

2016 全国调味品行业 蓝皮书

2016 QUANGUO TIAOWEIPIN HANGYE LANPISHU

斯波 著

2016 全国调味品行业蓝皮书

斯 波 著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

本蓝皮书分调味品范畴、分类细化、行业现状以及调味品行业发展趋势四部分,运用现代工具和最优手段,分析一手数据,得出独家真实的报告结论,呈现调味品行业现状和未来走向。

本书对调味品企业从业人员有很好的启发和参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

2016 全国调味品行业蓝皮书 / 斯波著. — 北京:
中国纺织出版社, 2016. 3

ISBN 978 - 7 - 5180 - 2419 - 3

I. ①2… II. ①斯… III. ①调味品—食品工业—白
皮书—中国—2016 IV. ①F426. 82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 045743 号

责任编辑:彭振雪 责任设计:品欣排版 责任印制:王艳丽

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—67004422 传真:010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博: <http://weibo.com/2119887771>

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2016 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

开本:889×1194 1/16 印张:3.25 插页:4

字数:60 千字 定价:100.00 元

京朝工商广字第 8127 号

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

著作组成员名单

斯 波	杨姣平	施建平	张 敏	赵 辉	张 枫
彭家泽	张 彦	朱俊松	王德斌	夏 科	王瑞芝
江新业	刘钟栋	马世玲	姜晓东	顾志国	吕翠平
马福平	刘 晏	余春明	李建华	杨 玲	刘 勇
刘元涛	娄方云	胡四新	张国相	何爱娥	李立威
俞春山	李 平	庞学伟	牛学敏	王志朋	符春彦
冯建明	徐 浩	郭文军	徐 科	李 耀	贺亚恒
李文辉	王 靖	杨 彬	吴庆元	廖运兵	陈山信
朱 勇	路雨亮	潘 龔			

前言

把脉调味品行业的发展趋势,是调味品人的一件大事,我们召集调味品行业内的专家、学者、名家、行家 300 多人,对近 120 万调味品人进行调研,根据结果得到该蓝皮书。调研结果显示,调味品消费出现明显分化,一线城市大卖场时代成为过去,但高端产品仍然保持增长,整体增长趋势放缓,与此同时,小超市便利店调味品销售年增长 11.1%,二三线城市年增长 15.3%,进入销售上升期。随着互联网销售的日趋成熟,调味品经营也在从线下向线上转移,后台服务和大数据的处理能力不断得到优化。互联网销售的独到之处是采用大海捞针的方法去寻找消费者,从而探索行业的未来走向,这是借助互联网技术进行的前所未有的尝试。如何锁定消费者是调味品销售的新出路,只有锁定了消费者,才能面对成本上升、价格下降的双重压力,提高营收和利润。人性化的服务、网络化的渠道、转型化的产品都可以成为锁定消费者的关键点,同时,分享调味品的多种吃法、做法,传递美味的增值服务,更加吸引潜在消费者。调味品生态链产业升级和利益再分配,可以降低成本,提高利润。脚踏实地地做好调味品和相关外延服务,利用互联网思维清库存、降成本、补短板,才能改变目前调味品生产过剩的现状,实现调味料品牌走得稳、销得好。本蓝皮书分调味品范畴、分类细化、行业现状、发展趋势四部分,首次采用高科技现代工具和最优化的数据分析手段,得出宝贵的数据资料,呈现独家真实严谨的报告结论。

感谢全国糖酒商品交易会调味品人提供这样优质的平台,借此平台,调味品人可以发布行业新消息,分享行业新动态,了解行业新趋势,实现了调味品人用自己的方式解读调味品的美好愿景,蓝皮书的出版发行让调味品人找到了新方向,同时,也为全国调味品行业的发展奠定了基础。

在图书出版之际,特别感谢原北京商学院教授、《生意经》作者徐霖老先生曾经给予的数据采集和编辑指导;感谢原北京粮食学院田贞德教授在我们最困惑的时候指点迷津:“真金不怕火炼,做事要专心专心再专心、聚焦聚焦再聚焦,做出自己的特色,不

是搞鱼龙混杂的事,这对得起社会,对得起人们,对得起调味品人们的期望,精准把脉调味品行业”;在数据收集和调研过程中,得到诺维信公司徐清博士、四川大学许海全博士、四川省川联川菜调料商会刘君贵秘书长等 1400 多位调味界同仁的大力支持和帮助;在前辈调味品人“多搭桥,少拆桥”的言传身教影响下,在前辈多年来一如既往的不断支持下,我们今天才能够采用新方法、新资源、新手段完成这部呈现全新趋势的《2016 全国调味品行业蓝皮书》。

斯 波

2016 年 3 月 7 日星期一

目 录

第一章 调味品范畴 1

一、调味 1

1. 调味的作用 1

2. 影响调味的因素 1

二、调味品 2

1. 油状调味品 3

2. 复合调味品 4

3. 发酵类调味品 7

4. 火锅调味品 9

5. 香辛料调味品 9

6. 基础调味品 9

三、香料 10

1. 辣椒 10

2. 香葱 10

3. 红葱 10

4. 洋葱 10

5. 姜 10

6. 大蒜 10

7. 桂皮 11

8. 小茴香 11

9. 花椒 11

10. 胡椒 11

11. 芥末 11

12. 肉桂 11

12. 丁香 11

13. 孜然芹 11

14. 陈皮 11

15. 柠檬叶 11

16. 香草 11

17. 九层塔 11

18. 茶叶 12

19. 薰衣草 12

20. 番红花 12

21. 甘草	12
22. 紫苏	12
23. 兴渠	12
24. 食茱萸	12
25. 罗望子	12
26. 石榴	12
27. 香茅	12
28. 虾夷葱	12
29. 韭菜	12
30. 香菜	12
31. 香芹	13
32. 辣根	13
33. 山葵	13
34. 白松露菌	13
35. 肉豆蔻	13
36. 姜黄	13
37. 罗勒	13
38. 月桂叶	13
39. 蒔萝	13
40. 墨角兰	13
41. 薄荷	13
42. 牛至	13
43. 欧芹	14
44. 迷迭香	14
45. 鼠尾草	14
46. 龙蒿	14
47. 百里香	14
48. 多香果	14
49. 马槟榔	14
50. 八角	14
51. 山苍籽	14
52. 蒲公英	14
53. 藿香	14
54. 马齿笕	14
55. 甜菊	14
56. 荜拔	14
57. 松针	14

58. 芦苇	15
四、物料	15
五、佐料	15
六、调味料	15
七、调料	15
八、原料	15
九、复合调味料	16
十、复合调味品	16
十一、半复合调味品	16
十二、全复合调味品	16
 第二章 调味品分类细化	 17
一、依据味觉分类	17
1. 咸味调味品	17
2. 甜味调味品	17
3. 酸味调味品	17
4. 辣味调味品	17
5. 鲜味调味品	17
6. 香味调味品	17
7. 苦味调味品	17
二、依据加工方法分类	18
1. 发酵调味品	18
2. 热加工调味品	18
3. 微波调味品	18
4. 混合调配调味品	18
5. 粉碎调味品	18
6. 酶解调味品	18
7. 浓缩调味品	18
三、依据用途分类	18
1. 炒菜调味品	18
2. 火锅调味品	19
3. 汤类调味品	19
4. 凉拌菜调味品	19
5. 卤菜调味品	19
6. 小吃调味品	19
四、依据状态分类	19
1. 固态调味品	19

2. 半固态调味品	20
3. 液态调味品	20
4. 油状调味品	20
五、依据原料来源分类	20
1. 豆类调味品	20
2. 花生类调味品	20
3. 淀粉类调味品	20
4. 水产类调味品	20
5. 味精类调味品	20
6. 辣椒类调味品	20
7. 干杂类调味品	20
8. 鲜活类调味品	21
9. 其他调味品	21
10. 香辛料调味品	21
六、依据地方风味特点分类	21
1. 川味调味品	21
2. 粤式调味品	21
3. 蒙式调味品	21
4. 西式调味品	21
5. 韩式调味品	21
6. 日式调味品	22
7. 其他调味品	22
七、依据烹饪方法分类	22
1. 凉拌调味品	22
2. 烧烤调味品	22
3. 煲汤调味品	22
4. 火锅调味品	22
5. 涮羊肉调味品	22
6. 干锅调味品	22
7. 蒸菜调味品	23
8. 焖菜调味品	23
9. 炖菜调味品	23
10. 烧菜调味品	23
八、依据使用场所分类	23
1. 家庭用调味品	23
2. 餐饮用调味品	23
九、依据调味品发展进程分类	24

1. 单一原料调味品	24
2. 初级调味品	24
3. 复合调味品	24
4. 半复合调味品	24
5. 全复合调味品	24
 第三章 调味品行业现状	26
一、2015 全国调味品行业状况	26
二、调味品行业状况	27
1. 调味品企业困惑	27
2. 经销商的困惑	30
3. 市场现实的诱惑	31
4. 感悟调味品现象	33
 第四章 调味品行业发展趋势	35
一、消费趋势	35
1. 复合化升级	35
2. 消费体验动态	35
3. 产品和服务是根本	36
4. 私人定制兴起	36
5. 消费导向度指引	37
6. 她经济重头戏	37
7. 传统调味品乏力	37
二、调味品销售趋势	37
1. 渠道扁平高效	37
2. 社群化倍增小企业重生	38
3. 传统经营时代谢幕	38
4. 十字路口淘汰加速	38
5. 草根创业崛起	38
三、调味品行业新趋势	38
1. 诞生颠覆式创新	38
2. 成本飙升让老板苦不堪言	39
3. 去中间化加速奔跑	39
4. 倒逼转型发威	39

第一章 调味品范畴

一、调味

调的主要目的是搭配均匀,配合适当,使其协调,而味则是舌头尝到的味道、鼻子闻到的香味。舌头上分布着酸、甜、苦、咸四种基本味觉的味蕾。味觉是舌、软腭、咽等处粘膜上皮内的味觉感受器受到化学物质刺激后在味觉中枢引起的反应,通过原料之间的作用来实现味觉变化的过程叫做调味。调味的实现可以是原料与原料之间,也可以是原料与辅料之间,还可以是食物和原料或调味料之间进行。为了满足各种不同色、香、味、形的消费需求,调味对象可以是食物,也可以是调味品。调味是将两种或者两种以上的物质进行调配的过程。某些调味需要很均匀,某些则不需要,这是调味的特点。消费者需要的味道才是调味品存在的意义和价值,也是未来调味品的服务方向,更是调味品发展趋势的必经历程。

1. 调味的作用

(1) 优化作用

提高食物的色、香、味、形,如:为便于使用将干燥剂加入食盐中的调味改变了食盐的形态;通过添加呈味核苷酸二钠调味让其鲜味更鲜美;通过添加酸味原料让味觉更加协调;采用少量甜味原料增加咸鲜味等。

(2) 掩盖作用

去除食物中的异味,掩盖不良风味,如:使用料酒、大葱、生姜对肉类去腥;采用香精香料来掩盖一些不良风味;采用酸味原料来掩盖一些咸味;采用食盐来掩盖甜味;采用白糖来掩盖咸味或者酸味等。

(3) 互补作用

将一些口感不一样的原料进行调配来丰富味感的过程,如白糖和醋、魔芋和鸭子、丁香和鸡肉、陈皮和兔丁等,均实现了调味的互补作用。另外,利用鱼类等海鲜类食材,可以弥补味道单一、鲜味不足的调味。通过互补作用来避免使用味精、香精调味的一些即食调味品已成为高端调味的趋势,正在不断被消费者认可,尤其是一线城市。

调味过程很多,此处所讲的调味品不同于餐饮中的调味。调味品的调味是调配及其加工过程,而餐饮的调味则要涉及到烹饪过程。随着食品和餐饮工业化进程的高速发展,调味的过程也发生了很大的变化。

2. 影响调味的因素

(1) 主要原料

以咸味、鲜味、酸味、辣味、麻辣味等味道为主的调味,因所用原料不同调味过程也不同。例如采用不同的黑胡椒粉和白胡椒粉对食盐调味,结果大不相同。

(2) 主要食物

新鲜的禽、肉、海鲜和菌类等具有特殊鲜味,调味时使用不能过量,以免掩盖天然鲜味。不新

鲜的鱼、虾、牛羊肉及内脏等需要料酒、醋、糖、葱、姜、蒜等去腥味。不同的食物应该采用相对应的调味来满足消费者的需要,因为食物不同所需的调味也不同。变换不同的食物,可以将同样的调味品做出上千种菜品,这就是复合调味品的奥妙,从而可以不断满足消费者的更多需求,这也是调味的标准化趋势,是将食材做成美味的必然过程。

(3) 调味时间

因季节不同,调味也不同。通常夏季天热调味趋于清淡一些,而秋冬寒冷的季节调味趋于浓厚一些,例如,火锅通常是冬天畅销,而甜食、冰激凌则在夏天更受欢迎。

(4) 温度

同一杯白糖水,热时甜味低,而冷却之后甜味增加。在凉菜中添加食盐、味精、香辛料等的量均要增加一些,才能和热菜口感趋于一致。可见,温度不同,所需调味也不同。麻辣的风味豆豉搭配冰激凌的经典吃法,就是利用了不同温度调味不同的特点。

(5) 地区

不同地区人们的生活习惯和口味不同,调味也应该不同。西北以酸辣为主,西南以麻辣为主、华东以甜咸为主、华南以淡鲜为主。

(6) 人

无论是调味品工程师还是厨师,不同的人采用同样的原料做出的味道大不相同,控制调味品加工的过程熟练程度不同,经验不同,调味人员所使用的技巧不同等,导致调味的结果大不一样。

(7) 消费习惯

吃完麻辣火锅之后吃一个冰激凌,数百种方便菜夹到面包片中一起吃,吃面条喝面汤等,抓住消费者的消费习惯来调味是未来调味的发展趋势。

(8) 加工或烹饪

加热前或者某加工工艺流程之前调味(加热后味道发生变化),加热或者加工过程中调味,加工之后或者烹饪熟后调味,这三种方式均可影响调味结果。腌肉的调味因为腌制的原料、时间、温度、加工过程等不同而影响肉制品的质量。蒸菜、炖菜、方便菜加上调味料再杀菌,调味酱边加热边加原料等都是在加工过程中进行调味。鸡精烘干之后加香、鱼头蒸熟之后加调料、凉拌菜煮熟冷却之后加调料等都是加工之后的调味。

二、调味品

调味品是为了让食物味道在色、香、味、形等方面满足消费者需求的辅助食品。它可以是对菜肴调味,也可以是对主食进行调味,还可以是对小吃、面食等的调味。调味促使人们增加食欲,改进食物的色、香、味、形,使食用方便,满足消费者的意愿需求。调味品是烹饪过程中必不可少的重要因素,是让饮食更加美味的关键,也是食品加工不断标准化的重要支撑部分,更是中餐标准化发展的必然需求。调味品解决增味、增香、增鲜,协调、补充,平衡食物的滋味和香味,同时修饰食物的美观和谐。调味品是人类社会不断发展进步的产物,从无到有,不但复杂而且多变,呈现从简单到复杂的变化趋势。调味品从使用单一原料到复合调味品,在不断向复合化演变。不断诞生的新的调味原料和技巧,让调味品高速发展和人们的生活需求相适应。

所有调味品的共同特点就是每种调味品都有其独特的风味特点,每一个品牌的每一个单品也

具有其独特的特性,这是其独特的成分发挥作用的体现,这也是调味品存在的价值和意义。如:酱油、味精、鲜露等因其含有独特的氨基酸,对食物产生独特增鲜效果;椒盐、料酒等一些特殊调味品因其独特的去腥效果而用于调味;番茄酱、沙拉酱、辣椒酱、咖喱酱等因其独特的形态而改变菜品的外观形态;老抽、生抽、泰辣酱、番茄沙司、天然彩色面包糠等因其独特的色泽来改变菜肴呈色;芝麻油、麻辣鲜、花椒油、藤椒油、辣椒酱、豆瓣酱、豆豉酱等因为其独特的香味而改变菜品味道;葱、姜、蒜、辣椒、花椒、胡椒等因含有特殊辣味成分而可以促进食欲。

纵观调味品行业发展新趋势,结合调味品企业及其市场发展现状,将调味品分为油状、复合调味、发酵类、火锅类、香辛料、基础调味品六大类,以此展开探讨,促进调味品行业和发展。无论是分类创新还是品牌创新,如何更好满足消费者的需要,具有重要的意义,尤其是细分类别的创新,可更好的定位目标消费群,让品牌发展找准目标和方向。

1. 油状调味品

(1) 色拉油

常见的烹调用油,可用于多种餐饮的烹饪调味,销售量趋于稳定,增长率不高,已被大品牌掌控,中小企业很难有机会进入并占有市场。

(2) 大豆油

以大豆为主要原料进行加工的食用油,需求量稳定。以非转基因大豆为原料的大豆油成为市场上的亮点,对一些消费需求的引导能创造新价值。大豆经过不同的处理方法可得到不同风味的油脂。带有大豆香味的油脂,如大豆经过炒制之后来加工的油脂,在一些凉拌菜、卤菜、小吃等方面的需求较多。

(3) 花生油

以花生为主要原料加工的食用油,新增长空间较小。对花生油的加工工艺进行改良,让花生油的香味提升,这是过去没法做到的新技术。精深加工花生油具有长时间高温炒制的风味,它不同于传统工艺出产的产品但具有传统花生油加工的特色香味。这是一个亮点。

(4) 芝麻油

以芝麻为主要原料加工的食用油,可以是黑芝麻油也可以是白芝麻油,主要是用来添加到食物中以增加香味。芝麻经过传统的热加工才能产生独特的风味,原料只是香味来源的一方面,需要辅助工艺的改进和新技术的应用才能将让芝麻油更香,如真空蒸馏浓缩新技术,可以实现芝麻油香味的大幅提升。

(5) 茶油

以茶树果实为主要原料制作的健康食用油,在复合调味油使用方面有一定增长空间。作为调味应用具有良好的前景,尤其是复合味,可带来不同的口感,如用于凉拌菜可得到清新的口感和滋味。

(6) 橄榄油

以橄榄鲜果为原料压榨加工而成的植物油,多用于西餐调味,用于中餐创新已得到一些餐饮连锁店的认可,尤其是高端菜肴制作使用。采用橄榄油来修饰多种菜肴的调味,能够充分体现菜肴的本味。

(7) 牛油

以牛油精炼而得的食用油。通过大量添加其他原料制得的低价牛油,充斥市场,让高品质的牛油不被消费者认识。国内 82% 的牛油用于生产火锅底料,11% 的牛油用于生产方便食品,其他牛油用于烘培及其他食品。一些高品质的火锅,对纯正的牛油香味需求较为明显,如何将牛油做成能给人留下深刻印象的风味才是火锅底料的突破,也是牛油回归纯正风味的趋势。

(8) 鸡油

以鸡油主要原料制作的食用油,调味方面使用较多,尤其是清淡的汤类或菜类的调味,在烘焙调味方面也有少量应用。另外,休闲食品调味在大量使用鸡油以创新口感。

(9) 虾油

从虾酱中提取的汁液称为虾油,是一种独特的调味品,呈现奇特的味道。有的虾油产品就是采用多种调味油,添加虾等海鲜味调味原料混合而成。

(10) 其他油类

其他一些食物经过提取而得的油类,如辣椒油、蟹油、菌油、香辣油、咖喱油、香料调味油等,目前市场上出现的种类繁多,以辣椒油、花椒油为主。

2. 复合调味品

采用两种或两种以上原料,调配并混合均匀,经相应的独特加工工艺流程制作而成的复合调味品。

(1) 鸡精

采用味精、盐、鸡肉粉或鸡肉膏、I+G、水、糊精、淀粉、鸡油、香辛料、鸡肉香精或者其他香精等,经粉碎、调配、混合、造粒、干燥、筛分、加香等工艺加工而成,具有鸡肉特征鲜味和风味的颗粒状或粉状调味品。目前销量趋于稳定,增长空间较小,尤其是餐饮连锁店不再使用鸡精导致鸡精的销量不如从前。

(2) 鸡粉

采用盐、味精、鸡肉粉或鸡肉膏、I+G、糊精、淀粉、鸡油、香辛料、食用香料等,经粉碎、调配、混合、烘干或不烘干等工艺加工而成,具有鸡肉风味和滋味的粉状调味品。鸡粉以含鸡油量高、回味较好的为佳,低档鸡粉销量正在不断下滑。低档鸡粉畅销的区域仍然是华北、西北、华中、东北,高档鸡粉主要销售在华南、华东地区,但是整体消费量已经饱和,多数鸡粉生产企业处于微利无量的状态。

(3) 牛肉粉

采用牛肉粉或牛肉膏、香辛料、味精、盐、I+G、糊精、淀粉、牛油、食用香料等,经粉碎、调配、混合、烘干或不烘干等工艺加工而成,具有牛肉特征滋味和香味的粉状调味品。牛肉粉或者牛肉精,均呈小众使用状态,使销售量增长的关键在于如何创新以满足消费需求。

(4) 排骨粉

采用猪肉粉或排骨粉或猪肉膏、盐、味精、I+G、糊精、香辛料、糖和淀粉等,经粉碎、调配、混合、烘干或不烘干等工艺加工而成的具有排骨口感或猪肉口感及相应风味特征的粉状调味品。排骨粉或者排骨味王、排骨王、猪肉粉等类似,仅仅是名字不一样,其实大同小异,销售地区主要以河南、山东、河北、福建为主,其他地区这类产品为零星存在。创造新的消费需求,才能保持这类产品

的增长空间。

(5) 海鲜粉

采用鱼、虾、蟹、贝类调味粉或调味膏、味精、香辛料、I + G、食用香料、糊精、盐等,经粉碎、调配、混合、烘干或不烘干等工艺加工而成,具有海鲜类食材口感和滋味的粉状调味品。海鲜粉是小众产品,尚未出现大规模需求趋势,但如果将海鲜粉做成具有通用性更强的全复合调味品,消费需求依然旺盛。

(6) 辣椒酱

将辣椒粉碎或剁碎或切碎或捣碎,加食盐发酵或不发酵,经过炒制或熬制,添加食盐、味精、I + G、香辛料、糖、食用香料等,制成混合均匀的酱状调味品。辣椒酱类的产品一直保持高度增长态势。我国的辣椒加工处理方式是将辣椒炒香,捣碎,加少许水滋润,再来炒制,这样经典传统的做法,虽然成品中有辣椒片存在,但是辣味能很好的转移到酱中去。目前,这种传统的加工方法制得的产品每年销售额达到45亿。欧美一些辣椒酱的销售,也离不开这特殊的传统加工工艺。这种传统的味道已让全世界的很多消费者无法忘怀。辣椒酱加工的特殊工艺正是这种产品的增长点所在。

(7) 鸡汁

采用鸡肉粉或者鸡肉膏、水、增稠剂、香辛料、白糖、食盐、味精、I + G等,经过称量、调配、混合、绞磨、均质或者不均质等加工工艺制作而成,具有鸡肉口感滋味和风味的汁状调味品。鸡汁、牛汁、排骨汁、高汤汁等产品难于实现品类的突出,主要在于其实用特征不明显,使得大多数这样的产品举步维艰。目前市场上有一些私人定制的汁类调味品,都是不断升级鸡汁等的调味品。随着连锁餐饮和消费人群的不断增长,这样的汁状调味品发展较快。它们都是直接流通到餐饮店,通常是2.5千克以上规格包装居多而不是像过去一样在市场上流通。

(8) 鱼露

采用鱼、虾、贝类等海鲜酶解物、食盐、味精、I + G、淀粉、水等调配混合而成的鲜味液体调味品。将鱼露作为特色的蘸酱,即可改变多种食物的味道。

(9) 番茄酱

采用番茄、甜味剂、食盐及其他辅料,经过调配、混合、均质或不均质等工艺加工而成的具有番茄风味特征的酱状调味品。行业消费需求的发展已经延伸出番茄沙司产业。番茄沙司是西式调味品综合国内传统番茄酱的产物。目前番茄酱和番茄沙司均在调味过程中产生很多新的调味,如一些企业将番茄酱用于麻辣风味火锅底料的调味,让现有火锅风味更加醇和自然。

(10) 芥末酱

芥末酱又叫芥辣酱,采用芥菜籽粒或芥菜类植物块茎为原料制成的具有刺鼻辛辣味酱。很多芥辣酱创新菜品正在流行。

(11) 沙拉酱

采用植物油、酸性原料、变性淀粉、甜味剂、食盐、香料、乳化剂、增稠剂等配料,经调配、混合、搅拌、均质等工艺加工而成的均匀流体状调味酱。

(12) 蛋黄酱

采用植物油、酸性原料、蛋黄、变性淀粉、甜味剂、食盐、香料、乳化剂、增稠剂等配料,经调配、

混合、搅拌、均质等工艺加工而成的均匀流体状调味酱。

(13) XO 酱

采用干贝、干虾等多种海鲜类原料,火腿,食盐,味精,I+G,水,乳化剂,淀粉,糊精等经调配、混合、乳化均质而得的酱状调味品,作为多种菜肴调味使用。

(14) 油辣椒

采用食用油炸制辣椒形成独特的辣椒制品。每个地方采用的油脂和制作方法不同,做出的油辣椒不同。如:中原地区采用羊油来制作油辣椒;山西采用独特香料油来制作油辣椒成为有名的油泼辣子;四川地区常用的菜籽油制作油辣椒;贵州采用糊辣椒来制作油辣椒;东北采用不同的混合油来制作油辣椒。制作的方法不同,油辣椒也不同。有熬制的,有热油浇制的,有粉碎的,有撵碎的,有捣碎的。再就是辣椒品种的不同,他们的辣度、色泽、香味均不相同,这样做出的油辣椒也不同。另外,添加或不添加辅料也会让油辣椒区别很大。

(15) 麻辣鲜

采用辣椒粉、花椒粉、香辛料、食盐、味精、I+G、填充物等粉碎、调配、混合均匀等工艺加工而成。麻辣鲜能形成具有麻辣味的调味品,非常畅销。

(16) 甜面酱

甜面酱是日常生活中常用的调味品之一。随着复合化调味品的发展,甜面酱销售市场一直在萎缩,唯有根据消费者的需求做调味升级化才能改变现状。

(17) 蚝油

采用牡蛎蒸、煮后的汁液或者牡蛎肉酶解物,糖,食盐,增稠剂,淀粉,改性淀粉,食用香料及其他辅料等,经调配、混合、均质或不均质等工艺加工而制成的甜咸参半的半汁半酱状调味品。常作为火锅蘸酱配套使用,被消费者认为是使火锅增鲜的佳品之一。

(18) 卤汁

采用多种香辛料、食盐、味精等原料熬制而成,可用来卤制肉类、蔬菜类、蛋类,也可以用于烧菜、煮面、火锅汤料等。卤汁浓缩化发展潜力巨大,可用于方便快捷标准化的卤制菜肴。

(19) 芝麻酱

芝麻酱是常用的调味酱,尤其是老北京拌酱面、热干面、沙县拌面等均需要高品质的原汁原味的芝麻酱。将传统芝麻酱加工工艺工业化,可以大幅提高芝麻酱的品质。

(20) 花生酱

花生酱复合化,做成一些直接食用,不需要添加其他调味料的花生酱才是市场需要的。新创意的花生酱是可以看见花生半颗粒,直接用于做菜、做饭、做小吃。创新吃法是花生酱搭配冰激凌,让辣味的花生酱与低温口感的冰激凌混合成为一体的独特口感。

(21) 其他调味酱

采用两种或两种以上肉类、蔬菜类、蛋类、海鲜类、油类、香辛料类原料及其相应的原料提取物、食盐、味精、白糖、食用香料、香辛料及其他辅料等,经过调配、熬制或煮制或炒制、混合、绞磨、均质或者不均质等工艺加工而成的呈酱状调味品,如麻辣酱、香辣酱、泰辣酱、甜辣酱、果蔬酱、浓汤宝、沙茶酱、柱侯酱、鱼香酱、火腿汁、番茄汁、银杏酱、炒菜酱、辣甜沙司、京都汁、干锅酱、重庆小面辣酱、红酱、酸汤鱼酱、鲍鱼酱、劲辣酱、酸辣酱等不同特点风味和滋味的酱状调味品。