

行業概覽

本節及本文件其他章節載有與我們營運所在行業相關的資料。本節及本文件其他章節所載的若干資料及統計數據，摘錄自我們委託獨立市場研究機構弗若斯特沙利文出具的弗若斯特沙利文報告，以及各種官方政府出版物和其他公開可得的出版物。我們或參與[編纂]的任何其他人士，或我們或彼等各自的任何董事、高級管理層、代表、顧問或參與[編纂]的任何其他人士，並未獨立核實來自政府官方來源的資料，亦未對其準確性發表任何聲明。

資料來源及可靠性

我們已委託弗若斯特沙利文(一家市場研究及諮詢公司，為獨立第三方)對全球及中國調味品市場進行分析並報告。弗若斯特沙利文為我們編製的報告在文件中稱為弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文報告由弗若斯特沙利文獨立編製，不受我們的影響。應付予弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告的費用為人民幣300,000元，我們認為這反映了類似服務的市場價格。弗若斯特沙利文成立於1961年，在全球擁有超過45個辦事處，超過3,000名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師和經濟學家。我們的董事在作出合理查詢後確認，就其所深知，自弗若斯特沙利文報告發佈之日起至最後實際可行日期，行業內並無出現可能對本節所載資料構成質疑、抵觸或影響的不利變動。

研究方法

在編製弗若斯特沙利文報告期間，弗若斯特沙利文利用內部分析模型和技術收集、分析、評估和驗證了信息和統計數據。通過與行業參與者和行業專家的討論和訪談進行了初步研究。次級研究包括分析從多個公開數據來源獲得的市場統計數據，如研究國家政府發佈的資料、公司報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文的自有內部數據庫。弗若斯特沙利文採用的方法以從多個層面收集的信息和統計數據為基礎，並可對該等資料及統計數據進行交叉對比，以確保準確性。鑒於上述情況，我們認為該等資料及統計數據是可靠的。

依據及假設

弗若斯特沙利文報告包含一系列基於以下假設作出的市場預測，惟不局限於：(i)中國及全球經濟可能在未來十年保持穩定增長；(ii)中國及全球社會、經濟及政治環境於2026年至2030年期間(「預測期間」)可能維持穩定。

行業概覽

全球及中國調味品行業概述

調味品的定義與分類

調味品廣泛應用於日常飲食、烹飪及食品加工中，用於增強風味、提升香氣以及消除異味。調味品主要分為複合調味品和單一調味品。複合調味品是指由兩種或以上原料製成或組成的調味品，包括中式複合調味品、西式複合調味品、雞精等。單一調味品是指由一種主要原料製成的調味品。典型產品包括醬油、醋、鹽、味精(谷氨酸鈉)、香料、調味酒、蠔油等。

價值鏈分析

該行業的上游主要由調味品原料供應商及包裝材料供應商構成。行業中游包括複合及單一調味品供應商，由於整個行業調味品種類繁多，行業中游較為分散。行業下游為調味品消費，涵蓋企業客戶及個人客戶。針對企業客戶，產品主要分為定製化產品和標準化產品。定製化產品專為特定餐飲連鎖店和食品加工企業開發。複合調味品定製品供應商參與客戶的產品開發，將創意轉化為調味品配方。標準化產品採用固定配方，風味穩定且質量可靠。針對個人消費者，產品通過線上和線下渠道銷售，包括主要電商平台以及超市和其他零售網點。中國調味品行業的上游及下游市場高度分散，使得中游主要調味品供應商成為串聯及協調整條價值鏈的整合者。

調味品行業價值鏈分析



來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

全球主要調味品市場規模

2025年，美國、中國和日本是全球三大調味品市場，其2025年市場規模分別達到人民幣5,527億元、人民幣5,113億元和人民幣1,222億元。在該三大領先市場中，預計中國調味品市場增長最快，2025年至2030年的複合年增長率為6.2%。

全球主要調味品市場的市場規模及增長率，按收入計

地區	市場規模 (人民幣十億元， 2025年)	2025年至2030年 (預測)複合年 增長率
美國	552.7	5.9%
中國	511.3	6.2%
日本	122.2	5.2%

來源：弗若斯特沙利文分析

在複合調味品領域，美國、中國、日本這三大國際主要市場於2025年的市場規模(按收入計算)分別達到人民幣3,023億元，人民幣1,302億元和人民幣659億元。

2025年，複合調味品在美國、中國和日本的整體調味品市場中的佔比分別為54.7%、25.5%和53.9%。2025年，美國和日本的人均複合調味品消費額分別為人民幣882.9元和人民幣534.7元，顯著高於中國的人民幣92.6元。受烹飪文化、家庭消費習慣、連鎖餐廳滲透率及餐飲業標準化程度等因素影響，美國和日本的複合調味品市場已發展成熟。相比之下，中國複合調味品市場仍處於早期發展階段，預計具有巨大的增長潛力。

2025年各國複合調味品人均消費額對比

國家	2025年調味品 市場規模	2025年複合 調味品市場規模	複合調味品 佔比	複合調味品 人均支出	複合調味品 行業前5大企業 的集中度
	(人民幣十億元)	(人民幣十億元)	(%)	(人民幣元/人)	(%)
美國	552.7	302.3	54.7%	882.9	超過30%
中國	511.3	130.2	25.5%	92.6	16.6%
日本	122.2	65.9	53.9%	534.7	超過50%

來源：中國調味品協會、弗若斯特沙利文分析

中國調味品行業概覽

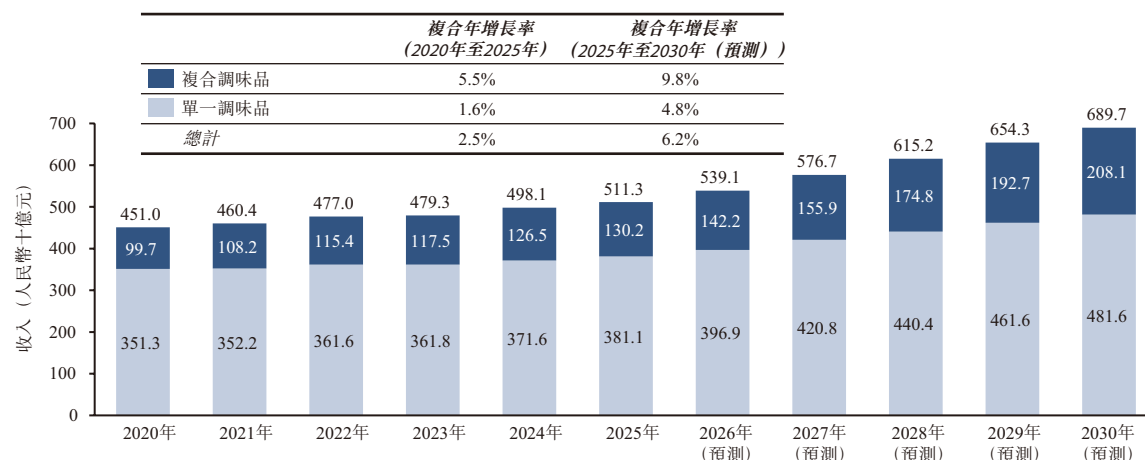
近年來，中國調味品市場保持穩定增長，按國家劃分及按收入計算，是全球第二大調味品市場，且為前三大市場中增長最快的市場。2025年，中國調味品行業市場規模(按收入計算)達到

行業概覽

人民幣5,113億元，預計到2030年將達到人民幣6,897億元，自2025年起複合年增長率為6.2%，這主要得益於人均可支配收入的增加、餐飲及食品加工行業需求增長以及調味品品類和銷售渠道的多樣化。

按產品類型劃分，單一調味品憑藉悠久的發展歷史和在日常烹飪中的廣泛應用，繼續佔據中國調味品市場的主導地位。2025年，中國單一調味品市場達到人民幣3,811億元，基數較大但增速相對緩慢，自2020年起複合年增長率為1.6%。複合調味品儘管2025年僅佔調味品整體市場的25.5%，市場規模為人民幣1,302億元，但同期複合年增長率達5.5%，顯著高於單一調味品。複合調味品市場的快速增長，主要歸因於其相對單一調味品的便利性及風味多樣化優勢，受餐飲行業持續擴張及消費者的多樣化偏好所推動，其在不斷擴張的連鎖餐飲行業及家庭烹飪中更受歡迎。展望未來，複合調味品市場的增長預計將進一步提速，其市場規模預計於2030年達到人民幣2,081億元，佔調味品市場總額的30.2%，2025年起複合年增長率為9.8%。同期，單一調味品市場的市場規模預計達將到人民幣4,816億元，複合年增長率為4.8%。

2020年至2030年(預測)中國調味品行業市場規模(按收入劃分，按產品類別細分)



來源：中國調味品協會、弗若斯特沙利文分析

中國複合調味品行業市場規模(按產品類型劃分)

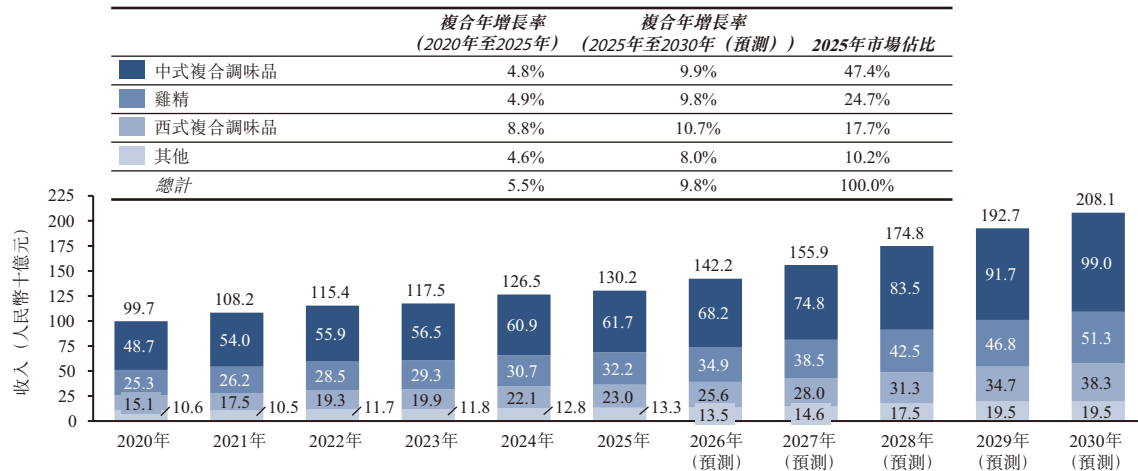
中國複合調味品市場包括中式複合調味品、雞精以及西式複合調味品等。

按產品類型劃分，中式複合調味品是最大的類別，2025年市場規模為人民幣617億元，自2020年起複合年增長率為4.8%，這主要得益於中式複合調味品採用率的提高。2025年，雞精市場規模達到人民幣322億元，自2020年以來複合年增長率為4.9%。西式複合調味品市場規模於2025年達到人民幣230億元。展望未來，受簡化繁複的中式烹飪流程及製作多樣化地方風味的需

行業概覽

求推動，預計2030年中式複合調味品市場規模將達到人民幣990億元，自2025年起複合年增長率為9.9%。預計到2030年，雞精市場規模將達到人民幣513億元，自2025年起複合年增長率為9.8%。西式複合調味品市場預計到2030年將達到人民幣383億元。

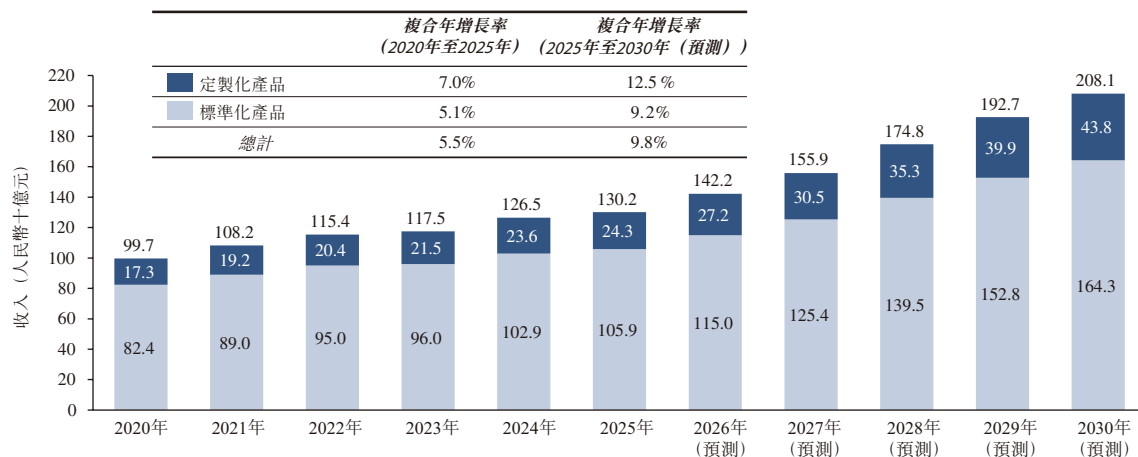
中國複合調味品市場規模(按收入劃分)，按產品類型細分，2020年至2030年(預測)



來源：中國調味品協會、弗若斯特沙利文分析

中國複合調味品市場可按產品形態分為定製化產品和標準化產品。2025年定製化產品的市場規模達到人民幣243億元，自2020年起複合年增長率達到7.0%，這主要得益於餐飲企業產業鏈滲透率持續上升以及定製化解決方案需求不斷增加。2025年，標準化產品佔據市場主導地位，市場規模達人民幣1,059億元，同期複合年增長率為5.1%。展望未來，預計到2030年，定製化產品市場規模將達到人民幣438億元，自2025年起複合年增長率為12.5%。預計標準化產品的市場規模將達到人民幣1,643億元，同期複合年增長率為9.2%。

中國複合調味品行業市場規模(按收入劃分，按產品形態細分，2020年至2030年預測)



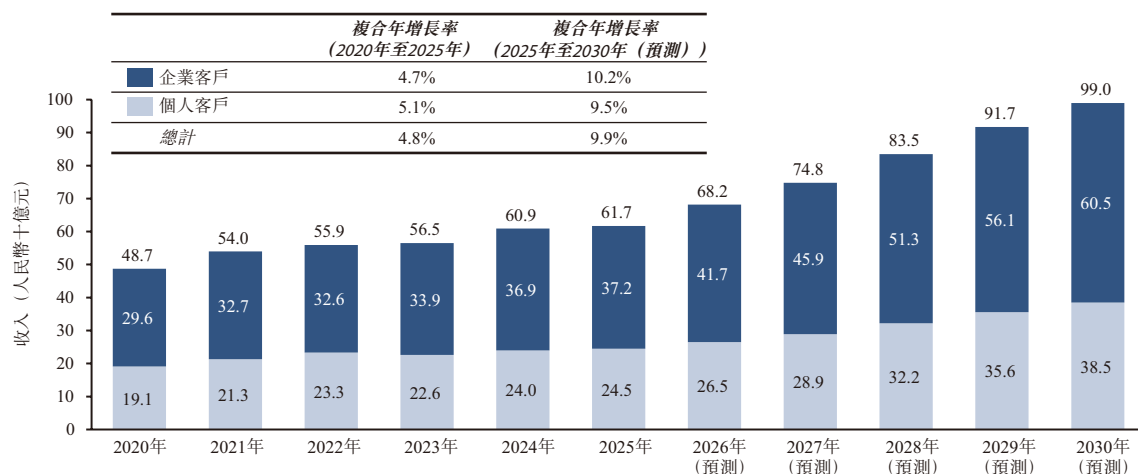
來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

中國中式複合調味品市場中，60.3%的中式複合調味品銷往餐飲企業、食品加工製造商等企業客戶，39.7%銷往個人消費者。2025年，面向企業客戶的中式複合調味品銷售額達人民幣372億元，較2020年實現4.7%的複合年增長率，這得益於餐飲企業和食品加工製造商在中式複合調味品細分市場上的穩定需求。2025年，面向個人消費者的中式複合調味品銷售額達人民幣245億元，同期複合年增長率為5.1%，這主要得益於家庭烹飪中便捷、即用型複合調味方案的日益普及。

展望未來，面向企業客戶的中式複合調味品銷售額預計自2025年起複合年增長率為10.2%，預計到2030年將達到人民幣605億元，而面向個人客戶的銷售額預計自2025年起以9.5%的複合年增長率增長，到2030年將達到人民幣385億元。面向企業客戶的中式複合調味品銷售額增長更快，這主要受連鎖餐廳對品質穩定的複合調味品定製品日益增長的需求所推動。

2020年至2030年(預測)中式複合調味品行業市場規模(按收入劃分，按終端客戶細分)



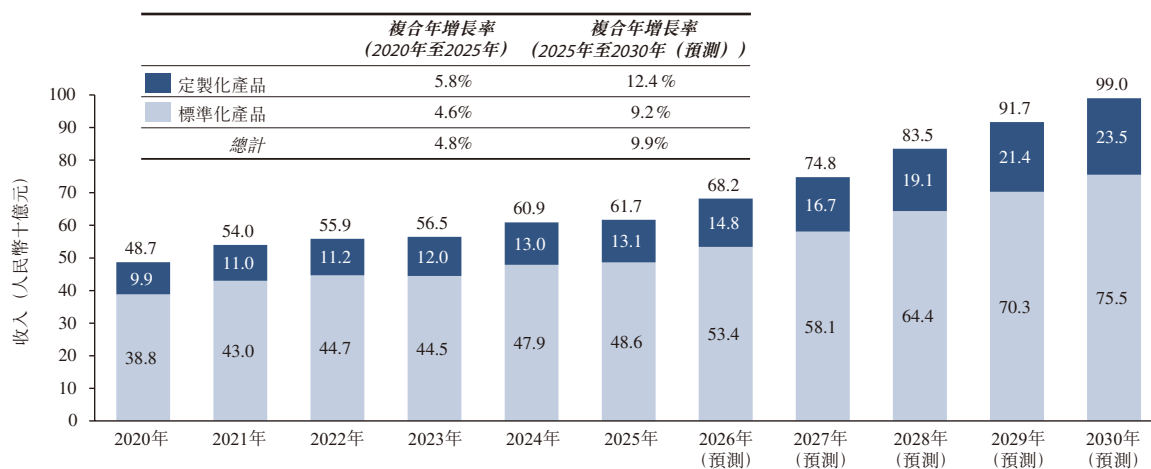
來源：弗若斯特沙利文分析

按產品形態劃分，中式複合調味品市場產品由定製化產品和標準化產品組成。2025年，定製化產品和標準化產品的市場規模分別達到人民幣131億元和人民幣486億元，自2020年以來複合年增長率分別為5.8%和4.6%。儘管標準化產品的市場規模仍大於定製化產品，但在餐飲服務連鎖企業對多樣化風味及穩定品質風味需求日益增長的推動下，定製化中式複合調味品市場的增長速度更快。

行業概覽

展望未來，中式複合調味品市場的定製化產品和標準化產品預計將保持快速增長，到2030年市場規模將分別達到人民幣235億元和人民幣755億元，自2025年起複合年增長率分別為12.4%和9.2%。受餐飲連鎖店對創新及定製複合調味品需求預計增長的推動，定製化產品預計將保持比標準化產品更快的增長速度。

2020年至2030年(預測)中式複合調味品行業市場規模(按收入劃分，按產品形態細分)



來源：弗若斯特沙利文分析

中國複合調味品行業的市場驅動因素

連鎖餐廳滲透率提升推動定製化需求增長：中國餐飲業的發展及連鎖餐廳滲透率的提升，推動了對複合調味品定製品日益增長的需求。2025年中國連鎖餐飲行業市場規模達人民幣5,756億元，自2020年以來複合年增長率為10.8%。同時，中國餐飲行業正從分散走向集中，頭部餐飲品牌門店規模快速擴張，餐飲連鎖化率於2025年達到22.9%，相較於其他成熟市場，如美國56.9%及日本53.2%的連鎖化率仍然相對較低。連鎖餐廳快速的增長和相對較低的滲透率表明，中國複合調味品定製品行業具有巨大的發展潛力。餐飲連鎖化、標準化、集約化成為不可逆的行業發展趨勢。

複合調味品企業對餐飲企業的研發支持：隨著消費者偏好的快速變化，餐飲企業對產品迭代和風味一致性的需求日益增長。味道作為中國餐飲的核心競爭力，往往成為餐飲品牌實現營運標準化難以突破的環節之一。擁有行業專業知識和產品研發能力的大型複合調味品定製品企業，能夠提供配方開發和風味標準化支持，憑藉「一站式解決風味標準化」的能力，複合調味品企業彌補餐飲企業在研發及標準化方面的不足，成為餐飲行業連鎖化、產業化、規模化的重要支撐。

行業概覽

新零售渠道和食品加工業對複合調味品需求的提升：2025年，中國複合調味品市場人民幣92.6元的人均支出仍遠低於美國市場人民幣882.9元和日本市場人民幣534.7元的人均支出，表明中國複合調味品市場存在巨大的增長潛力。隨著可支配收入的增加和城鎮化的持續推進，預計中國消費者將採用更便捷的烹飪解決方案，並追求更多樣化的風味。中國新零售渠道的擴張推動了複合調味品公司及食品加工企業聯合開發的即食產品的分銷。因此，該等產品的供應日趨普及，亦推動複合調味品定製品的需求增長，該等調味品可保障風味一致性並實現便捷備餐。此外，隨著食品加工行業的不斷擴張，食品加工企業更需要可靠、穩定且經濟高效的複合調味方案，以提升產品吸引力、優化生產流程並確保風味的一致性。新零售渠道與食品加工業兩大需求不斷增長，推動中國複合調味品市場擴張，從而縮小與國際成熟市場之間的規模差異。

技術進步：複合調味品定製品企業憑藉自動化生產與數字化系統的進步，能更好地滿足餐飲企業，尤其是連鎖餐飲企業快速擴張的需求。餐飲企業需要更多元化、安全，及品質穩定的複合調味品。複合調味品企業在生產技術層面具備如高效率生產、成本控制及品質一致性的特點，以滿足上述需求，為餐飲客戶提供更穩定供應及更低的採購成本，使擁有先進技術的複合調味品供應商在行業中更具吸引力。

中國複合調味品行業發展趨勢

行業整合加速：受日益嚴格的食品安全法規及連鎖餐廳滲透率提升的驅動，調味品和複合調味品行業的整合正在加速。隨著餐飲服務企業對供應商在質量控制、大規模生產及供應鏈可靠性方面的要求不斷提高，預計這種壓力將促使行業資源向擁有規模經濟、成熟品牌資源、廣泛分銷網絡和成熟研發能力的企業集中。

消費者需求的多元化：無論是在家庭烹飪還是餐飲場景中，消費者對地方風味以及多樣化口味的需求都在上升。這一趨勢預計將推動調味品及複合調味品企業持續推出風味更細分、配方更創新的產品，以滿足不斷變化的消費者偏好。

數字化與自動化生產能力的提升：複合調味品行業對數字化生產管理系統及自動化製造技術的投資預計將加速。隨著應用的深入，數字化水平更高的企業有望在生產效率、成本結構和產品一致性方面保持顯著優勢，從而進一步強化行業整合的趨勢。

行業概覽

複合調味品企業的全球化：中國連鎖餐飲企業的海外擴張步伐不斷加快，催生了國際市場對複合調味品定製品及複合調味品標準品複合調味品定製品及複合調味品標準品日益增長的需求。國內複合調味品企業正同步積極開拓海外市場，通過擴大國際業務版圖以把握這一新興需求。這一趨勢預計將推動中式複合調味品企業在關鍵海外市場建立本地化生產基地、分銷網絡及技術支持團隊。

中國複合調味品行業的挑戰

原材料價格波動：調味品及複合調味品行業高度依賴菜籽油、牛油和辣椒等農業原材料，而這些原材料的價格受全球供需動態、地緣政治緊張局勢及氣候變化影響，波動性極強。此外，能源和勞動力成本的上漲給企業運營帶來了額外的成本壓力。此類成本的不確定性直接壓縮了利潤率，特別是對於缺乏吸收成本上漲能力的小型企業。

行業競爭加劇與同質化風險：隨著中國調味品及複合調味品市場的持續擴張，市場准入者數量激增，競爭日益激烈。許多企業研發投入不足，導致產品同質化嚴重且缺乏差異化定位，難以建立品牌價值。這種態勢正逐步壓縮行業利潤率，並阻礙可持續增長。未來，唯有那些通過研發創新、品牌建設及精準的市場細分策略來打造差異化優勢的企業，才能在這高度競爭的環境中脫穎而出。

競爭格局

2025年，中國複合調味品行業的市場參與者數量超過10,000家。按收入計，前5大企業佔據了該行業16.6%的市場份額。按收入計，本集團在2025年中國複合調味品市場中的份額為0.8%。

2025年，中國複合調味品定製品行業的市場參與者超過1,000家。按收入計算，中國複合調味品定製品市場的前5大企業2025年佔據26.3%的市場份額。2025年，本集團在中國複合調味品定製品企業中按收入排名位列第四，市場份額為4.5%。

2025年中國複合調味品定製品企業收入前五名

排名	公司	身份或背景	市場份額 (%)
1	公司A	公司A是一家主要從事火鍋調味和其他複合調味品的上市公司。公司A在香港聯合交易所上市，總部位於中國上海。	8.2%

行業概覽

排名	公司	身份或背景	市場份額 (%)
2	公司B	公司B是一家主要從事香料及其他複合調味品的上市公司。公司B在紐約證券交易所上市，總部位於美國馬里蘭州。	5.8%
3	公司C	公司C是一家主要從事西式複合調味品、飲料和甜點原料、烘焙產品等生產的上市公司。公司C在上海證券交易所上市，總部位於中國上海。	4.9%
4	本集團	／	4.5%
5	公司D	公司D是一家主要從事為企業客戶提供複合調味品定製品的私營公司。公司D總部位於中國四川。	2.9%

來源：弗若斯特沙利文分析

中國中式複合調味品定製品行業中的參與者主要分為兩類：一類是主要向關聯方銷售的公司，另一類是主要服務於連鎖餐飲及其他食品加工企業等外部客戶的獨立第三方公司。在中國中式第三方複合調味品定製品行業中，2025年排名前五的企業合計佔據25.2%的總市場份額（按收入計算）。本集團在2025年按收入計算的中國中式第三方複合調味品定製品企業中排名第一，市場份額為7.6%。

2025年中國中式第三方複合調味品定製品企業收入前五名

排名	公司	公司介紹	市場份額 (%)
1	本集團	／	7.6%
2	公司D	公司D是一家主要從事為企業客戶提供複合調味品定製品的私營公司。公司D總部位於中國四川。	5.3%
3	公司E	公司E是一家主要從事中式複合調味品定製品生產的私營公司。公司E總部位於中國四川。	4.6%
4	公司F	公司F是一家主要從事湯底、醬料及其他複合調味品定製品生產的私營企業。公司F總部位於中國廣東。	4.6%
5	公司G	公司G是一家主要從事複合調味品和加工原料生產的私營公司。公司G總部位於中國四川。	3.1%

來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

市場准入壁壘

品牌與客戶信任壁壘：在調味品及複合調味品行業，品牌認知度成為客戶選擇調味品的重要依據。領先企業通過長期積累的信任、穩定的品質及值得信賴的品牌形象，構築了堅實的品牌壁壘。即便具備產品優勢，新進入者仍需在營銷、分銷和質量管理方面投入更多資源，以建立長期信任及客戶忠誠度。品牌忠誠度不僅塑造購買行為，還增強了企業在零售渠道中的議價能力。

技術和研發壁壘：消費者對健康、安全及定製化產品需求的日益增長，提高了複合調味品行業的技術門檻，並對企業的研發能力提出了更高要求。領先企業憑藉持續的研發投入、快速的配方開發能力和靈活的定製化解決方案，能夠快速推出符合特定風味與安全標準的新產品。缺乏此類技術能力的新進入者難以及時響應多變的市場需求、符合監管標準及滿足不斷變化的消費者偏好。

食品安全體系壁壘：食品安全是調味品及餐飲行業的核心底線，餐飲客戶對供應商的原料溯源、生產過程管控及產品檢測均有較高要求。同時，隨著監管持續趨嚴，行業逐步淘汰缺乏完善質控體系的小型生產商。頭部餐飲企業在定製研發、風味穩定性、規模化交付及食品安全管理方面設立了較為嚴格的准入標準，只有具備系統化食品安全保障能力的企業可進入其供應鏈體系。

服務網絡壁壘：在中國調味品及複合調味品行業，下游餐飲客戶廣泛分佈於全國各地，因此要求調味品企業建立起覆蓋廣泛的服務網絡，以便與客戶保持密切聯繫、及時洞悉新興需求並高效響應反饋。領先企業通過搭建完善的服務網絡，以及配備專業的服務系統，能快速收集區域市場信息並靈活調整產品解決方案。新進入者則受限於服務網絡覆蓋面不足、響應機制不健全，難以在客戶需求變化時及時跟進，從而缺少與頭部餐飲客戶建立長期合作的機會。

規模壁壘：中國調味品及複合調味品行業具有顯著的規模經濟特徵。大型企業通過原材料批量採購和集中生產，既降低了成本，又提升了運營效率。大型企業還能分攤更多的研發和營銷支出，從而進一步增強競爭力。缺乏規模優勢的新進入者往往面臨更高的生產和分銷成本，從而削弱其價格競爭力。

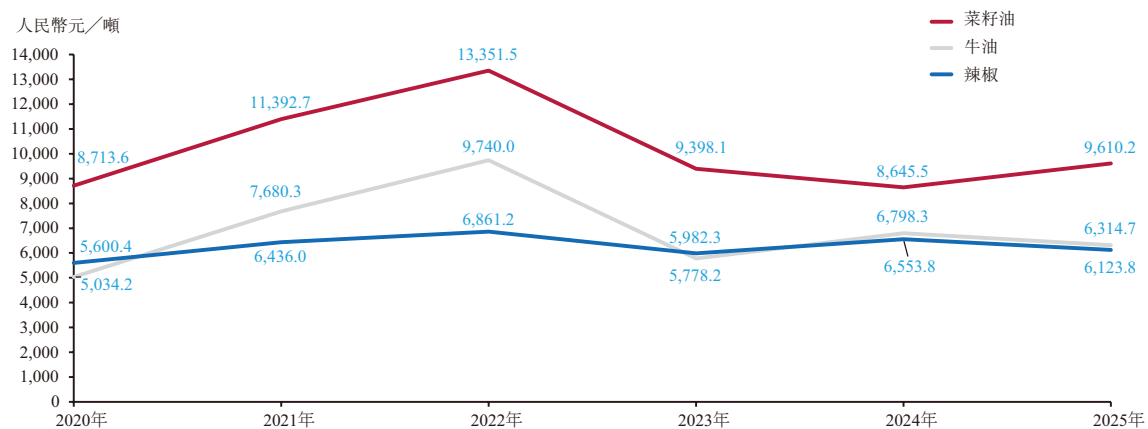
行業概覽

中國複合調味品行業成本分析

複合調味品涵蓋種類繁多的產品，生產過程中需要多種原料。常用原料包括菜籽油、牛油、辣椒等。

2020年至2025年間，複合調味品關鍵原料的零售價格呈現出不同的走勢。辣椒的市價於2020年至2025年間波動，總體有所上升，由2020年的每噸人民幣5,600.4元上漲至2025年的每噸人民幣6,123.8元，主要歸因於下游複合調味品及餐飲行業需求的持續增長。菜籽油和牛油的市場價格走勢相似：2020年至2022年上漲，2023年下跌，2024年和2025年出現分化。2025年，菜籽油價格小幅上漲至每噸人民幣9,610.2元，而牛油價格則降至每噸人民幣6,314.7元。

2020年至2025年中國調味品及複合調味品主要原材料價格



來源：國家發展和改革委員會、弗若斯特沙利文分析