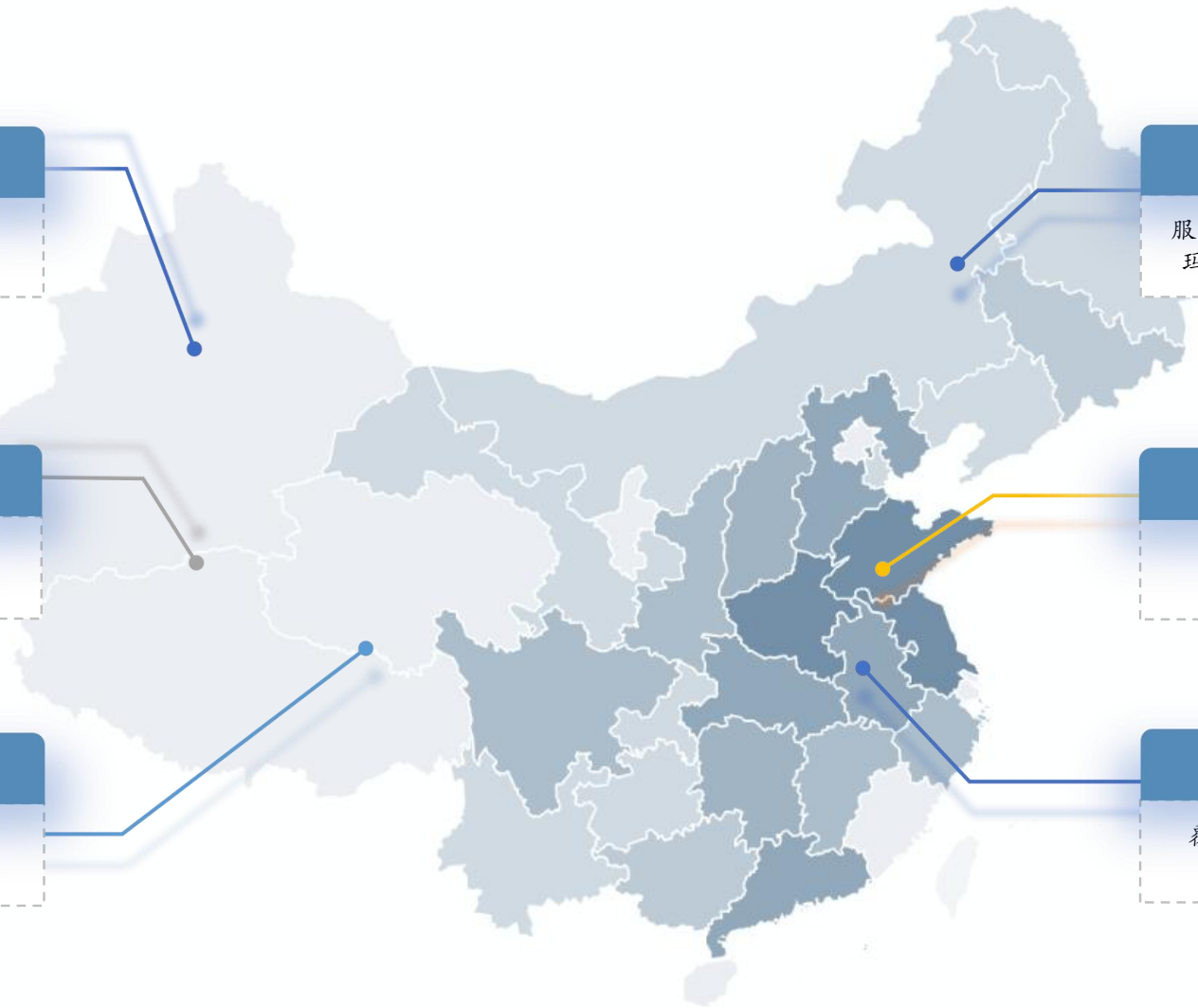
舟谱：2026调味品线下市场数据洞察白皮书

2026年6月

舟谱版权所有



40,000+活跃经销商客户

服务经销商遍布**31省、300市**
沉淀出行业经销商**最佳实践**及其优秀画像

200+活跃品牌商客户

服务百事食品/嘉士伯/华润雪花/五得利/蒙牛/玛氏/可口可乐/金佰利等**超百家内外资品牌**

4,500亿年GMV

覆盖**3.3万家主流品牌**的
250万+商品SKU进店数据

8大快消品类

酒类|休食|饮料|乳品
调味品|粮油副食|百货|日化洗护

700万+终端覆盖

覆盖CVS/KA/传统小店/餐饮/特殊渠道等

60万+员工作业端口

覆盖全国经销商的业务员、文员、财务等
多种员工类型

舟谱平台数据覆盖

定量研究

- 舟谱平台数据分析研究
- 行业数据分析研究

定性研究

- 快消行业专家访谈
- 典型客户案例访谈

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

覆盖更全面

数据更准确

更新更及时

标签更丰富

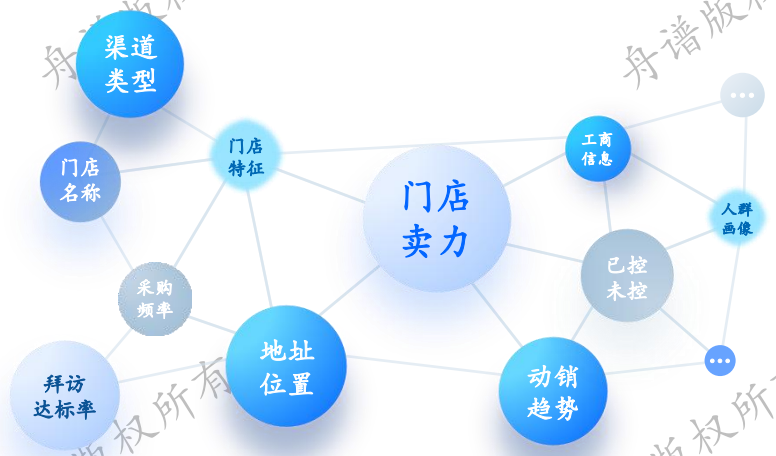
千万级售点

舟谱动销售点数据

X

第三方数据





百余种标签

终端

动态&静态

多种信息

1 个地图

售点地图工具

- 门店动销标签
- 门店静态标签
- 门店营业标签
- 门店资产标签
- 经销商运营动作
- 品牌互动标签
- 环境人群标签
- ……

N 个标签

标签超级商店

中国快消标准售点库：行业更权威的线下售点库

舟谱版权所有

目录

一、26年1-5月快消品整体及调味品线下流通概况

- 快消品线下流通GMV同比下滑3%
- 调味品需求相对坚韧、GMV基本持平

二、渠道：3月起均加速下滑，普遍面临门店流失

- 餐饮渠道稳定性佳
- 量贩零食店扩张品类，调味品GMV增长25%

三、品牌：如何把握餐饮渠道？

- 竞争格局：家乐精准制导餐饮渠道
- SKU：酱油、鸡精等基础大单品领跑

舟谱版权所有

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

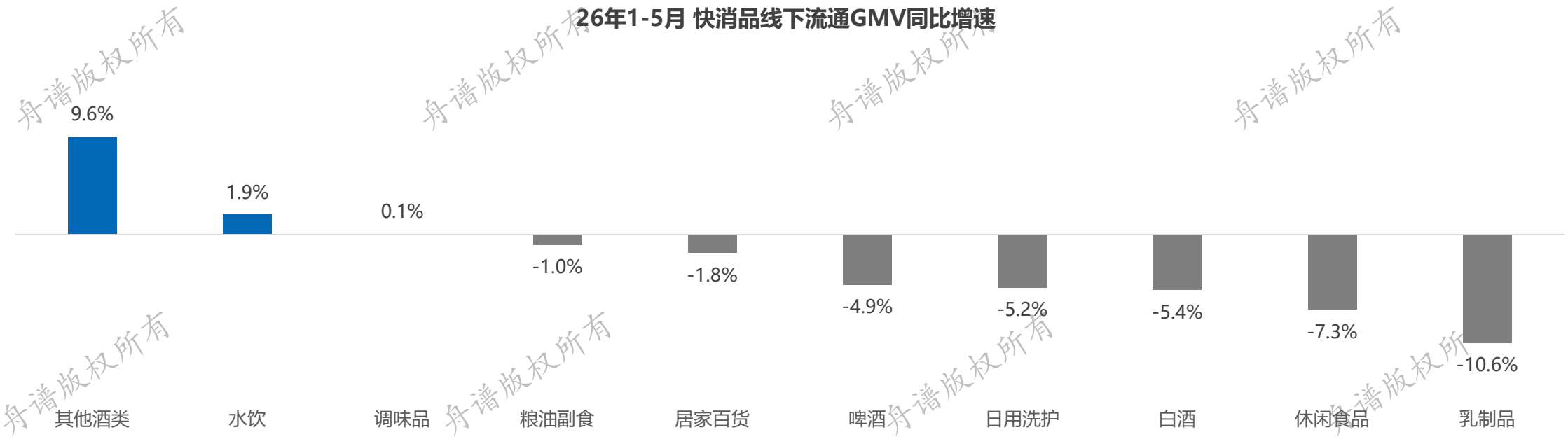
舟谱版权所有

一、26年1-5月快消品整体及调味品线下流通概况

26年1-5月，快消品线下流通GMV同比下滑3%，调味品需求相对坚韧、GMV基本持平

26年1-5月，调味品需求相对坚韧

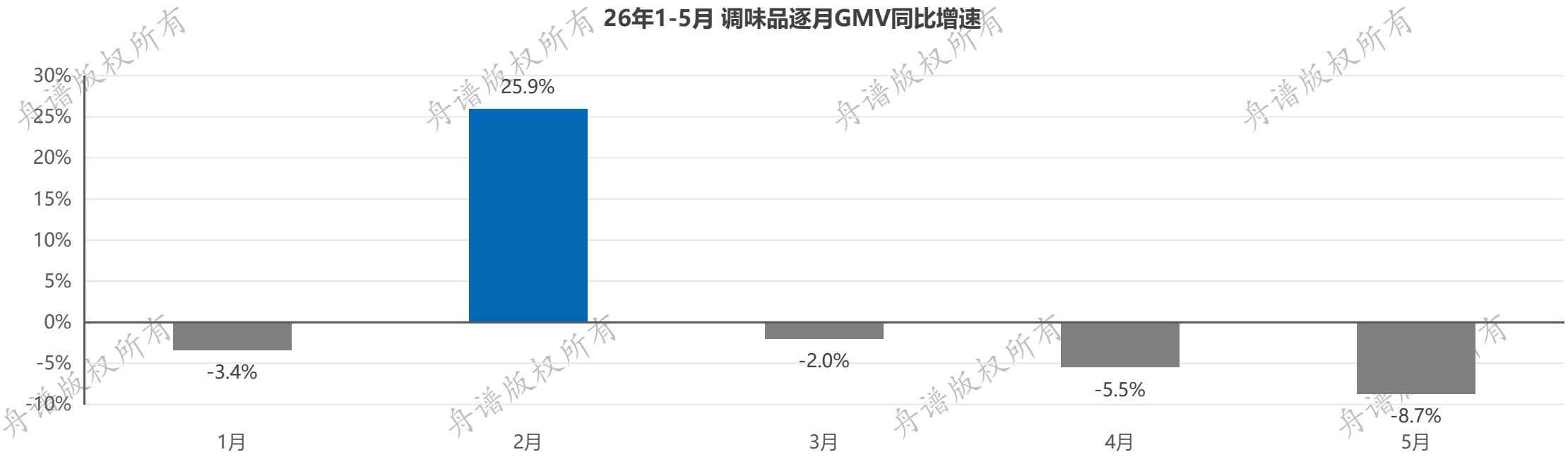
- 26年1-5月，快消品线下流通GMV**同比下滑3.0%**。
- 大部分品类都由1-3月的同比增长转为1-5月的同比下滑，仅其他酒类、水饮、调味品仍在增长区间。其中其他酒类、水饮今年以来持续高景气，**调味品虽增速放缓但仍具增长韧性**。



舟谱版权所有
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

调味品：2月春节增长26%，3月起加速下滑

- 逐月来看，受益于春节错期影响，调味品GMV在2月实现26%的同比增长，但仅为昙花一现
- 3月起调味品GMV转为同比下滑且降幅仍在加速，同比降幅由3月的2%扩大至5月的9%



舟谱版权所有

二、渠道：3月起各渠道均加速下滑

门店流失为普遍问题

餐饮渠道稳定性凸显，量贩零食店品类扩张、调味品GMV同比增长25%

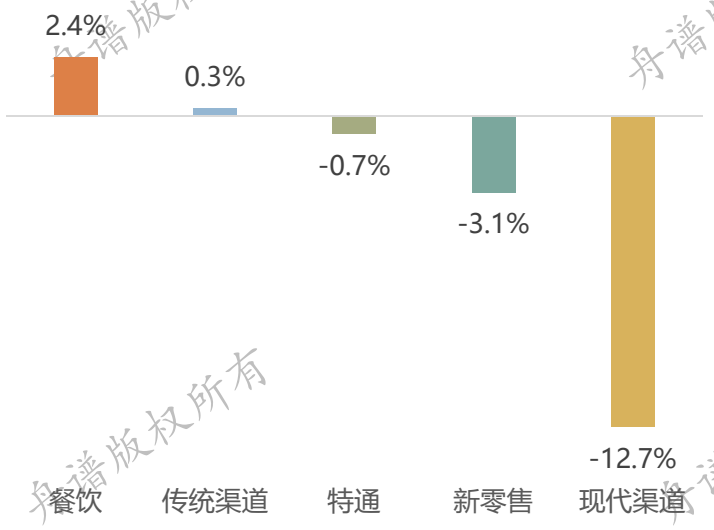
舟谱版权所有

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

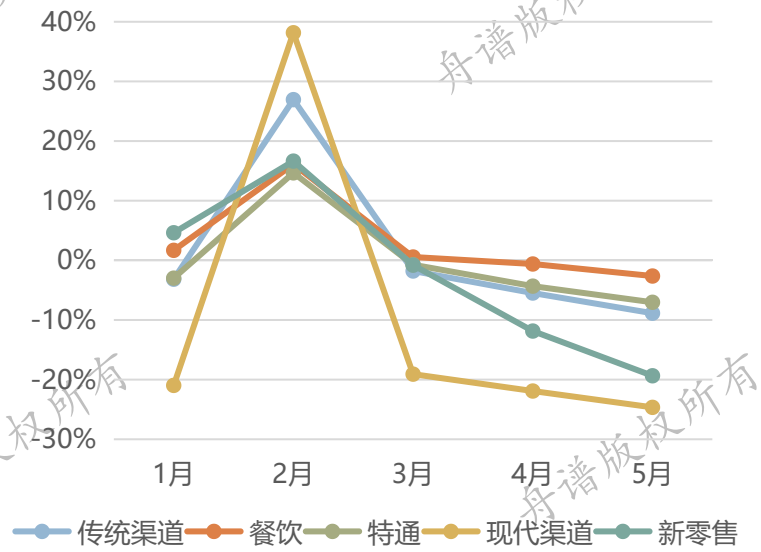
传统/现代渠道春节表现亮眼，餐饮引领增长

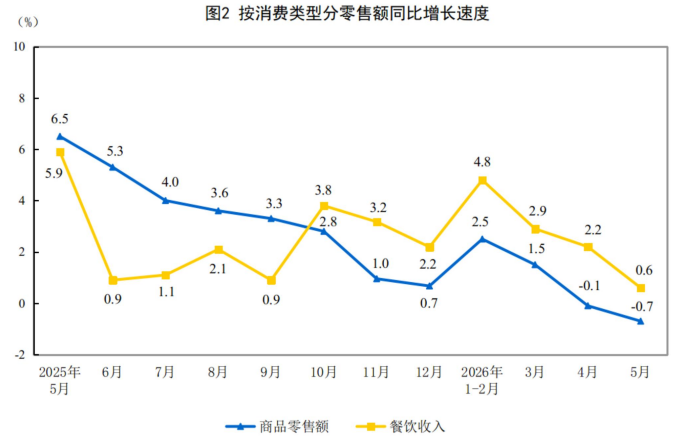
- 26年1-5月，调味品在餐饮渠道和传统渠道分别同比增长2.4%和0.3%，特殊渠道、新零售渠道和现代渠道则分别下滑0.7%、3.1%和12.7%
- 逐月来看，传统渠道和现代渠道受春节错期影响显著、2月同比增幅均大于20%
- 3月起各渠道均持续下滑，其中**餐饮降幅控制在较低水平、稳定性和抗压性显著好于其他渠道**，新零售呈加速下滑趋势、需关注调味品在该渠道是否进入增长瓶颈期

26年1-5月 调味品@各线下渠道 GMV同比增速



26年1-5月 调味品@各线下渠道 逐月GMV同比增速



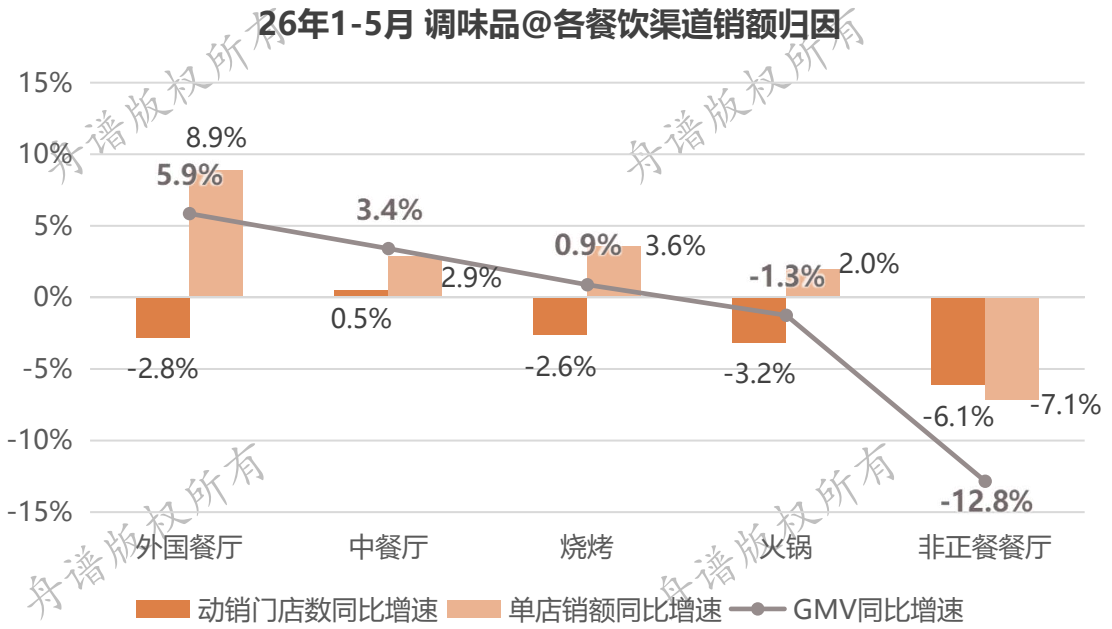


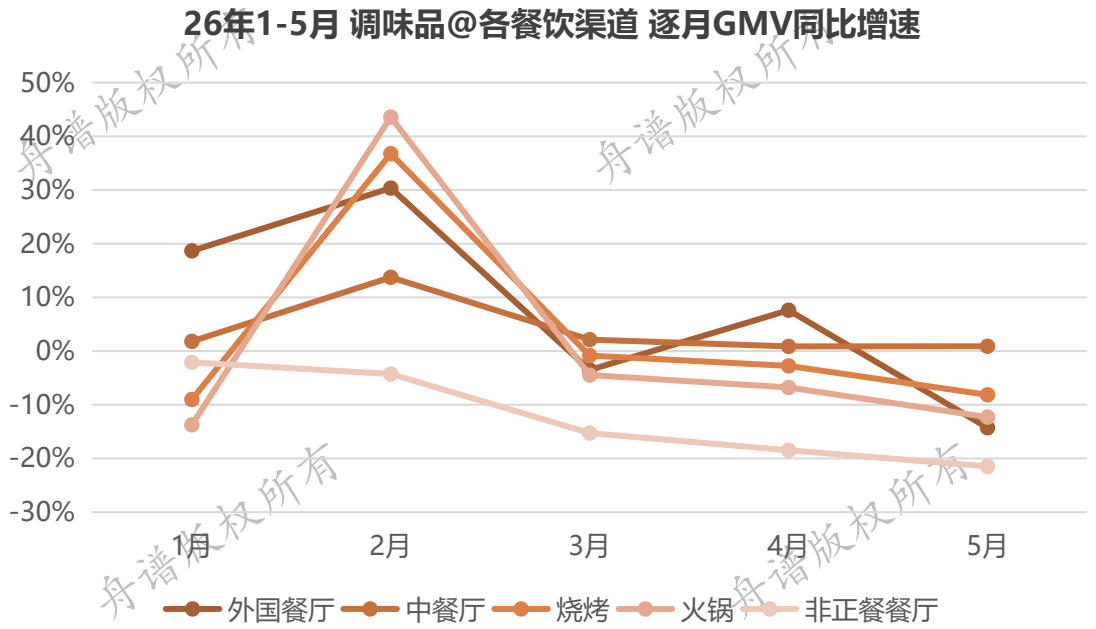
- 根据统计局数据，5月全国餐饮收入同比增长0.6%，较之前月份明显放缓

舟谱版权所有

餐饮：中餐厅表现稳健，外国餐厅单店销额领涨

- **中餐厅动销门店数同比微增0.5%**，其他渠道的动销门店数均同比下降
- 外国餐厅、烧烤店的1-5月单店销额分别同比增长9%、4%，从而实现GMV同比增长
- 逐月来看，外国餐厅在4月仍有接近10%的GMV同比增速、5月则大幅下滑；**中餐厅单月GMV持续增长、表现稳健**
- 非正餐餐厅颓势明显，动销门店数和单店销额降幅均大于5%，且GMV逐月降幅仍在扩大



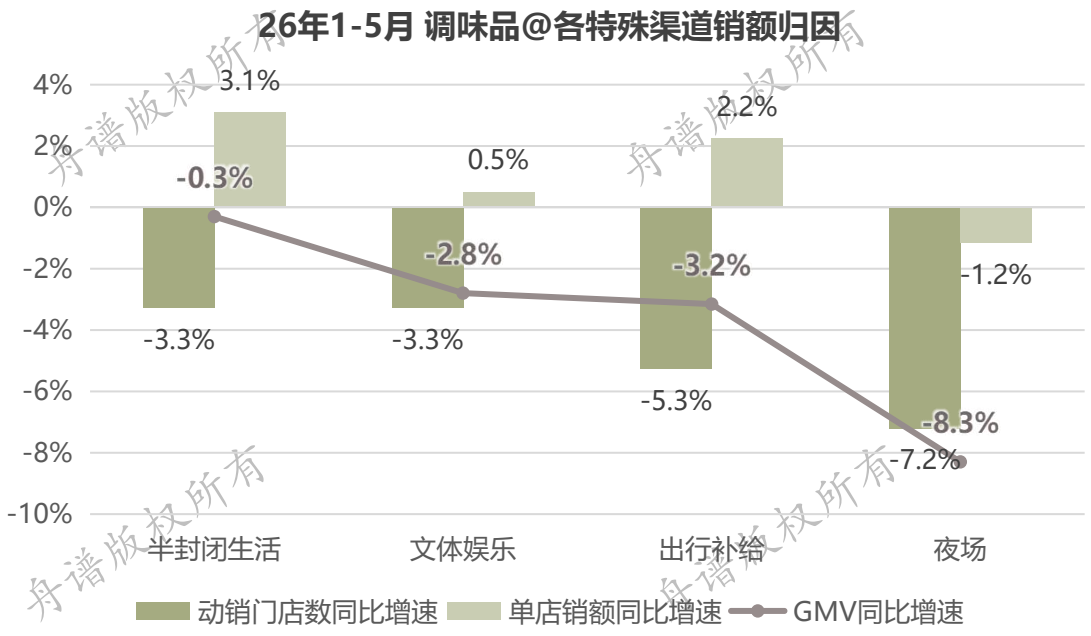


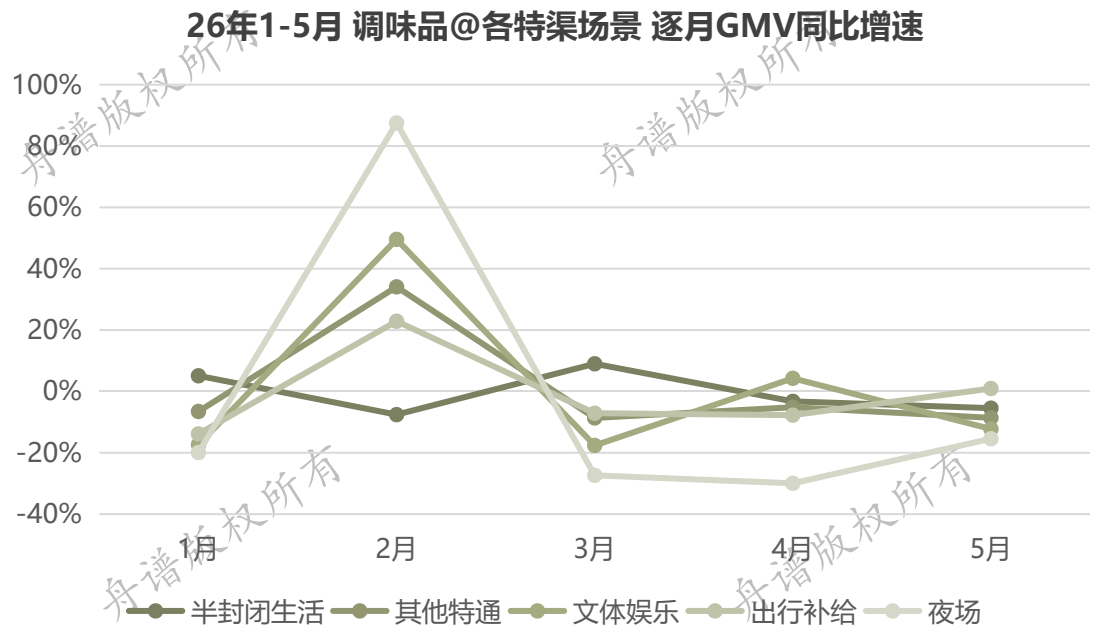
舟谱版权所有

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

特渠：半封闭场景需求相对稳定

- 半封闭生活和文体娱乐场景的动销门店数同比下降3.3%，而出行补给和夜场降幅均大于5%
- 夜场的单店销额下滑1.2%，除此以外的半封闭生活、文体娱乐、出行补给单店销额均同比增长
- 半封闭生活场景受春节影响较小、1-5月表现均平稳，5月出行补给GMV恢复增长

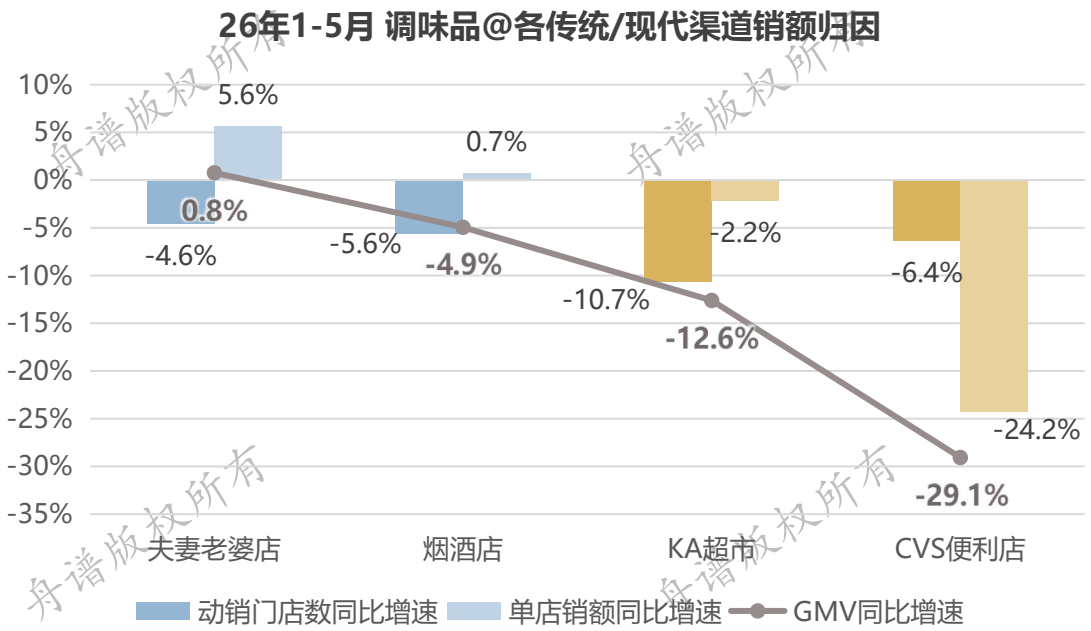


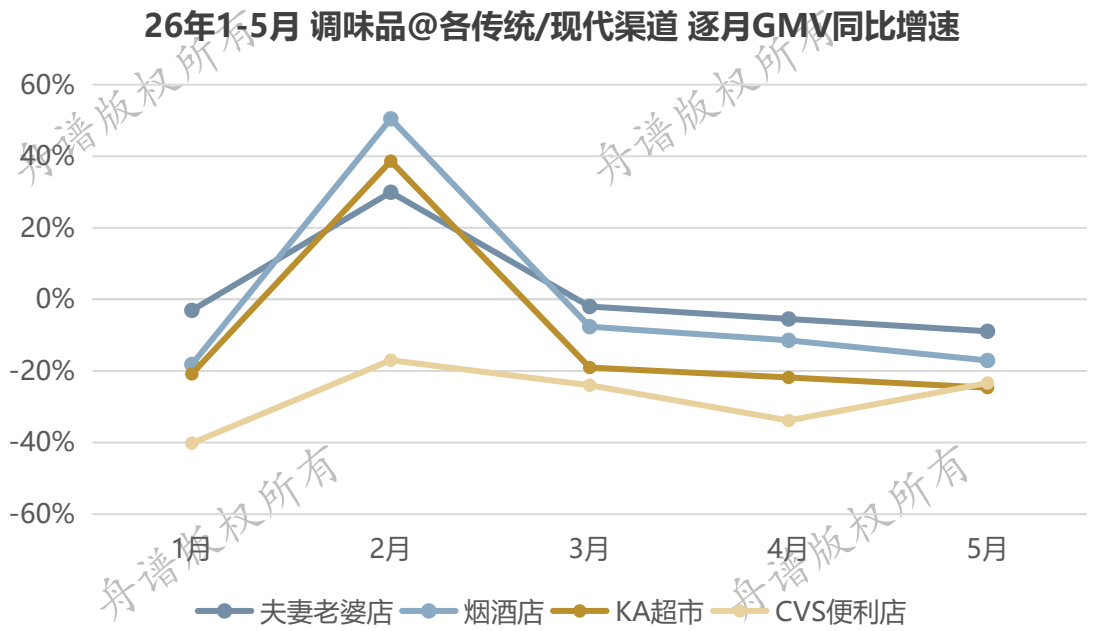


舟谱版权所有

传统/现代：便利店5月降幅收窄

- KA/超市动销门店数同比下滑显著、降幅达10.7%，其他渠道的降幅均小于10%
- 夫妻老婆店和烟酒店仍保持单店销额增长，CVS/便利店单店销额则大幅下滑、降幅达29.1%
- 逐月来看，夫妻老婆店、烟酒店和KA/超市均加速下滑，CVS/便利店5月降幅有所收缩



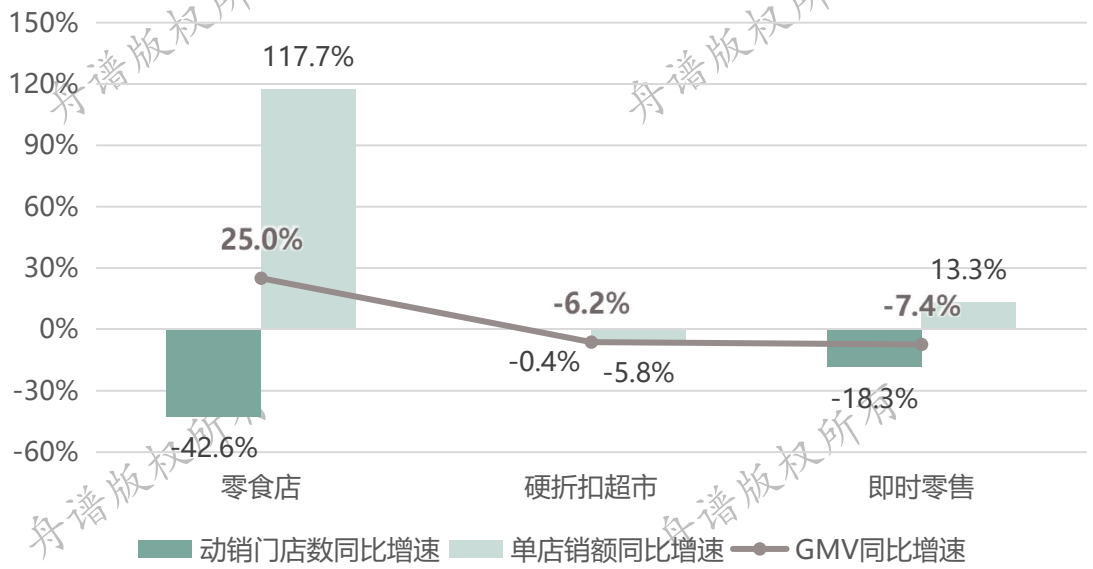


舟谱版权所有
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

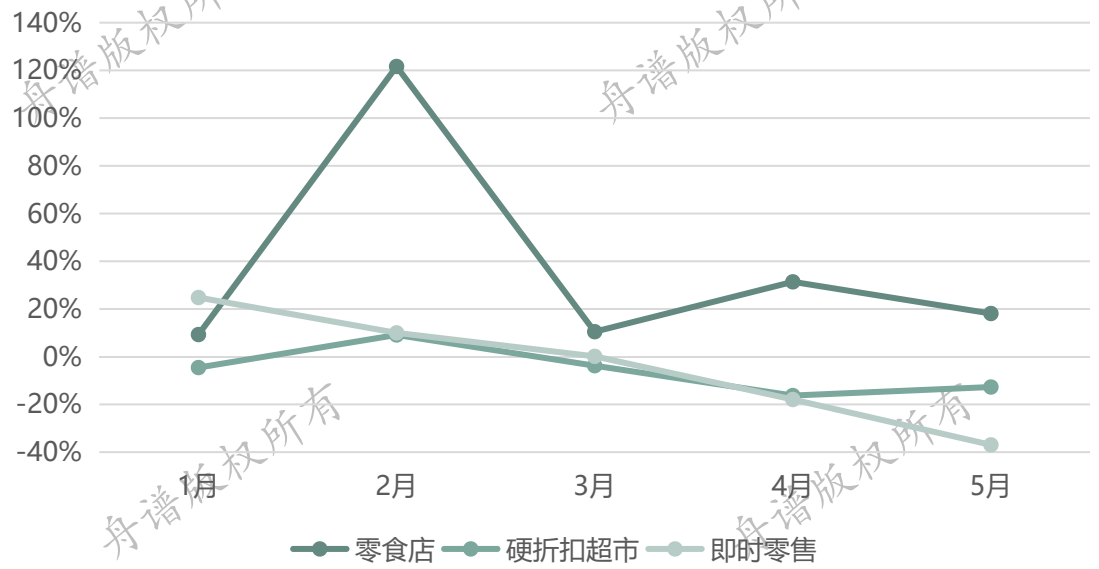
新零售：量贩零食店GMV增长25%

- 尽管动销门店数同比减少43%，但**由于单店销额翻倍、零食店业态的调味品GMV在1-5月实现同比增长**
  - 2025年，零食店向全品类超市转型已实质推进：鸣鸣很忙、好想来、三只松鼠等头部品牌纷纷在门店中新增生鲜、粮油调味、冻品、日化等刚需品类，从「零食专卖」转向「社区省钱超市」
- 硬折扣超市动销门店数基本持平，需求相对稳定
- 逐月来看，零食店GMV在3-5月仍保持20%左右的单月增速，硬折扣超市同样在5月回温，**即时零售则从增速放缓转为同比下滑、需关注增长瓶颈期**

26年1-5月 调味品@各新零售渠道销额归因



26年1-5月 调味品@各新零售渠道 逐月GMV同比增速



舟谱版权所有

三、品牌：如何把握餐饮渠道？

家乐精细化运营餐饮渠道

SKU：标准化大单品+精准细分小功能

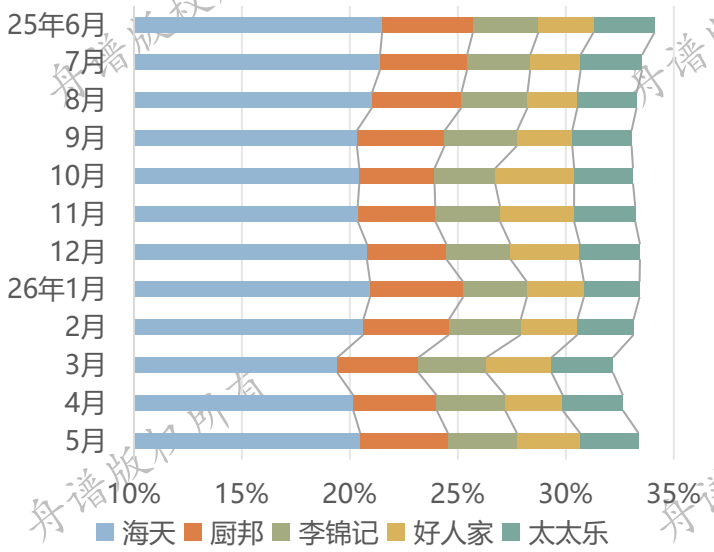
舟谱版权所有

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

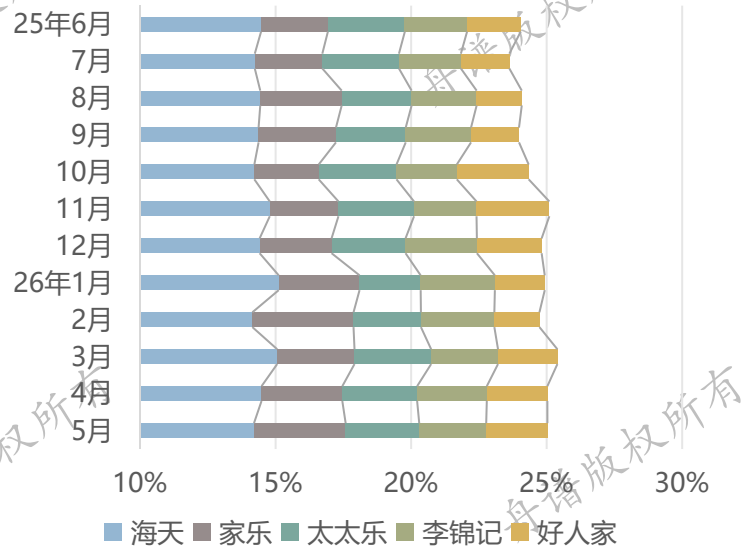
品牌：家乐精细化运营餐饮渠道

- 全渠道中调味品的TOP 5品牌分别为海天、厨邦、李锦记、好人家和太太乐，合计份额不超过40%
- 而单看餐饮渠道，**厨邦掉出前五、家乐取而代之**。海天、厨邦、李锦记等主打酱油的品牌，在餐饮渠道的市占率均低于全渠道
- **家乐**在餐饮渠道的市占率则高于全渠道、排名仅次于海天，且今年以来还在持续提升

25年6月-26年5月 调味品全渠道主要品牌市占率



25年6月-26年5月 调味品餐饮渠道主要品牌市占率





- 家乐为联合利华饮食策划业务下的细分品牌，由厨师团队创立，针对**专业餐饮服务**领域提供**创新产品解决方案、专业培训资源与数字化赋能手段**
- 根据联合利华一季报，饮食策划业务一季度在中国市场迎来良好开局，实现低个位数增长，主要受益于**春节交易改善+外出就餐消费者逐步回暖**

舟谱版权所有

SKU：鸡精、酱油等基础大单品领跑

- **鸡精、酱油分别占据4席和3席**：随着餐饮工业化发展、连锁化率提高，标准化、高效率的基础大单品将继续渗透，同时适配后厨场景的大包装表现也较好
- **川味体系仍在扩张**：恒星红油豆瓣10kg装登顶，同时好人家麻辣小龙虾调料、桥头地道老火锅料同样入榜，口味偏重的川味体系仍有增长空间

26年1-5月 调味品@餐饮渠道 TOP10 规模以上高增SKU

排名	品牌	SKU
1	恒星	恒星 纸箱红油豆瓣 10kg
2	海天	海天 精选鸡精调味料 1kg
3	大桥	大桥 鸡精 958g
4	太太乐	太太乐 三鲜鸡精2.3鲜度 1.2kg
5	味事达	味事达 味极鲜酱油 760mL
6	海天	海天 浓香鸡精调味料 1kg
7	好人家	好人家 麻辣小龙虾调料 200g
8	海天	海天 金标生抽 10.5L
9	东古	东古 一品鲜酿造酱油 1.6L
10	桥头	桥头 地道老火锅料 500g

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

附录

舟谱版权所有

渠道分类

本报告数据来源：舟谱TM中国快消标准售点库，覆盖全国千万级终端售点 | 样本范围：160万家在2025年进行过采购的线下售点

传统渠道	夫妻老婆店、烟酒店等			
现代渠道	KA/超市、CVS/便利店等			
餐饮渠道	中餐厅、外国餐厅、烧烤、火锅，以及咖啡厅、奶茶店等非正餐餐厅			
新零售渠道	**即时零售**	**硬折扣超市**	**零食店**	
	松鼠便利、京东便利店等主流闪电仓品牌	乐尔乐、奥乐齐、盒马NB等硬折扣超市	零食很忙、赵一鸣等主流量贩零食品牌	
特殊渠道	**文体娱乐**	**出行补给**	**半封闭生活**	**夜场**
	茶楼、电影院、棋牌室、台球厅、网吧、洗浴推拿场所、游乐园、运动场所	便民设施、公路设施、快递驿站、汽车服务	宾馆、食堂、学校、医院	KTV、酒吧

舟谱版权所有

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

让数据&智能成就每位生意人

本报告为舟谱制作，版权归属舟谱

www.zhoupudata.com

15365177902

舟谱版权所有