味品酒以及蚝油等。复合调味品是指用两种或者两种以上调味品配制，经特殊加工制成的调味品，典型的复合调味品有火锅调料、鸡精、中式复合调料和西式复合调料等。

复合调味品种类丰富，分类方法不一，可按结构、用途、所用原材料、饮食习惯、味型和加工制成品进行分类（见图 2-1）。

图 2-1 复合调味品的类别



来源：头豹研究院编辑整理

按形态分类：复合调味品可分为液态复合调品、固态复合调味品和复合调味酱：①液态复合调味品指以两种或两种以上的调味品为主要原料，添加或不添加其它辅料，加工而成的呈液态复合调味品，主要产品有鸡汁调味品、糟卤等；②固态复合调味品以两种或两种以上

的调味品为主要原料，添加或不添加辅料，加工而成的呈固态复合调味品，主要产品有鸡精调味品、鸡粉调味品、牛肉调味品、排骨调味品、海鲜粉调味品等；③复合调味酱指以两种或两种以上的调味品为主要原料，添加或不添加其它辅料，加工而成的呈酱状复合调味品，主要产品有风味酱、沙拉酱、蛋黄酱等。

按用途分类：复合调味品可分为佐餐型、烹饪型和强化风味型。

按所用原料分类：复合调味品可分为肉类、禽蛋类、水产类、果蔬类、粮油类、香辛料类等。

按饮食习惯分类：复合调味品可分为传统菜肴调味汁、中式小吃调味汁、西式调味汁、面条蘸汁和生鲜蔬菜味汁等。

按味型分类：复合调味品主要分为咸鲜味型、葱椒味型、酸甜味型、辣香味型、香甜味型和鲜肉香型：①咸鲜味型主味由咸味和鲜味构成，如蒜茸豆豉酱、西瓜豆豉、炝汁、豉油王、煎封汁等；②葱椒味型主要以葱、姜、蒜、花椒为主要调味品，具有浓郁的蒜、姜等香味，如葱椒泥、葱椒绍酒、葱油汁、蒜酱、蒜茸酱、蒜姜调味料等；③酸甜味型主味由酸味和甜味构成，但酸味重于甜味，如 OK 汁、柠汁(西柠汁)、茄汁(粤)、青梅酱、草莓酱、辣甜沙司、京都汁等；④辣香味型主要包括马拉盏酱、辣酱油、川锅酱、芥末糊、辣甜豆豉酱、咖喱油、辣葵花酱等；⑤香甜味型主要包括黑香酱、复合奇妙酱、椒梅酱、五香粉、精卤水、果仁、果酱等；⑥鲜肉香型主味呈各种肉香，如火腿汁、蚝油、鸡香油、鸡精和蟹油等。

按加工制成品分类：复合调味品可分为酱类、汁类、鲜味粉料类、油料类和其他类：①酱类主要包括沙茶酱、柱侯酱、鱼香酱、茄茸酱、果仁果酱、番茄沙司等；②汁类主要包括 OK 汁、煎封汁、香槟汁、西柠汁、啷汁、红油汁等；③鲜味粉料类主要包括鸡精、牛肉精等；④油料类主要包括蟹油、香味油、菌油、香辣烹调油、鸡香油等；⑤其他类：如西瓜豆豉、渣辣椒、泡辣椒等

2.2 中国复合调味品行业的市场规模

复合调味品属于消费频次低、购买人群广泛、家庭刚需型的产品。随着居民消费水平的不断提高，中国复合调味品市场消费量呈现快速增长的态势。2014 年至 2018 年，中国复合调味品市场规模由654.0亿元人民币增长至1,132.5亿元人民币，年复合增长率为14.7%。未来五年，随着中国城镇化进程持续推进，消费升级趋势延续，以及餐饮行业回暖，中国复合调味品市场规模将进一步增长，预计在 2023 年增长至 2,450.9 亿元人民币，年均复合增长率为 17.2%（图 2-2）。

图 2-2 中国复合调味品行业市场规模，2014-2023 预测



来源：头豹研究院编辑整理

2.3 中国复合调味品行业发展历程

中国复合调味品行业的发展主要经历了起步阶段、快速发展阶段和高速发展阶段三个阶段，现正处于高速发展阶段（见图 2-3）。

（1） **起步阶段（1990 年以前）**

中国复合调味品发展历史悠久，中国最早出现的复合调味品是在北魏时期开始流行的“八角酱”，是一种有名的蒜酱复合调味品，由醋、盐及 8 种香辛料配制而成，距今已有 1,400

多年的历史。此外，中国还有传统的十三香、五香粉等复合香辛料，用黄豆、蚕豆等为原材料配制的各种复合酱，如豆瓣辣酱、芝麻辣酱、牛肉辣酱、鸡肉辣酱等花色酱，以及糟卤、耗油等配制的调味品。中国的复合调味品实现批量工业化生产是在 20 世纪 30 年代至 70 年代之间，但当时还没有采用“复合调味品”这个专用产品名词。中国正式采用“复合调味品”这个专用名词是从 20 世纪 80 年代初开始。1982 年至 1983 年期间，天津市调味品研究所开发了专供烹调中式菜肴的“八菜一汤”复合调味品（清炒虾仁调料、咖喱鸡丁调料、酱爆肉丁调料、虾籽豆腐调料、糖醋鱼调料、鱼香肉丝调料、番茄肉片调料、辣子鸡丁调料、酸辣汤调料），并开始使用“复合调味品”这个专用产品名称。随后，上海、北京、武汉、四川、广州等地相继开发了多种烹调专用复合调味品，如蚝油牛肉调料、茄汁鱼片调料、糟熘里脊调料、米粉肉（粉蒸肉）调料、盐鸡调料、涮羊肉调料以及蒜蓉辣酱、金钩豆瓣辣酱、麻辣酱等调味酱。各种品牌的鸡精、牛肉精也开始大量上市。1987 年，中国食品工业协会正式制定了《调味品名词术语（ZB X 66005-1987）》标准，对复合调味品专用名词、术语及定义标准进行规定。20 世纪 80 年代中后期，中国拥有自主研发和生产技术的肉骨膏粉生产企业如雨后春笋般出现。这一系列借助美拉德反应和酶解技术生产的产品，具有浑厚的肉香和烤香，备受消费者青睐。

（2） 快速发展阶段（1990 年-1999 年）

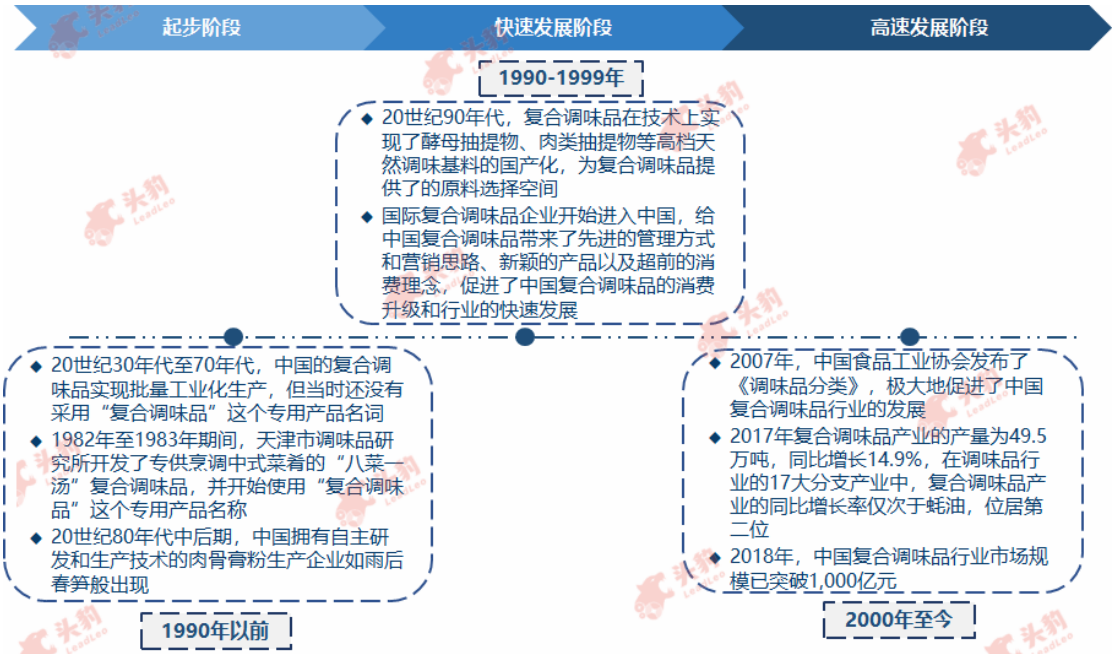
1990 年以后，在各种新政策及生产技术不断提高的推动下，中国复合调味品行业进入了快速发展阶段。20 世纪 90 年代，复合调味品在技术上实现了酵母抽提物、肉类抽提物等高档天然调味基料的国产化，为复合调味品提供了的原料选择空间，促使复合调味品种类日渐丰富，出现了特鲜味精、甜味剂、酵母提取物及食用香精香料等新颖调味品。同时，国际复合调味品企业也开始进入中国，这虽然对中国复合调味品行业的发展造成较大冲击，但国际复合调味品资本不仅带来了巨额的资金，还给中国复合调味品行业带来了先进的管理方式

和营销思路、新颖的产品以及超前的消费理念，极大地促进中国复合调味品的消费升级和行业的快速发展。

（3） 高速发展阶段（2000 年至今）

为适应复合调味品的发展并与国际接轨，2007 年，中国食品工业协会发布了《调味品分类（GB/T20903—2007）》，对复合调味品重新做了定义和分类，极大地促进了中国复合调味品行业的发展。2007 年，中国发酵制品和调味品企业已实现总产值 914 亿元，其中复合调味品的增长率高达 20%，是所有调味品中增长最迅速的一类。与此同时，中国也涌现出了一批调味品知名企业，如佛山海天调味有限公司、上海太太乐食品有限公司、广东佳隆食品股份有限公司、河南王守义十三香集团、山西水塔公司等。2017 年复合调味品产业的产量为 49.5 万吨，同比增长 14.9%，在调味品行业的 17 大分支产业中，复合调味品产业的同比增长率仅次于蚝油，位居第二位。2018 年，复合调味品行业的市场规模已突破 1,000 亿元。

图 2-3 中国复合调味品行业发展历程

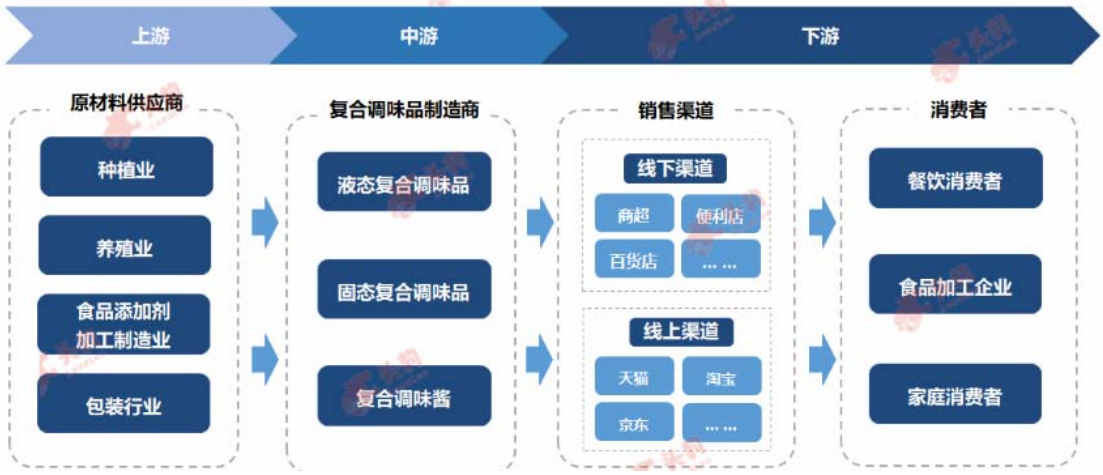


来源：头豹研究院编辑整理

2.4 复合调味品产业链分析

复合调味品行业产业链的上游市场参与者主要为原材料种植业、养殖业、食品添加剂加工制造业以及包装行业，中游环节主体为复合调味品制造商，下游涉及销售渠道和销售者（见**错误!未找到引用源。**）。

图 2-4 中国复合调味品行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.4.1 上游分析

中国复合调味品行业产业链上游的参与者是复合调味品原材料的供应商，涉及种植业、养殖业、食品添加剂加工制造业以及包装行业等多个行业。复合调味品原材料占产品成本比重较大，以安记食品和天味食品等复合调味品企业为例，其原材料成本占比均超过 70%。上游原材料价格的变动会直接影响复合调味品企业的生产成本，进而影响产品的利润空间。

复合调味品行业上游农产品种植业主要涉及大豆、玉米、小麦、辣椒、姜、花椒、胡椒、茴香、大蒜、洋葱等。农产品的种植、价格主要受以下因素的影响：①受天气状况及病虫危害等因素影响大；②上游种植环节决策信息的缺乏，如农民对当年价格较敏感，某种农产品当年价格高，下一年种植量就大，导致供需不匹配；③种植地区的影响，中国疆域南北跨度

大，不同地区因为土壤、天气、水分等因素的不同，所生产的农产品质量存在差异；④农产品生产、流通中间环节多，种子、农药、化肥、饲料、收购、运输、储藏、销售等价格都会影响农产品价格。而农产品的种植面积、产量、价格会直接影响复合调味品行业的生产成本及质量，因此保证稳定的货源与控制采购成本成为中游复合调味品制造商的关注重点。

鸡、鸭、猪等畜禽类农产品作为复合调味品的主要原材料之一，其价格波动受到供求关系、饲料成本及传染病等因素的影响。当中国主要畜禽养殖地区发生大规模的疫情或自然灾害，复合调味品行业采购符合质量监控规定的原材料难度加大，从而面临原材料价格上涨和原材料供应中断或供应数量不足的风险。此外，禽流感等动物瘟疫的发生将会降低消费者对于禽类制品的购买力，导致市场上禽类制品供求关系不平衡，从而对复合调味品行业整体的发展带来不利影响。

复合调味品的包装材料主要以玻璃和塑料为主。中国包装行业整体发展态势良好，且中国已成为仅次于美国的全球第二大包装大国，中国包装行业企业众多，能充分满足中国复合调味品行业的需求。因此，包装材料对复合调味品行业的利润影响较小。

2.4.2 中游分析

中国复合调味品行业产业链中游主体是复合调味品制造商，其主要是根据配方将原材料按照一定比例调配加工制造成复合调味品。其中，复合调味品配方的研发创新是企业保持市场竞争力的重要环节。配方的研发直接影响着产品最终的味道和功能等，也决定了产品能否获得目标消费者的认可以及能否在市场中畅销，因此配方的研发是产业链中附加值最高的环节。

产品配方的研发完成后进入生产环节，生产环节对企业生产加工的机械化程度与自动化水平要求高，企业还需经过 ISO9001、BRC 等一系列认证，建立完善的生产设施维护、保

养和检修机制，以降低生产过程中发生食品安全事故的概率。在机械化的生产过程中，如果出现参数设置异常、机器故障等问题，均会导致产品在生产过程中出现差异，影响产品的质量和口感，给复合调味品制造商增加产品质量风险。

中国监管部门对食品安全的日益重视，以及消费者食品安全意识的不断提高，促使中国食品安全法律法规与政策不断完善，对食品市场准入、食品安全管理体系认证、食品添加剂标准、食品标识与标签标准的要求进一步提高。复合调味品加工制造企业应及时应对法规与标准的改变，并开展相关认证，更改产品配方和食品标签，调整生产流程，对产品进行重新检测，确保产品符合食品相关规定。

2.4.3 下游分析

复合调味品行业产业链下游涉及复合调味品的销售渠道和消费者，其中销售渠道包括商超、便利店、百货店等线下渠道，以及淘宝、天猫、京东等线上渠道。现阶段，复合调味品主要销售渠道为线下渠道，线上渠道占比较小，如海天、安记食品等线上销售占比均为个位数。

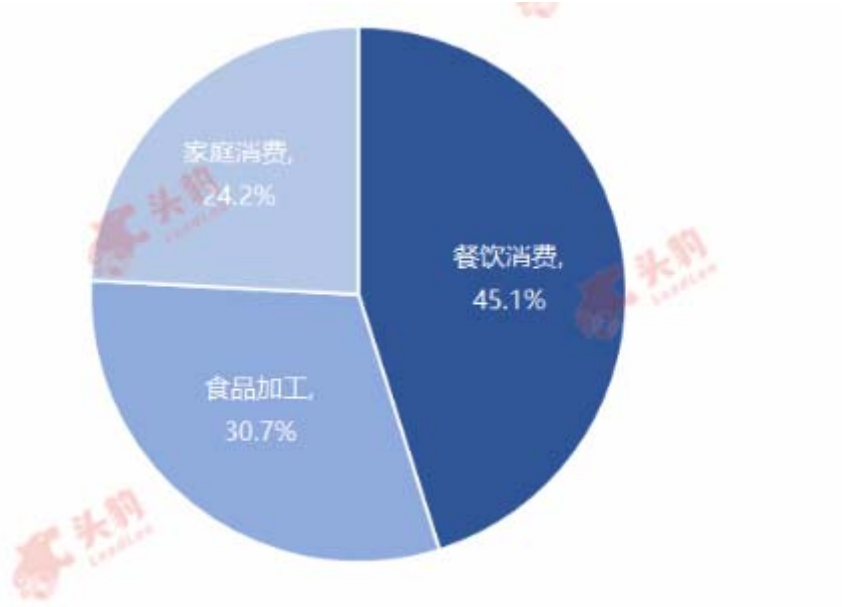
线下渠道方面，随着复合调味品行业的发展，除传统的营销方式外，还产生了一些新的变化：①关联营销，如盒马鲜生在寿司售卖处旁边陈列芥末酱，在海鲜售卖处旁边陈列海鲜酱等；②联合营销，如徐鸿飞小鲜蛋与大润发、太太乐签署战略合作。其中徐鸿飞小鲜蛋作为上游养殖及生产企业，负责提供食材和原料；太太乐作为中游复合调味品企业，负责产品的研发和生产；大润发作为下游的终端渠道，负责销售；三家企业战略联动，形成产供销一条龙的优质格局；③附带营销，选择美菜、有菜、下厨房、抖音等作为推广媒介，通过设立与复合调味品相关的品牌美食专区，创造情景式的营销互动，吸引目标消费群的关注与参与。

线上渠道方面，得益于中国移动互联网的发展，中国电子商务行业发展迅速，未来线上

渠道将逐渐发展为复合调味品主流的销售渠道之一。以 80 后、90 后为主体的消费群体更多选择方便快捷的线上购物方式，而企业通过线上渠道也可实现购物数据留痕，通过对用户的购买行为、物流信息、评价分享等数据的分析，锁定目标消费群体，并精准推送消费者关注的复合调味品来引导和促进消费者进行消费。但单纯的线上经营中，消费者缺少直观的消费体验。而传统的线下经营中，线下门店受地理位置、店铺大小、营业时间等因素的影响，客户来源有限，消费者购物时间也受限。未来复合调味品企业将通过打通线上线下销售的界限，线上线下两种渠道优劣互补，实现线上线下深度融合。通过两种渠道的结合，实现线上下单、线下送货，确保消费者能够在最短的时间内以最便捷的方式完成购买流程。

消费是复合调味品产业链的终端环节，复合调味品的终端消费者包括餐饮消费者、食品加工企业和家庭消费者。现阶段，中国复合调味品消费主要集中在餐饮消费和食品加工，占比分别为 45.1%和 30.7%，家庭消费占比仅为 24.2%，（见**错误!未找到引用源。**）。其中餐饮渠道在选购时更加看重产品的质量以及风味的稳定程度，对单品的粘性强。食品加工渠道采购要求与餐饮渠道相似，但对于成本的关注度更高。家庭渠道消费者较为关注品牌及价格，容易受促销和宣传的影响，产品粘性较弱。

图 2-5 中国复合调味品行业渠消费渠道结构，2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

3 中国复合调味品驱动及制约因素分析

3.1 驱动因素

3.1.1 居民可支配收入持续攀升

居民可支配收入的持续攀升为符合调味品消费升级奠定基础。由于生活水平的提高和饮食口味的变化，调味品逐渐由单一型向复合型转变，复合调味品具有极大的发展空间。2014年至2018年，中国居民人均可支配收入由20,167.1元增长至28,228.0元，年复合增长率为8.8%（见图 3-1）。随着居民收入的持续增长，居民消费需求不断升级，中青年人群的消费习惯不断发生改变，对饮食健康以及便捷性要求较高。单一的调味品难以满足消费者多样化的口味需求，以及便捷性的需求。而种类多样的复合调味品可满足消费者快速做出专业厨师水平美食的要求，同时满足消费者对风味多样性的烹饪要求。未来，复合调味品将逐渐替代单一调味品，成为居民消费的首选调味品。

图 3-1 中国居民可支配收入，2014-2018年



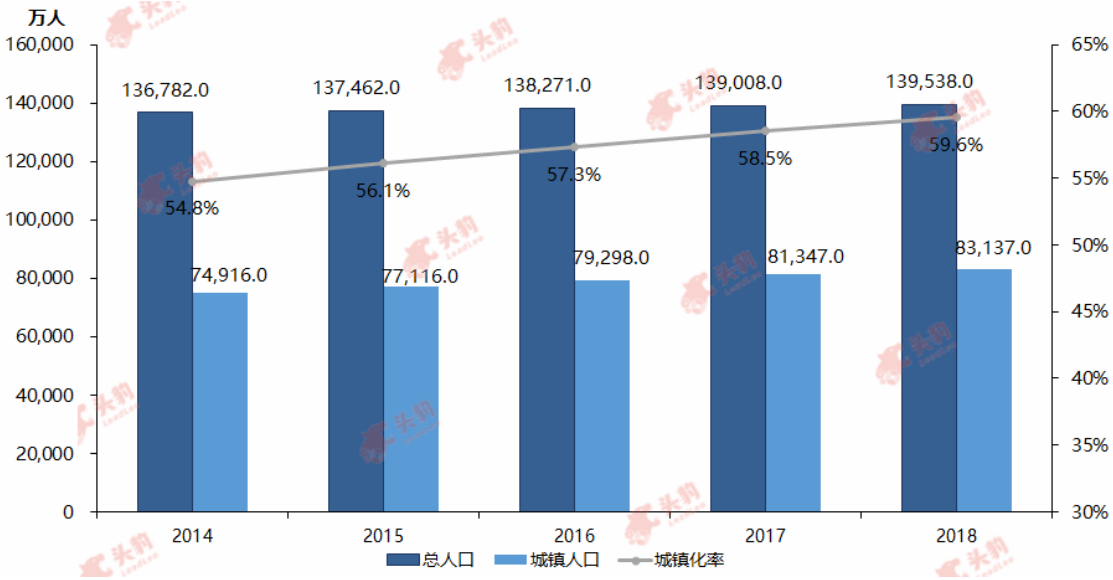
来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

3.1.2 城镇化进程加快

城镇化进程的加快推动餐饮行业持续扩容，复合调味品作为餐厅食品加工不可或缺的加工辅料，其需求量也随之增加。

2014 年至 2018 年，中国城镇化率由 54.8%增长至 59.6%，中国城镇化率持续攀升（见图 3-2）。在城市化进程加快的影响下，居民生活节奏逐渐加快。而生活节奏的加快导致居民备餐时间大幅度减少，居民对饮食的便捷性要求提高，在外就餐次数增多，从而促进了餐饮行业的蓬勃发展。2014 年至 2018 年，中国餐饮收入由 26,860.2 亿元增长至 42,715.9 亿元，年复合增长率为 11.3%。同时，在快节奏的生活下，消费者对餐厅的烹饪速度提出了更高的要求。在这种情况下，餐厅尤其是快餐店自制复合调味品效率低，且难以标准化，因此餐饮企业更倾向大量采购复合调味。由此可见，城镇化进程加快以及生活节奏加快，共同推动着消费者消费习惯的改变，而复合调味品能够更好地满足市场需求，因而具有极大的市场增长潜力。

图 3-2 中国城镇化率，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

3.1.3 连锁餐饮的蓬勃发展

在餐饮行业连锁化趋势愈加明显的推动下，“中央厨房+门店”的经营模式促进复合调味品需求的增加。“中央厨房+门店”的标准化餐饮连锁经营模式是餐饮行业未来主要的发展趋势，中国已有超过 70%的连锁餐饮企业自建了中央厨房，且均在不同程度上实行了标准化生产。受益于此，具备研发、定制化服务能力的复合调味品企业可根据餐饮企业的需求为其定制适用于某款菜品烹饪的复合调味品，从而大幅度简化厨师的烹饪过程，也有利于餐饮企业的特色化、标准化和规模化。复合调味品企业还可以全面为餐饮企业提供菜品研发、成本控制、烹饪流程优化、品质控制等服务，帮助餐饮企业研究分析消费者偏好，不断推出新的菜式，指导厨师使用标准化复合调味品，从复合调味品的供应商变为复合调味品解决方案的提供者。

3.2 制约因素

3.2.1 产品同质化严重

复合调味品企业多由传统调味品企业发展而来，沿袭其传统制造工艺，以作坊式和手工生产为主，拥有机械化、规模化、自动化生产线的企业数量少，且各企业生产工艺特点不明显，导致生产效率低，产品同质化现象明显。复合调味品企业一味跟风模仿，片面追求产值、产量，而忽略产品的研发创新，导致企业核心竞争力较低。面对竞争日益激烈的市场，部分复合调味品企业由于产品缺乏特色和优势，只能通过低价的形式和同类企业抢占市场份额，造成企业间反复博弈，形成恶性价格竞争，导致本来收效甚微的复合调味品产品利润更加微薄。长期来看，复合调味品产品同质化严重，市场供求矛盾加剧，导致企业间恶性竞争不断升级，行业未来发展受限。

3.2.2 行业集中度低

不同的地理环境、自然条件以及地方风俗使得中国各地区饮食风味存在差异性，导致复合调味品行业的发展以地方区域性品牌为主，行业集中度低，不利于行业的快速发展。中国调味品行业百强企业中拥有复合调味品生产能力的企业为 29 家，在这 29 家企业中产量大的企业相对少，50%左右企业的年产量均在 1 至 5 万吨之间，产量较小。此外，中国复合调味品行业主营业务属于复合调味品范畴的上市企业有颐海国际、天味食品、安记食品、佳隆股份等，颐海国际、天味食品、安记食品、佳隆股份 2018 年主营业务收入分别为 26.8 亿元、14.1 亿元、3.4 亿元和 3.2 亿元，相对于整个复合调味品行业 1,132.5 亿元的市场规模而言，市场占有率均不足 0.1%。可见复合调味品企业的市场集中度较低，龙头企业难以形成规模化优势，不利于整体竞争力的提升。

3.2.3 食品添加剂超标严重

中国复合调味品加工制造业食品添加剂超标和违法使用非食用物质作为食品添加剂等事件频发，引起了消费者对复合调味品食品安全的担忧，阻碍了复合调味品行业的健康发展。

《中华人民共和国食品安全法》明确规定了中国对食品添加剂的生产实行许可制度，而《食品添加剂使用卫生标准》（GB2760-2007）也规定了食品添加剂的品种、使用范围以及使用量等，但部分复合调味品企业片面追求产品的外观效果、食用口感、经济利益等，超量、违规使用食品添加剂，甚至存在以工业添加剂代替食品添加剂用于食品生产的情况，严重危害消费者的健康，也给复合调味品行业带来较大的负面影响。

2019 年 6 月 12 日，江西市场监督管理局发布最新一期食品安全抽检信息，结果显示章贡区味鲜酱菜经营部销售的、标称南昌味齐全食品有限公司生产的手剁大蒜辣椒中，甜蜜素（以环己基氨基磺酸计）检出值为 2.12g/kg，标准规定为≤1.0g/kg；高安顺泰百货有限

公司销售的、标称高安市泓裕食品厂生产的豆腐乳中，山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）检出值为 0.14g/kg，国家规定不得使用；峡江县隆得堡购物广场销售的、标称江西丰城市罗山高峰食品厂生产的豆豉（发酵型豆制品），铝的残留量检出值为 155mg/kg，标准规定为≤100mg/kg。

2019 年 6 月 25 日，吉林省榆树市盛源大润发综合超市销售的标称榆树市春雨调味品有限公司生产的饺子油（酱油）（800ml/瓶、吉雨商标）的苯甲酸及其钠盐（以苯甲酸计）检出值为 1.21g/kg，标准规定为≤1.0g/kg。

复合调味品食品添加剂超标事件的频发，不仅对消费者的健康造成了严重的威胁，而且使消费者对复合调味品产生信任危机，导致购买意愿下降，不利于复合调味品行业的健康发展。

4 中国复合调味品行业政策及监管分析

4.1 行业支持政策

中国政府相继出台了《盐业体制改革方案》、《关于完善支持政策促进农民持续增收的若干意见》和《关于促进食品工业健康发展的指导意见》等一系列政策，对复合调味品企业提升产品品质，进一步巩固行业地位，以及推动“标准化、规模化、品牌化”建设提供了保障（见

2016 年 4 月，国务院发布了《盐业体制改革方案》，废除了食盐计划管理和政府定价机制，取消食盐产销区域限制，鼓励企业自主经营、产销一体，通过兼并重组等方式不断做优做强，为食盐行业健康发展提供动力。食盐作为各种复合调味品的主要原料之一，是帮助产品产生不同口感复合调味品的重要原料。随着食盐市场产品的不断细分和深入，将

会给复合调味品带来口味的升级。

2016 年 12 月，国务院办公厅发布《关于完善支持政策促进农民持续增收的若干意见》，指出推进农业标准化生产、品牌化营销，支持新型农业经营主体发展“三品一标”农产品，积极培育知名农业品牌，形成优质优价的正向激励机制。香辛料、粮油等农产品是复合调味品主要的原材料，因此农业的标准化生产、品牌化营销，为复合调味品企业推动“标准化、规模化、品牌化”建设提供了保障。

2017 年 1 月，国家发展和改革委员会和工业和信息化部联合印发《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，指出坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，围绕提升食品质量和安全水平，以满足居民日益增长和不断升级的安全、多样、健康、营养、方便食品消费需求为目标，以供给侧结构性改革为主线，以创新驱动力为引领，着力提高供给质量和效率，推动食品工业转型升级、膳食消费结构改善。复合调味料隶属食品行业，在政策的推动下，复合调味品企业质量和安全水平不断提高，生产更符合消费者需求产品，从而推动行业发展。

2019 年 1 月，财政部和国家税务总局联合发布《关于继续实行农产品批发市场农贸市场房产税城镇土地使用税优惠政策的通知》，明确进一步支持农产品流通体系建设，继续对包含调味品在内的农产品批发市场、农贸市场给予房产税和城镇土地使用税优惠。

图 4-1）。

2016 年 4 月，国务院发布了《盐业体制改革方案》，废除了食盐计划管理和政府定价机制，取消食盐产销区域限制，鼓励企业自主经营、产销一体，通过兼并重组等方式不断做优做强，为食盐行业健康发展提供动力。食盐作为各种复合调味品的主要原料之一，是帮助产品产生不同口感复合调味品的重要原料。随着食盐市场产品的不断细分和深入，将会给复合调味品带来口味的升级。

2016 年 12 月，国务院办公厅发布《关于完善支持政策促进农民持续增收的若干意见》，指出推进农业标准化生产、品牌化营销，支持新型农业经营主体发展“三品一标”农产品，积极培育知名农业品牌，形成优质优价的正向激励机制。香辛料、粮油等农产品是复合调味品主要的原材料，因此农业的标准化生产、品牌化营销，为复合调味品企业推动“标准化、规模化、品牌化”建设提供了保障。

2017 年 1 月，国家发展和改革委员会和工业和信息化部联合印发《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，指出坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，围绕提升食品质量和安全水平，以满足居民日益增长和不断升级的安全、多样、健康、营养、方便食品消费需求为目标，以供给侧结构性改革为主线，以创新驱动力为引领，着力提高供给质量和效率，推动食品工业转型升级、膳食消费结构改善。复合调味料隶属食品行业，在政策的推动下，复合调味品企业质量和安全水平不断提高，生产更符合消费者需求产品，从而推动行业发展。

2019 年 1 月，财政部和国家税务总局联合发布《关于继续实行农产品批发市场农贸市场房产税城镇土地使用税优惠政策的通知》，明确进一步支持农产品流通体系建设，继续对包含调味品在内的农产品批发市场、农贸市场给予房产税和城镇土地使用税优惠。

图 4-1 中国复合调味品行业支持政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于继续实行农产品批发市场农贸市场房产税城镇土地使用税优惠政策的通知》	2019-01	国家税务总局、财政部	明确进一步支持农产品流通体系建设，继续对包含调味品在内的农产品批发市场、农贸市场给予房产税和城镇土地使用税优惠
《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	2017-01	国家发展和改革委员会、工业和信息化部	指出坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，围绕提升食品质量和安全水平，以满足居民日益增长和不断升级的安全、多样、健康、营养、方便食品消费需求为目标，以供给侧结构性改革为主线，以创新驱动力为引领，着力提高供给质量和效率，推动食品工业转型升级、膳食消费结构改善。复合调味料隶属食品行业，在政策的推动下，复合调味品企业质量和安全水平不断提高，生产更符合消费者需求产品，从而推动行业发展
《关于完善支持政策促进农民持续增收的若干意见》	2016-12	国务院	指出推进农业标准化生产、品牌化营销，支持新型农业经营主体发展“三品一标”农产品，积极培育知名农业品牌，形成优质优价的正向激励机制。香辛料、大蒜、洋葱等农产品是复合调味品主要的原材料，农业的标准化生产、品牌化营销，为复合调味品企业推动“标准化、规模化、品牌化”建设提供了保障
《盐业体制改革方案》	2016-04	国务院	废除了食盐计划管理和政府定价机制，取消食盐产销区域限制，鼓励企业自主经营、产销一体，通过兼并重组等方式不断做优做强，为食盐行业健康发展提供动力。食盐作为各种复合调味品的主要原料之一，是帮助产品产生不同口感复合调味品的重要原料。随着食盐市场产品的不断细分和深入，将会给复合调味品带来口味的升级

来源：头豹研究院编辑整理

4.2 行业监管政策

为保障复合调味品行业的规范化发展，中国政府相继出台了《中华人民共和国食品安全法》、《食品添加剂生产监督管理规定》、《食品安全抽样检验管理办法》、《食品生产经营日常监督检查管理办法》、《食品生产许可审查通则》和《食品安全国家标准 复合调味料》等多项政策，从食品安全、食品添加剂、生产工艺等多个方面对复合调味品行业的制度进行了规范（见**图 4-2**）。

2010 年 4 月，国家质量监督检验检疫总局发布了《食品添加剂生产监督管理规定》，规定所有食品添加剂成分必须在外包装进行标注，对从事食品添加剂的生产、质量管理、相关责任等方面做出详细规定。

2014 年 12 月，国家食品药品监督管理总局发布了《食品安全抽样检验管理办法》，规定了食品安全抽样检验的原则、计划、抽样、检验、处理、法律责任等方面的内容，加强食品安全监督管理。

2016 年 3 月，国家食品药品监督管理总局发布了《食品生产经营日常监督检查管理办法》，规定日常监督检查法律责任，规定监管部门对食品生产、销售环节进行日常监管，监督食品生产经营者是否撕毁、涂改日常监督检查结果记录表。

2016 年 8 月，国家食品药品监督管理总局发布了《食品生产许可审查通则》，适用于食品药品监管部门对申请人的食品、食品添加剂生产许可证申请以及许可的变更、延续等审查工作。《通则》指导食品生产企业完善生产条件，严格控制生产过程，加强原料把关和出厂检验，保证食品安全。

2018 年 6 月，中华人民共和国国家卫生健康委员会，联合国家市场监督管理总局，发布了《食品安全国家标准复合调味料》（GB 31644-2018），规定了复合调味料的术语和定义，并对原料、感官、污染物限量、微生物限量、食品添加剂等提出了技术要求。

2018 年 12 月，全国人大代表会发布了《中华人民共和国食品安全法》，提出中国实施食品生产和贸易许可制度，从事食品生产、食品销售或餐饮服务的人员应当按照“食品安全法”取得许可证。

图 4-2 中国复合调味品行业监管政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《中华人民共和国食品安全法》（2018年修正）	2018-12	全国人民代表大会	提出中国实施食品生产和贸易许可制度，从事食品生产、食品销售或餐饮服务的人员应当按照“食品安全法”取得许可证
《食品安全国家标准 复合调味料》（GB 31644-2018）	2018-06	卫健委 市场监管总局	规定了复合调味料的术语和定义，并对原料、感官、污染物限量、微生物限量、食品添加剂等提出了技术要求
《食品生产许可审查通则》	2016-08	食药品监管局	适用于食品药品监管部门对申请人的食品、食品添加剂生产许可证申请以及许可的变更、延续等审查工作。《通则》指导食品生产企业完善生产条件，严格控制生产过程，加强原料把关和出厂检验，保证食品安全
《食品生产经营日常监督检查管理办法》	2016-03	食药品监管局	规定日常监督检查法律责任，规定监管部门对食品生产、销售环节进行日常监管，监督食品生产经营者是否撕毁、涂改日常监督检查结果记录表
《食品安全抽样检验管理办法》	2014-12	食药品监管局	规定了食品安全抽样检验的原则、计划、抽样、检验、处理、法律责任等方面的内容，加强食品安全监督管理
《食品添加剂生产监督管理规定》	2010-04	质检总局	规定所有食品添加剂成分必须在外包装进行标注，对从事食品添加剂的生产、质量管理、相关责任等方面做出详细规定

5 中国复合调味品行业市场趋势分析

5.1 产品定制化趋势

定制化复合调味品不仅能保证菜品口味的一致性，还能提高菜品烹饪的速度，满足消费者对烹饪便捷性需求，因此复合调味品的定制化将成为行业发展的主要趋势。

家庭消费方面，厨师技艺用科学手段定量出来，并生产出对应的复合调味品。随着居民生活节奏的加快，消费群体迭代的年轻化，用于做某一类菜或某一类食品，且具有特定功能、风味化成分较多的复合调味料更受欢迎。这类复合调味料，有效简化了烹饪的过程，满足了消费者在家就可做出专业厨师水平的美食的要求。以往制作一道酸菜鱼，工序十分复杂，需要料酒、酱油、醋、料酒及酸菜、辣椒、葱、姜、蒜等诸多食材，而且对烹饪者厨艺要一定的要求。现在只需要购买一包酸菜鱼复合调味料就能轻松、快捷烹饪出美味的酸菜鱼。

餐饮行业方面，现阶段，标准化、便捷化、个性化是餐饮行业主要的发展趋势。尤其对于连锁餐饮而言，菜品标准化高，复合调味品标准化要求也较高，且需求量大，需要复合调味品企业为其提供定制化的调料产品。早期餐饮企业的复合调味品基本都是自制，使用辣椒、葱、姜、酱油等多种调味品进行调配，效率低且口味差异性大。为了降低餐饮企业的人工成本，保证菜品的高品质、口味稳定、独特性以及难以复制性，形成差异化竞争，海底捞、呷哺呷哺、谭鱼头、眉州东坡、庆丰包子铺、和合谷等知名餐饮企业，已经开始和复合调味品厂商合作生产定制、专供的调味品。在中国餐饮行业连锁化趋势的推动下，复合调味品的标准化和定制化也将成为行业发展的主流趋势。

5.2 产品健康化趋势明显

消费者对食品安全和质量的重视程度与日俱增，复合调味品消费逐渐向健康、营养、天然方向发展。

追求营养健康正成为当今食品工业的发展方向，对于复合调味品也同样如此。复合调味品不仅强调口感和风味设计，更要考虑到其健康性。为顺应消费者健康消费的趋势，主打“减盐”“有机”“健康”概念的复合调味品纷纷上市，且备受消费者青睐，例如欣和推出的六月鲜特级淡盐酱油，减盐 44%，淡盐不淡味，特级品质，不添加防腐剂；强旺味霸推出的多功能肽鲜调味料，产品基于“植物蛋白源提取小分子呈味肽”的核心技术，具有咸鲜口感及营养强化等特点，可提高食品的鲜味、咸味、香味和醇厚味等风味品质，在实现科学减盐的同时，满足人体对口味和营养元素的需求；太太乐的原味鲜鸡鲜调味料，采用国际专利科技的提鲜技术（和味技术），并结合传统中式调味发酵的风味增效技术，配伍仅鸡肉、蘑菇、食用盐、淀粉、玉米、白砂糖、小葱、大蒜、白胡椒 9 种食材，生产出美味、营养、健康的复合调味品。可见，健康化复合调味品是复合调味品企业未来产品升级的重要方向，也是复合调味品企业面对激烈市场竞争的必然选择。

5.3 产品细分化、高端化趋势明显

拥有十余年调味品领域从业经验的专家指出，复合调味品的高端化是消费升级背景下企业和消费者的共同选择，并逐渐成为行业未来的发展趋势。

得益于中国人均收入水平的提高，消费者在购买复合调味品时逐渐从价格导向型转变为口味以及质量导向型，同时在烹饪方式上使用不同调味品的细分意识也在增强。因此，市面上复合调味品的细分程度不断增加，产品也不断往高端化方向发展。如酱油行业中，酱油生产企业为满足消费者细分化需求，推出了不同用途的细分化产品，鲜味酱油用于点蘸、凉拌，

老抽用于烧菜，蒸鱼豉油用于蒸鱼等，此外还针对消费者健康化消费需求，推出了零添加酱油、有机酱油等高端产品。鸡精生产企业为迎合消费者对高端产品的追求也不断研发出土鸡鸡精、三重锁鲜等高端化产品。

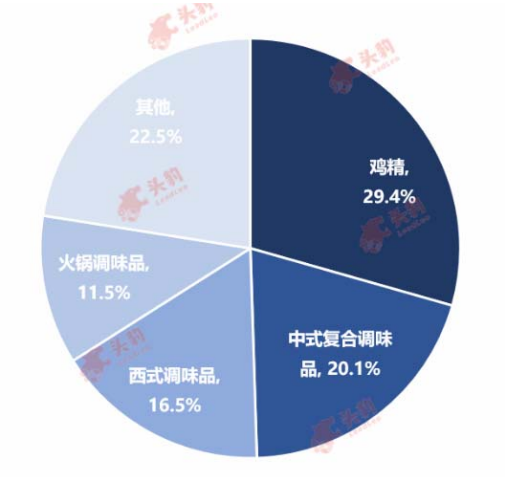
6 中国复合调味品行业竞争格局分析

6.1 竞争格局分析

从消费占比分析，中国复合调味品消费占比小，未来市场发展空间大。现阶段，中国仍以酱油、醋等单一调味品为主，复合调味品销售额占比不足 30%，而在日本、韩国、美国等发达国家，复合调味品由于种类多、用量大、附加值高，其消费占比均在 60%以上。

从产品消费构成分析，鸡精是复合调味品行业的第一大品类，占比为 29.4%，其次是中式复合调味品的占比为 20.1%，西式调味品和火锅调味品占比分别为 16.5%和 11.5%。

图 6-1 中国复合调味品行业产品消费结构，2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

从市场参与主体分析，中国调味品上市企业众多，但主营业务属于复合调味品范畴的上市企业仅有颐海国际、佳隆股份、安记食品、天味食品 4 家企业。2018 年，4 家企业在营收方面均保持了两位数增长，净利润方面除了安记食品出现下滑，其余 3 家同样保持了双位

数增长，行业增长红利显著。

图 6-2 主要复合调味品企业营业收入和净利润情况，2018 年

企业名称	营收（亿元）	营收同比增幅	净利润（亿元）	净利润同比增幅
颐海国际	26.8	62.9%	5.18	98.6%
天味食品	14.1	32.6%	2.7	45.1%
安记食品	3.4	33.6%	0.39	-4.3%
佳隆股份	3.2	11.1%	0.4	64.4%

来源：各企业 2018 年年报，头豹研究院编辑整理

由于复合调味品行业品类众多，行业整体竞争格局呈现较为分散。从细分市场来看，鸡精鸡粉行业集中度相对较高，太太乐、家乐、美极、豪吉等外资控制的品牌占据主导地位，其中 2018 年太太乐销售额已经突破 50 亿元；火锅调味料市场中，行业领先的企业为红九九、颐海国际、红太阳等；中式复合调味品行业整体也较为分散，行业领先企业有颐海国际、天味食品、北京圣伦等。

6.2 复合调味品企业分析

6.2.1 太太乐

6.2.1.1 公司简介

上海太太乐食品有限公司（简称：太太乐）成立于 1998 年，是中国调味品行业三强企业之一，中国鸡精、鸡粉行业标准制定单位。太太乐产品覆盖固态复合风味调味品、液态增鲜调味品等 9 个大类，近 300 个品项。太太乐凭借国际化的管理体制、全球化的质量监管

体系、强大的研发实力和卓越的员工团队，销售网络覆盖全国各地，深受一亿家庭、四亿多消费者的好评，并出口至美国、加拿大、日本、中东等国家和地区。

6.2.1.2 企业优势

(4) 品牌优势

经过二十年的品牌建设，太太乐在行业树立了稳固的品牌优势。2015 年 7 月，太太乐品牌荣获 2014 年中国调味品产业消费者放心品牌，太太乐牌鸡精荣获中国调味品展十年畅销单品；2016 年 3 月，太太乐获得中国调味品行业二十年领军企业的称号；2017 年 1 月，太太乐鲜味宝调味料荣获 2016 消费金品，太太乐鸡汁荣获 2016 畅销金品，太太乐天天旺鸡精荣获 2016 餐饮（酒店）金品，太太乐鸡精荣获 2000-2016 十七年畅销金品大奖，太太乐获得中国质量诚信企业的称号；2018 年 1 月，太太乐获得 2017 年度嘉定区先进制造业综合实力奖金奖。太太乐的品牌和产品已在消费者心中树立了广泛的知名度和美誉度。

(5) 质量管理优势

太太乐综合了国际先进质量管理体系的经验，在整个物流链中建立了一套完善品管体系，包括供应商品质保证、仓库储存运输管理、生产工艺控制、HACCP（危害关键控制点）的分析、GMP（良好操作规范）的贯彻、产品检验把关、消费者信息反馈等，以优异指标保证了产品的高质量。

(6) 配方优势

风味是食品的基础特征，最易为消费者所感知和认识，也是食品企业之间竞争的重要环节。中国居民历来对于饮食风味尤为重视，而口感的优劣主要来源于配方的差异，基于人的生理特性，消费者一旦对特定口味形成味觉偏好，将对该产品产生持久的消费习惯，具备较高的客户忠诚度。为适应和引导消费者饮食习惯，太太乐一直注重产品的开发研制。近十年

来陆续开发出蘑菇精、牛肉精、文蛤精、高汤精等特色鲜味料，多种口味的复合调味酱，“和风”天然纯芝麻油和原味鲜鸡鲜调味料等新配方和新产品。太太乐开发的新产品均经过过严谨的试验、充分的市场调研，获得了消费者的喜爱和市场的认可。

6.2.2 美鑫食品

6.2.2.1 公司简介

江苏美鑫食品科技有限公司 (简称: 美鑫食品) 成立于 2013 年, 是一家从事火锅底料、酱料及其他复合调味料的研发、生产、销售、服务的一体化企业。美鑫食品旗下拥有火锅底料系列、火锅酱料系列、鱼火锅系列、烤鱼料系列、龙虾料系列、麻辣烫系列、小苗调料系列和彩包底料系列等八大系列、一百余种产品。2017 年 12 月，美鑫食品获得绝味天使轮投资，投资金额未披露。2018 年，美鑫食品在徐州国家经济开发区建立总建筑面积约 47,000 余平方米的生产基地，可容纳年产能约 50,000 吨的生产设施，一期工程已开工建设，预计于 2019 年上半年竣工并试生产。

6.2.2.2 企业优势

- **产品优势**

美鑫食品产品种类丰富，可满足不同商户、消费者的多样化需求。面向 KA 渠道的商超路线，服务于零售及家庭用户，美鑫食品主要有川锅一号火锅底料及有口皆鱼 2 大品牌；为满足消费者的不同需求，美鑫食品特别推出火锅底料礼盒装，在原产品包装的基础上，将多款产品精心组合，打造 4 包礼盒装和鸳鸯礼盒装。2B 业务为主营业务端，服务于餐饮行业，致力于解决餐饮企业私人定制和标准化问题；美鑫食品主营产品有各式川味火锅底料，各式鱼类底料，各式龙虾料，各式火锅酱料 (50 余种)、重庆小面及麻辣烫等各式小吃系列产品。

➢ **研发优势**

美鑫食品拥有专业的研发团队，美鑫味觉实验室，其以市场为导向，专门收集及分析市场信息及数据、调制及升级产品配方，并优化生产工艺及设备，专注味觉更优比例，以迎合消费者不断演变的口味需求。美鑫食品根据企业需求，为餐饮品牌量身定制火锅底料，根据不同的市场，不同的区域，不同的口味，特别研发畅销产品。目前，美鑫食品已研制出 30 余种独家底料酱料。

➢ **销售渠道优势**

美鑫食品建立了广泛的全国性营销及售后网络，五个销售大区，五十余家办事处，覆盖了中国 31 个省级地区、所有的一线城市、28 个二线城市，可送达中国超过 10,000 家大型终端客户 。此外，美鑫不断巩固其在海外市场的份额，产品销往北美、欧洲及亚洲十余个国家和海外地区。

图 6-3 美鑫食品营销网络



来源：美鑫食品官网，头豹研究院编辑整理

6.2.3 安徽强旺

6.2.3.1 企业简介

安徽强旺食品调味有限公司（简称：安徽强旺）成立于 2006 年，是一家集调味食品加工、生物工程、食品科技研发、国际贸易为一体的出口型集团公司。安徽强旺位于安徽界首高新技术产业开发区，总占地 410 亩，总资产 15.6 亿。安徽强旺的主要产品是自主研发对人体健康具有调理作用的功能性复合调味产品、多品种盐产品等，产品销往非洲、欧洲、东南亚等 20 多个国家和地区。

6.2.3.2 企业优势

- **品牌优势**

品牌影响力在市场竞争中一直占有重要的地位。安徽强旺先后承担建设了国家重点产业振兴和技术改造项目、国家创新工程试点省项目、国家发改委专项建设基金项目、国家重点研发计划项目等十余个省级、国家级重点项目。同时，安徽强旺是国家高新技术企业、国家第一批“三同”（同线、同标、同质）企业、国家知识产权优势企业、中国质量诚信企业、安徽省创新型企业、安徽省农业产业化龙头企业、海关 A 类企业、安徽省百强企业、安徽省出口示范基地、AAA 级信用企业等。此外，安徽强旺还获得了中国轻工企业管理现代化创新成果一等奖、中国轻工业联合会科技进步一等奖、国家知识产权示范企业、安徽省科技进步三等奖、阜阳市科技进步突出贡献奖、第七届“中国技术市场金桥奖”、第九届中国产学研合作创新奖、第十八届中国农产品加工业“金质产品”、第四届安徽省优秀专利奖等 30 余项等省部级以上奖励及荣誉。

经过十余年的发展与品牌塑造，安徽强旺已拥有健康的品牌资产和品牌号召力，忠诚消

费群体遍及全球，发展空间广阔。

（7） 研发优势

安徽强旺拥有卓越的研发团队、国家级实验室、自主知识产权，研发能力处于行业领先地位：①安徽强旺与江南大学、合肥工业大学、北京工商大学、中国农科院农产品加工研究所等 9 家高校、院所及行业协会建立了产学研战略合作关系，组建了天然级复合调味料、功能性多品种盐、个性化功能性食品等 6 个产业技术创新团队。安徽强旺拥有站内外 56 名博士为公司科研课题提供技术支撑；②安徽强旺还拥有国家级、省级两个博士后科研工作站、功能性复合调味品安徽省重点实验室、安徽省功能性复合调味品工程技术研究中心、安徽省企业技术中心、安徽省功能性调味食品生物技术工程研究中心、国家健康产业研究院营养与健康功能食品研究所、功能性调味食品联合研发中心 6 个科研机构；③安徽强旺持有 27 个国家产品准入许可，拥有专利 216 项。

- **生产优势**

安徽强旺坚持工业化与信息化深度融合，以智能制造为方向，以重大项目为载体，打造营养与健康功能食品智慧工厂、功能性复合调味品数字化车间、多品种盐数字化车间三大柔性制造平台。同时，安徽强旺还建成了国内盐行业工装设备最为先进、智能化程度最高、质量控制体系最安全的多品种盐生产线，走在中国多品种盐的前列。产品认证方面，安徽强旺通过了国家出口食品生产企业备案、美国 FDA 注册、英国 BRC 认证、ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证、HACCP 体系认证、国际 HALAL 清真食品等 30 多项国内外认证。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451