



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国沙茶酱市场监 测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国沙茶酱市场监测及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/265668.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

沙茶酱是起源于潮汕，盛行福建省、广东省等地的一种混合型调味品。色泽淡褐，呈糊酱状，具有大蒜、洋葱、花生米等特殊的复合香味、虾米和生抽的复合鲜咸味，以及轻微的甜、辣味。沙茶（印尼语：Satay）在闽南，潮汕，台湾也被称为沙嗲。原是印度尼西亚的一种风味食品。其原义是烤肉串，多用羊肉、鸡肉或猪肉，所用的调料，味道辛辣，传入潮汕地区后，只取其辛辣的特点调成一种调味品，称为沙茶酱。

目前调味行业处于历史最好发展阶段，渠道力和创新能力强、品牌知名度高，未来调味品企业将会成为市场的主导。未来3-5年行业收入增速有望保持15%。目前国内调味品行业渠道中餐饮、家庭和工业渠道各占40%、30%和30%。餐饮渠道中调味品的增长主要来自于餐饮业本身增长、调味品消费额在餐饮业营业额占比的提升。家庭消费渠道的增长主要来源于消费升级驱动下的量价齐升；工业渠道的增长则受益于下游相关食品企业的稳定需求。

我国每年有将近20000亿的餐饮业的产值，调味品在其中所占比例亦不少。调味品行业经济效益好，餐饮业的蓬勃发展带动了调味品需求市场的不断扩张，我国调味品行业进入快速发展阶段。名、特、优、新产品的不断涌现，加速了产品的更新换代。调味品行业具有发展速度快、产量大、品种多、销售面广、经济效益好等特点。近年来，中国调味品企业依靠科学技术，通过科研，采用新工艺、新设备，创造新产品，并以严格的质量管理，保证了产品质量，在增加品种的同时也使产品达到规模化生产。在全国各地调味品厂的努力下，先后创造了一大批优质产品和新品种。

我国调味品年产量已经超过1700万吨，以酱油、食醋和复合调味品的产量最大，约占整个调味品市场的85%。这其中，尤以酱油产量最大，约占整个调味品市场的50%，沙茶酱占比较小，不足1%。主要产品的产量为：酱油800万吨，食醋300万吨，酱类120万吨，酱腌菜300万吨，复合调味料达到150万吨以上，其中沙茶酱产量仅仅3.3万吨。调味品种类多样，不同产品都有其适用对象和使用方法，是一个多消费层次的市场。随着饮食趋势趋于健康，调味品的市场地位愈发重要。

沙茶酱作为一款风味独特的调味品，其市场相对广泛，首先是在人口众多的城市市场较大，例如北京、上海、广州、深圳。另外也是由于其独特的风味与其他地区的饮食习惯上的差异，导致了其需求人群的分布较为狭隘，仅仅在广东、福建、台湾等沿海省市接受度更高。沙茶酱行业产业链上游属于利润较低的种植业，只有下游才拥有一定的投资价值。首先是餐饮业，可以开发沙茶酱菜品的特色餐厅，以地方特色美食为主打，开连锁餐厅，福建沙县小吃遍布全国就是一个成功的先例。其次是食品加工，开发出沙茶酱风味的食品，沙茶酱原料中的一大亮点就是鱼类，因此可以开发沙茶酱风味的鱼肉罐头等。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 沙茶酱产业发展现状

第一章 沙茶酱行业发展综述

第一节 沙茶酱行业特征分析

一、行业经济特性

二、行业主要分类

第二节 沙茶酱行业发展成熟度分析

一、沙茶酱行业在国民经济中的地位

二、沙茶酱行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、沙茶酱行业生命周期

三、竞争激烈程度指标

四、附加值的提升空间

第三节 沙茶酱行业技术发展分析

一、沙茶酱生产生产工艺

1、材料与设备

2、配料与工艺

3、生产工艺影响因素

二、沙茶酱简易制作技术

第二章 我国沙茶酱行业运行分析

第一节 我国沙茶酱行业发展状况分析

一、我国沙茶酱行业发展历程

二、我国沙茶酱行业发展特点分析

三、我国沙茶酱行业商业模式分析

1、基本格局："三个世界"，各显神通

2、模式格局：O2O，一切渠道皆媒体

3、技术格局：一云多屏，云中生活

4、社会格局：城乡扁平化，产业集群新景观

5、媒体格局：认同才有价值

第二节 2014-2015年沙茶酱行业发展现状

一、2014-2015年我国沙茶酱行业市场规模

二、2014-2015年我国沙茶酱行业发展分析

1、企业数量结构分析

2、人员规模状况分析

3、行业资产规模分析

三、2014-2015年中国沙茶酱企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、2014-2015年重点省市市场分析

三、2014-2015年重点城市市场分析

第三章 我国沙茶酱行业供求分析

第一节 国内市场需求分析

一、需求规模

二、需求结构

三、区域市场

第二节 国内市场供给分析

一、供给规模

二、供给结构

三、区域分布

第四章 我国沙茶酱行业产业链分析

第一节 沙茶酱行业产业链分析

一、产业链模型介绍

1、产业链模型

2、产业链的形成机制

3、产业链的特点

4、产业链的利益分配机制

5、产业链的竞争谈判机制

二、产业链分析

第二节 沙茶酱上游行业分析

一、沙茶酱成本构成

二、2014-2015年上游行业发展现状

1、农业

2、渔业

三、2015-2020年上游行业发展趋势

第三节 沙茶酱下游行业分析

一、餐饮行业

二、家庭消费升级

三、食品制造业需求持续增长

四、下游需求结构分析

第四节 关联产业发展分析

一、油（植物油）

1、2010-2014年产量

2、2010-2014年销量

3、发展特点与发展趋势

二、花椒

1、2010-2014年产量

2、2010-2014年销量

3、发展特点与发展趋势

三、辣椒

1、2010-2014年产量

2、2010-2014年销量

3、发展特点与发展趋势

第二部分 沙茶酱行业竞争格局

第五章 我国沙茶酱行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、沙茶酱行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、沙茶酱行业企业间竞争格局分析

三、沙茶酱行业集中度分析

四、沙茶酱行业SWOT分析

1、调味品行业优势分析

2、调味品行业劣势分析

3、调味品行业机会分析

4、调味品行业威胁分析

第二节 中国沙茶酱行业竞争格局综述

一、沙茶酱行业竞争概况

1、中国沙茶酱行业竞争格局

2、沙茶酱行业未来竞争格局和特点

3、沙茶酱市场进入及竞争对手分析

二、中国沙茶酱行业竞争力分析

1、我国沙茶酱行业竞争力剖析

2、我国沙茶酱企业市场竞争的优势

3、国内沙茶酱企业竞争能力提升途径

三、沙茶酱市场竞争策略分析

第六章 沙茶酱行业领先企业经营形势分析

第一节 李锦记食品有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展动态

第二节 广州市广味源食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第三节 全雅食品贸易(上海)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第四节 厦门市陈有香调味品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第五节 汕头市金园调味食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第三部分 沙茶酱行业投资前景预测

第七章 2015-2020年沙茶酱行业投资前景

第一节 2015-2020年沙茶酱市场发展前景

一、2015-2020年沙茶酱市场发展潜力

二、2015-2020年沙茶酱市场发展前景展望

三、2015-2020年沙茶酱细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年沙茶酱市场发展趋势预测

一、2015-2020年沙茶酱行业发展趋势

1、产品升级

2、市场升级

二、2015-2020年沙茶酱市场规模预测

三、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国沙茶酱行业供需预测

一、2015-2020年中国沙茶酱行业供给预测

二、2015-2020年中国沙茶酱行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第八章 2015-2020年沙茶酱行业投资环境分析

第一节 沙茶酱行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

- 1、监管体制的完善
- 2、监管机构

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 沙茶酱行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

- 1、2014年世界经济形势分析
- 2、2015年世界经济发展趋势
- 3、对我国经济的影响

二、国内宏观经济形势分析

- 1、GDP运行情况
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、固定资产投资情况
- 7、财政收支状况
- 8、中国汇率调整
- 9、对外贸易&进出口

三、2015年宏观经济预测

- 1、国际形势短期向好，但内生动力依然不足
- 2、2015年我国经济增长趋势
- 3、2015年通货紧缩趋势预测

4、2015年的改革趋势预测

第三节 沙茶酱行业社会环境分析

一、沙茶酱产业社会环境

1、人口环境分析

2、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、沙茶酱产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第四部分 沙茶酱行业投资发展策略

第九章 2015-2020年沙茶酱行业投资机会与风险

第一节 沙茶酱行业投融资情况

一、行业渠道分析

二、固定资产投资分析

第二节 2015-2020年沙茶酱行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 2015-2020年沙茶酱行业投资风险及防范

一、政策风险

二、市场风险

三、竞争风险

四、原材料风险

五、技术风险及防范

六、供求风险及防范

七、宏观经济波动风险及防范

八、企业风险及防范

九、其他风险及防范

十、进出口风险分析

十一、管理风险分析

第十章 沙茶酱行业投资战略研究

第一节 沙茶酱行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、竞争战略规划

七、企业信息化战略规划

第二节 对我国沙茶酱品牌的战略思考

一、沙茶酱品牌的重要性

二、沙茶酱实施品牌战略的意义

三、沙茶酱企业品牌的现状分析

四、我国沙茶酱企业的品牌战略

五、沙茶酱品牌战略管理的策略

第三节 沙茶酱企业重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四节 沙茶酱行业销售渠道建设研究

一、现有渠道分析

1、商超渠道分析

2、零售渠道分析

3、餐饮渠道

4、家庭渠道

二、不同企业群体的渠道方式分析

1、大型企业渠道分析

2、中小企业渠道分析

第五节 沙茶酱经营策略分析

一、沙茶酱市场细分策略

二、沙茶酱市场创新策略

三、品牌定位

1、市场定位

2、品牌定位

3、定位方法

4、产品定位的基本原则

5、影响因素

四、沙茶酱产品品类管理

1、品类的概念

2、品类管理的意义

3、制约因素

4、解决思路

5、发展方向

五、沙茶酱新产品差异化战略

第六节 沙茶酱企业电子商务投资策略

一、沙茶酱企业电子商务市场投资要素

1、企业自身发展阶段的认知分析

2、企业开展电子商务目标的确定

3、企业电子商务发展的认知确定

4、企业转型电子商务的困境分析

二、沙茶酱企业转型电商物流投资分析

1、沙茶酱企业电商自建物流分析

2、沙茶酱企业电商外包物流分析

3、沙茶酱电商转型升级策略分析

第十一章 研究结论及投资建议

第一节 沙茶酱行业研究结论

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第二节 沙茶酱行业投资价值评估

第三节 沙茶酱行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录:

图表：行业的生命周期

图表：沙茶酱生产制作工艺流程

图表：2010-2014年中国沙茶酱行业市场规模

图表：2010-2014年中国沙茶酱行业企业规模分析

图表：2010-2014年中国沙茶酱行业从业人员规模分析

图表：2010-2014年中国沙茶酱行业资产规模分析

图表：中国沙茶酱区域市场分布

图表：中国沙茶酱重点省市市场分布

图表：中国沙茶酱重点城市市场分布

图表：2010-2014年中国沙茶酱销量分析

图表：中国沙茶酱不同年龄段需求人群分布

图表：中国沙茶酱不同性别需求人群分布

图表：2010-2014年中国沙茶酱产量分析

图表：中国沙茶酱行业企业经营模式结构

图表：中国沙茶酱重点区域市场份额

图表：产业链的形成机制

图表：沙茶酱产品产业链

图表：2014中国粮食种植、生产情况

图表：2010-2014年中国花生产量

图表：2010-2014年全国餐饮业零售总额

图表：中国沙茶酱行业下游需求结构分析

图表：2010-2014年中国植物油产量

图表：2010-2014年中国植物油销量

图表：2010-2014年中国花椒产量

图表：2010-2014年中国花椒销售量

图表：2010-2014年中国辣椒产量

图表：2010-2014年中国辣椒销量

图表：调味品行业现有企业竞争分析

图表：调味品行业潜在进入者威胁分析

图表：调味品行业替代品威胁分析

图表：调味品行业对上游议价能力分析

图表：调味品行业对下游议价能力分析

图表：调味品行业竞争结构与战略选择分析

图表：2015年中国沙茶酱行业品牌市场

图表：2010-2014年李锦记食品有限公司营业收入

图表：2010-2014年李锦记食品有限公司营业成本

图表：2010-2014年李锦记食品有限公司营业利润

图表：2010-2014年李锦记食品有限公司营业利润率

图表：2010-2014年李锦记食品有限公司成本费用利润率

图表：2010-2014年李锦记食品有限公司流动比率

图表：2015年李锦记食品有限公司流沙茶酱产品

图表：广州市广味源食品有限公司普通沙茶酱产品

图表：广州市广味源食品有限公司广味沙茶酱产品

图表：广州市广味源食品有限公司金厨来沙茶酱产品

图表：广州市广味源食品有限公司营销网络

图表：广州市广味源食品有限公司有限区域销售网络

图表：厦门市陈有香调味品有限公司流沙茶酱产品

图表：汕头市金园调味食品有限公司沙茶酱产品

图表：2015-2020年中国沙茶酱行业市场规模预测

图表：2015-2020年中国沙茶酱行业市场产量预测

图表：2015-2020年中国沙茶酱行业市场销量预测

图表：调味品行业的主要法律、法规及适用标准

图表：2010-2014年美国工业生产同比增速

图表：全球经济与贸易增速

图表：2013年-2014年国内生产总值增长速度

图表：2013-2014年社会零售总额增长率

图表：2013-2014年居民消费价格月增长速度

图表：2014年各月累计及主营业务收入以及利税总额同比增速

图表：2014年各月累计利润率与百元主营业务收入成本分析

图表：2014年按经济类型分主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2014年规模以上工业企业经济效益指标

图表：2014年规模以上工业企业主要财务指标（主要行业）

图表：2013-2014年固定资产投资累计同比增速

图表：2013-2014年房地产开发投资累计同比增速

图表：2010-2014年全国公共财政收入情况分析

图表：2010-2014年城镇新增就业人数

图表：2009-2014年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2009-2014年中国城镇化水平

图表：喜欢辣菜的类型

图表：喜欢辣菜的风味

图表：2009-2014年中国沙茶酱行业总资产利润率分析

图表：2009-2014年中国沙茶酱行业营业利润率分析

图表：2009-2014年中国沙茶酱行业资产负债率分析

图表：2009-2014年中国沙茶酱行业流动比率分析

图表：2009-2014年中国沙茶酱行业总资产周转率分析

图表：2009-2014年中国沙茶酱行业流动资产周转率分析

图表：2009-2014年中国沙茶酱行业总资产增长率分析

图表：2009-2014年中国沙茶酱行业净利润增长率分析

图表：2015-2020年沙茶酱行业市场利润总额预测

图表：2015-2020年沙茶酱行业净资产利润率预测

图表：2015-2020年沙茶酱行业产值利税率预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/265668.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。