

2020 胡润品牌榜发布:

# 食品领域 26 个品牌上榜

记者从胡润百富网站获悉,胡润研究院1月21日发布《2020 胡润品牌榜》(Hurun Most Valuable China Brands 2020),200 强最具价值中国品牌上榜。这是胡润研究院连续第十五年度发布胡润品牌榜。2020 强品牌中食品领域 26 个品牌上榜,包括食品饮料行业 11 个品牌和酒类行业 15 个酒类品牌。

据悉,200 强中,非国有品牌占六成,国有品牌占四成。上榜门槛为 60 亿

元,比去年提高 20 亿元,创历史新高;百强上榜门槛为 180 亿元,比去年提高 35 亿元。200 强中国品牌价值总和 9.2 万亿元,比去年增加两成。全国 200 强中,82 个品牌的价值较去年有所增长,10 个品牌保持不变。贵州茅台品牌价值上涨 63%,首次突破 1 万亿元,连续第三次成为“最具价值中国品牌”;五粮液品牌价值翻了一番,达到 2,950 亿元,排名上升 7 位至第五。

另外,200 强中 60%(118 个)是民营企业,比去年多 8 个。58 个民营企业进入全国百强,比去年多 5 个。8 个民营企业进入全国十强,比去年多 3 个。38 个新上榜品牌中,33 个是民营企业,新上榜品牌中涉及食品领域 2 个,分别为中国飞鹤、郎酒。17 个品牌过去一年品牌价值增长超一倍,其中,农夫山泉增长近 17 倍,是榜单上价值涨幅最大品牌。

上榜品牌最多的十大行业中,食品

饮料上涨 38%,共有 11 个品牌上榜,其中 7 个为民营企业。上榜品牌的品牌价值总和占整张榜单 4%。其中,海天取代伊利成为最具价值食品饮料业品牌,品牌价值比去年上涨 95%至 1 200 亿元;农夫山泉从第 11 上升至第二,品牌价值比去年上涨 1675%至 710 亿元;中国飞鹤首次上榜便位列第三。内蒙古和浙江是食品饮料行业上榜品牌最多的地区,各有 2 个品牌上榜。

## 综述调味品行业 25 年的发展

2020 年是中国调味品协会成立 25 周年,自中国调味品协会成立伊始,我国调味品产业从小到大,逐渐发展壮大,成为我国食品经济快速发展不容忽视的重要组成部分。

中国调味品协会与行业走过了 25 年,25 年砥砺前行,25 年踏实深耕。调味品各大细分产业也取得了长足发展,涌现出了众多家喻户晓的品牌,品类逐渐丰富与细分,为消费者提供了各式各样的方便、美味产品。为此,以协会 25 周年的发展为契机,梳理出调味品各细分产业的发展成果和代表性企业与品牌,作为行业发展 25 年历程的回顾与总结。

### 01 食用盐

食用盐是以氯化钠为主要成分,用于烹调、调味、腌制的盐。

食盐按资源可分为:海盐、湖盐、井矿盐、岩盐。沿海地区盛产海盐,主要分布在山东、天津、河北、江苏、辽宁等省市;湖盐主要集中在新疆、青海和内蒙;井矿盐广泛分布在内陆地区。

食盐主要分两大类:一是消费者直接食用的小包装品种,如精制食用盐、低钠盐、雪花盐、南海海盐、天山湖盐、竹盐、低钠盐、腌制盐、泡菜盐等。二是食品加工用盐,一般为 25KG 以上大包装,作为酱油、醋等调味品加工原料及各类食品生产配料。

食用盐的主要品牌有中国盐业、江西盐业(江盐集团)、大连新春多品种盐(美康达/橘子树)、雪天盐业(雪天)、天津长芦海晶、重庆晶心、四川久大、江苏淮盐、广东粤盐、江苏银宝盐业(银宝)、浙江盐业(雪涛)、福建盐业(闽盐)、重庆索特(索特)、益盐堂、南京甘汁园(甘汁园)、贵州盐业(碧源)、内蒙古雅布赖(雅布赖)、大连盐化(海湾)、内蒙古兰太盐业(兰太实业)等。

### 02 食糖

食糖是用于调味的糖,一般指用甘蔗或甜菜精制的白砂糖或绵白糖,也包括淀粉糖浆、饴糖、葡萄糖、乳糖等。

史前人类从鲜果、蜂蜜、植物中摄取甜味成分,后发展为从谷物中制取饴糖,继而发展为从甘蔗和甜菜中制糖等。制糖历史大致经历了早期制糖、手工业制糖和机械化制糖 3 个阶段。甘蔗制糖业主要分布在广东、广西、云南、福建、海南、四川等地。甜菜制糖业集中在黑龙江、内蒙古、吉林、新疆等地。甘蔗糖与甜菜糖的产量之比约 4:1。发展至今,中国已成为世界上制糖大国之一。

截至 2020 年 12 月底,全国已累计产糖 353.38 万吨(上制糖期同期产糖 379.7 万吨)。本制糖期全国累计销售食糖 147.06 万吨(上制糖期同期销售食糖 197.81 万吨),累计销糖率 41.62%(上制糖期同期 52.1%)。

食糖主要成分为蔗糖,按照主要加工工艺、品质及风味分为白砂糖类(白砂糖、精幼砂糖)、赤砂糖、绵白糖、原糖、方糖、红糖、冰片糖、冰糖类(单晶体冰糖、多晶体冰糖)、其它糖类(液体糖和其它糖)等。

食糖的主要品牌有保龄堂、中粮、莲花、太古、双荣、左江、红光、丹宝利、白莲牌、珠江桥牌、玉华堂、清静园、南宁糖业(明阳、古府)、安徽竞赛食品(竞赛)、石家庄中兴糖业(中奥)、南京甘汁园糖业、广西糖业(防港、涌泉)、山东东都食品(东都食品)、川崎、广西东亚糖业(蜜朋)、山蜜、蜂泉、网山、东星、大明山、木棉花、四方牌、云牌、银花牌、壶城等。

### 03 酱油

酱油是以大豆和(或)脱脂大豆、小麦和(或)小麦粉和(或)麦麸为主要原料,经微生物发酵制成的具有特殊色、香、味、体的液体调味品。

先有酱,后有的酱油。我国制酱的历史源远流长,被广泛地应用于佐餐或烹调。早在东汉、北魏、宋朝等古籍中即有记载,宋代正式出现了“酱油”的说法。中国人发明创造了酱油及酿造技术,之后传入日本,并逐渐扩大到东南亚和世界各地。近代,随着科学技术的进步,酱油产业不断创新,既保证质量安全又创新口味。酱油按发酵工艺为两类:高盐稀态发酵酱油(含固稀发酵酱油)、低盐固态发酵酱油;按国家标准《酿造酱油》,酱油质量等级分为四类:特级酱油、一级酱油、二级酱油、三级酱油。

近年来酱油行业快速发展,涌现了多家龙头企业,并涌现了多家上市公司。根据 2019 中国调味品著名品牌企

业统计:酱油品类入围企业集中度高,产量、收入持续增长。百强入围企业数 33 家,收入合计 280 亿元,前五大企业收入占比 80%;产量合计 520 万吨,前五大企业产量占比 80%。

为满足消费者差异化的需求,酱油企业开发了多种新产品:生抽、老抽、减盐酱油、味极鲜、金标生抽、蒸鱼豉油、草菇老抽、红烧酱油、面条鲜酱油、凉拌酱油、火锅酱油、烧菜酱油、寿司酱油、铁强化酱油、海鲜酱油等。

酱油的主要品牌有佛山海天、广东美味鲜、烟台欣和、李锦记、鹤山东古、卡夫亨氏、加加食品、千禾味业、贵州味蓁园、四川清香园(中坝)、统万珍级、北京老才臣、北京六必居、江苏恒顺、哈尔滨正阳河、广州致美斋、杭州食品酿造、湖州老恒和、辽宁郑友和、青岛灯塔、扬州三和四美、上海味美思、天津利民、北康酿造、厦门淘化大同、宁波金钟、宁波佐餐王、上海太太乐、湖北土老憨、保定槐茂、东莞永益、上海鼎丰、益海嘉里、四川天味、厦门古龙、新疆笑厨、亨氏(味事达)、绍兴至味、山东玉兔、济南德馨斋、江苏仙鹤、山东巧媳妇、雀巢美极、广州广味源、湖南龙牌、长春朱老六、成都新希望(大王)、昆明拓东、安庆胡玉美、山东食全、北京六必居、济南德馨斋、上海宝鼎(宝鼎天鱼)、天津利民、富氏等。知名的大单品有加加的面条鲜、李锦记的薄盐醇味鲜、李锦记天成一味特级鲜、海天金标生抽、海天味极鲜、厨邦的原晒鲜、东古的一品鲜等,近两年新品有海天的“即筒裸酱油”、六月鲜的“轻盐”原汁酱油、千禾天元有机酱油、丸庄的黑豆酱油、好记的有机木桶酿造酱油等。

### 04 食醋

食醋是指单独或混合使用各种含有淀粉、糖的物料、食用酒精,经微生物发酵酿制而成的液体酸性调味品。

食醋起源于周朝以前,《周礼》《论

语·公冶长》等古籍中已有关于醋的记载,战国时代,醋又称作醢、“苦酒”,《尚书·说命篇》《孔氏传》《急就篇》《隋书·酷吏传》《齐名要术》《吴地志》《广韵》等古籍中都有关于醋的描述。

我国幅员辽阔、环境气候差异显著。我国各地劳动人民在长期的酿醋生产中根据本地历史、地理、物产和生活习惯,创造了多种极具特色的制醋工艺,打造了众多不同风味的品牌食醋,如镇江香醋、山西老陈醋、福建红曲醋、四川保宁麸醋、浙江玫瑰醋等。

根据 2019 中国调味品著名品牌企业统计:食醋入围企业稳健增长,头部集中度较低。百强入围企业数 37 家,收入合计 65 亿元,前五大收入占比 58%;产量合计 171 万吨,前五大产量占比 55%。食醋产业具有如下特点:品牌集中度相对较低;产品的市场定位与品种丰富,细分产品层出不穷;由于新零售、新餐饮、智慧餐饮的兴起,为食醋产品的通路和渠道带来了新的变革与挑战,也为行业的后起之秀提供了发展的机遇;品牌运营与专业生产制造的分工更加深入和细分。

食醋企业不断开发食醋新品并向健康营养类食品延伸,种类繁多,包括:陈醋、香醋、白醋、米醋、饺子醋、风味醋、有机醋、健康醋、醋饮、醋糕、果醋、醋豆等。

食醋的主要品牌有:江苏恒顺、山西紫林、佛山海天、鹤山东古、山西水塔、四川保宁、天津天立独流、千禾味业、山西老陈醋、山西中调西堡泉、岐山天缘、统万珍级、北京六必居、上海宝鼎、上海鼎丰、贵阳味蓁园、广东美味鲜、杭州食品酿造、加加食品、北京市老才臣、哈尔滨正阳河、四川清香园(中坝)、宁波金钟、青岛灯塔、福建永春、宁波佐餐王、鹤山东古、广州致美斋、山河醋业、山西兰花、北康酿造、湖州老恒和、保定槐茂、湖北土老憨、宁化府益源庆、天津利民、厦门淘化大同、辽宁郑友和、龙牌食品、四川阆州、山西来福、四眼井、龙眼井等。

(未完待续)