

2016-2022年中国酱油产业现状调查与十三五发展 策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国酱油产业现状调查与十三五发展策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/240597240597.html>

报告价格：电子版：7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版：7500

订购电话：400-007-6266 010-86223221

电子邮箱：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

酱油俗称豉油，主要由大豆、小麦、食盐经过制油、发酵等程序酿制而成的。酱油的成分比较复杂，除食盐的成分外，还有多种氨基酸、糖类、有机酸、色素及香料等成分。以咸味为主，亦有鲜味、香味等。它能增加和改善菜肴的味道，还能增添或改变菜肴的色泽。中国汉族劳动人民在数千年前就已经掌握酿制工艺了。酱油一般有老抽和生抽两种：生抽较咸，用于提鲜；老抽较淡，用于提色。2013年我国酱油行业市场规模为288.08亿元，较2012年同期增长了6.58%;2014年我国酱油行业市场规模为354.19亿元，较2013年同期增长了22.95%;2015年我国酱油行业市场规模将达到408.15亿元，较2014年同期增长15.23%.就目前我国产品的市场占有率来看，海外市场比例还很低。外资扩张明显近年中国酱油市场并购不断，外资对我国酱油企业并购浪潮愈演愈烈，国外的酱油巨头们开始疯狂圈地，许多国内酱油著名企业被尽数收编，许多有着良好商誉的本土品牌也频频被外资品牌兼并。酱油产业的生存空间酱油是应用最广泛、最普通的调味品，因此，酱油行业既非夕阳产业也非朝阳产业，而是一种常青产业，市场需求量相对稳定，客户忠诚度比较高。

2012年我国酱油行业销售规模为694.82万吨，比2011年同期增长5.93%;2013年我国酱油行业销售规模为754.47万吨，比2012年同期增长8.58%;2014年我国酱油行业销售规模为6930.92万吨，比2013年同期增长23.39%.2015我国酱油行业的主要酱油企业积极布局中高端酱油市场，尤其是中端酱油市场。海天味业、中炬高新、加加食品等酱油领先企业都已经在做多品类的推广，并且产能扩建也考虑了其他调味品未来的发展趋势，本土酱油领先企业在经历了渠道精细化之后，会更多的通过产品研发或者并购的方式延伸到调味品的其他子行业，成为整个调味品行业的整合者。全国品牌更有竞争优势继续抢占市场份额。以海天味业、中炬高新、加加和李锦记为代表的全国品牌，在口味以及渠道上具有较强竞争优势，通过全国性的广告宣传和渠道渗透，占领了部分市场，实现了全国性扩张，但现在仍然没有一个真正的覆盖全国的品牌。本土领先企业将利用品牌、口味、渠道优势，继续提高市场份额。

中国报告网发布的《2016-2022年中国酱油产业现状调查与十三五发展策略研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

【报告大纲】

第一部分 酱油行业运行现状

第一章 中国酱油行业PEST模型分析

第一节 酱油行业定义统计标准

一、 酱油行业概念及分类

1、 酱油行业概念

2、 酱油行业分类

二、 酱油行业统计部门和统计口径

三、 酱油行业产业链结构分析

四、 酱油行业发展周期分析

1、 行业周期简介

2、 酱油行业企业周期研判

第二节 中国酱油行业政策环境分析 (P)

一、 行业相关政策动向

二、 行业产品质量标准

三、 行业生产安全标准

四、 我国贸易环境分析

五、 行业"十二五"发展规划

第三节 中国酱油行业经济环境分析 (E)

一、 国际宏观经济及对酱油行业影响

二、 国内宏观经济及对酱油行业影响

三、 食品制造行业主要经济指标分析

四、 酱油行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国酱油行业社会环境分析 (S)

一、 我国人口因素及对酱油行业影响

二、 酱油人均消费及发展影响

三、 国内生活方式及对酱油行业影响

第五节 中国酱油行业技术环境分析 (T)

一、 生产技术

二、 安全检测技术

第二章 2011-2015年全球酱油行业市场发展状况分析

第一节 2011-2015年世界酱油行业发展状况

一、 世界酱油行业生产情况

二、 世界酱油消费及趋势分析

三、世界酱油行业发展趋势分析

第二节 美国酱油行业现状分析

一、美国酱油行业的市场现状

二、美国酱油行业的市场特征

第三节 日本酱油行业现状分析

一、日本酱油行业的市场规模

二、日本酱油行业的市场特征

三、日本酱油市场销售特征

第四节 欧洲酱油行业市场状况

一、欧洲酱油行业的市场现状

二、欧洲酱油行业的市场特征

第五节 主要跨国酱油公司在中国市场的投资布局

第二部分 酱油行业市场分析

第三章 2011-2015年我国酱油行业现状及市场发展分析

第一节 2011-2015年我国酱油行业发展现状

一、酱油行业市场规模

二、酱油行业产品发展现状

三、酱油行业消费市场现状

第二节 2011-2015年酱油行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2011-2015年酱油市场结构和价格走势分析

一、2011-2015年我国酱油市场结构和价格走势概述

二、2011-2015年我国酱油市场结构分析

三、2011-2015年我国酱油市场价格走势分析

第四节 2015年重点城市酱油市场发展情况

第四章 2011-2015年中国酱油行业财务指标与供需情况分析

第一节 2011-2015年中国酱油行业经济运行主要特点

第二节 2011-2015年酱油行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2011-2015年全国酱油行业供给情况分析

一、全国酱油行业成品分析

二、全国酱油行业总资产分析

三、各地区酱油行业供给情况分析

第四节 2011-2015年全国酱油行业需求情况分析

一、全国酱油行业生产规模分析

二、全国酱油行业销售收入分析

三、全国酱油行业产销率分析

四、各地区酱油行业需求情况分析

第五节 2011-2015年中国酱油行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构及数量

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构及数量

第五章 酱油区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

第二节 东北地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

第三节 华东地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

第四节 华南地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

第五节 中南地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

第六节 西南地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

三、2011-2015年市场规模情况分析

第七节 西北地区

一、2011-2015年行业发展现状分析

二、2011-2015年市场需求情况分析

第六章 中国酱油行业消费市场分析

第一节 中国酱油消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2011-2015年消费者收入水平

三、2014年我国消费者信心指数分析

第二节 酱油行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、我国不同地区的消费者偏好调查

第三节 酱油市场消费需求分析

一、酱油市场的消费需求变化

二、酱油行业的需求情况分析

三、2015年酱油品牌市场消费需求趋势

第四节 酱油消费市场状况分析

一、酱油行业消费特点

二、酱油消费者分析

三、酱油消费结构分析

四、酱油消费的市场变化

五、酱油市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 酱油行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、酱油行业品牌市场占有率调查

第三部分 酱油行业竞争格局

第七章 酱油行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 2011-2015年酱油行业竞争格局分析

- 一、2011-2015年国内外酱油竞争分析
- 二、2011-2015年我国酱油市场竞争分析
- 三、2016-2022年国内主要酱油企业动向

第四节 酱油市场竞争策略分析

- 一、2014-2015年酱油市场增长潜力分析
- 二、2014-2015年酱油主要潜力品种分析
- 三、现有酱油产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 酱油企业竞争策略分析

- 一、酱油行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2016-2022年我国酱油市场竞争趋势
- 三、2016-2022年酱油行业竞争策略分析

1、差异化战略

2、成本领先战略

第六节 2016-2022年酱油企业竞争策略分析

- 一、提高企业核心竞争力的对策

二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径

1、影响企业核心竞争力的因素

2、提升企业核心竞争力的有效途径

三、提高企业竞争力的策略

1、建立现代企业制度和先进的企业文化。

2、以技术创新保证企业有持久的核心技术

3、实施企业战略管理

第八章 主要酱油企业竞争分析

第一节 佛山市海天调味食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

1、丰富产品

2、科研优势

3、庞大网络

4、文脉深远

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第二节 李锦记（中国）销售有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三节 加加食品集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

1、创新优势

2、品牌优势

3、销售渠道及区域优势

4、质量控制优势

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第四节 上海淘大食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

第五节 广东美味鲜调味食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第六节 北京二商金狮龙门食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第七节 福达（中国）投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第八节 中炬高新技术实业（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第九节 金冠食品（福建）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第十节 鹤山市东古调味食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第四部分 酱油行业发展趋势

第九章 酱油行业发展趋势与前景预测

第一节 我国酱油行业前景与机遇分析

- 一、我国酱油行业发展前景
- 二、我国酱油发展机遇分析

第二节 2016-2022年中国酱油市场趋势分析

一、2011-2015年酱油市场趋势总结

二、2016-2022年酱油市场发展空间

三、2016-2022年酱油产业政策趋向

四、2016-2022年酱油技术革新趋势

五、2016-2022年酱油价格走势分析

第三节 未来酱油需求与消费预测

一、2016-2022年酱油市场规模预测

二、2016-2022年酱油行业总资产预测

三、2016-2022年酱油行业销售收入预测

第四节 2016-2022年中国酱油行业供需预测

一、2016-2022年中国酱油供给预测

二、2016-2022年中国酱油需求预测

三、2016-2022年中国酱油产品价格趋势

四、2016-2022年主要酱油产品进出口预测

第十章 酱油行业投资现状与投资环境分析

第一节 2011-2015年酱油行业投资情况分析

一、2011-2015年总体投资结构及项目

二、2011-2015年投资规模及增速

三、2014-2015年分行业投资分析

四、2014-2015年分地区投资分析

五、2011-2015年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

一、中国GDP增长分析

二、居民可支配收入分析

三、"城市化"水平提高

第三节 政策法规环境分析

第四节 技术发展环境分析

一、2014-2015年酱油技术发展分析

二、2016-2022年酱油技术发展趋势分析

第五节 投资和融资发展环境

一、金融开放

1、经验和教训

2、金融开放的四步骤规则

3、我国的金融开放

二、金融财政政策

三、金融货币政策

四、外汇政策

五、银行信贷政策

第十一章 酱油行业投资机会与风险分析

第一节 行业投资收益率比较及分析

二、2011-2015年行业投资收益率分析

第二节 酱油行业投资效益分析

一、2011-2015年酱油行业投资状况分析

二、2016-2022年酱油行业投资效益分析

三、2016-2022年酱油行业投资趋势预测

四、2016-2022年酱油行业投资的建议

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响酱油行业发展的主要因素 (SWOT分析)

一、2016-2022年影响酱油行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响酱油行业运行的不利因素分析

三、2016-2022年我国酱油行业发展面临的挑战分析

四、2016-2022年我国酱油行业发展面临的机遇分析

第四节 酱油行业投资风险及控制策略分析

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、资金短缺风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、经营风险及防范

六、供求风险及防范

七、其他风险及防范

第十二章 酱油行业投资战略研究

第一节 酱油行业发展战略研究

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、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国酱油品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、酱油实施品牌战略的意义
- 三、酱油企业品牌的现状分析
- 四、我国酱油企业的品牌战略
- 五、酱油品牌战略管理的策略

第三节 酱油经营策略分析

- 一、酱油市场细分策略
- 二、酱油市场创新策略
- 1、服务营销
- 2、服务营销要素
- 三、饮料品牌定位与品类规划
- 1、市场定位
- 2、品牌定位
- 3、产品定位的基本原则
- 四、酱油新产品差异化战略

- 1、差异化战略
- 2、成本领先战略

第四节 投资战略研究

- 一、2014-2015年酱油行业投资战略
- 二、2016-2022年酱油行业投资战略

图表目录

- 图表：酱油行业企业成长阶段特点及判断标准
- 图表：酱油按照等级分类的标准
- 图表：2015年1-9月我国食品制造行业主要经济指标
- 图表：2011-2015年我国人均酱油量（单位：升/人）
- 图表：2011-2015年全球酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年美国酱油行业市场规模
- 图表：2011-2015年日本酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年欧洲酱油行业上次规模
- 图表：2011-2015年我国酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年我国酱油行业销售数量及增长率
- 图表：2015年9月我国各省市或地区瓶装500ml酱油价格
- 图表：2011-2015年我国500ml酱油市场平均价格走势
- 图表：2015年1-6月我国各省市或地区酱油产量（单位：吨）

- 图表：2011-2015年9月我国酱油行业毛利率
- 图表：2011-2015年9月我国酱油行业营业利润率
- 图表：2011-2015年9月我国酱油行业存货周转率（次）
- 图表：2011-2015年9月我国酱油行业资产负债率
- 图表：2011-2015年9月我国酱油行业
- 图表：2011-2015年我国酱油行业总资产及增长率
- 图表：2011-2015年我国酱油行业销售规模及增长率
- 图表：2011-2015年我国酱油行业产量规模及增长率
- 图表：2011-2015年酱油行业销售收入及增长率
- 图表：2011-2015年我国酱油行业销售率
- 图表：2011-2015年酱油行业出口金额及增长率
- 图表：2011-2015年酱油行业出口数量及增长率
- 图表：2011-2015年我国酱油行业进口金额及增长率
- 图表：2011-2015年我国酱油行业进口规模及增长率
- 图表：2011-2015年华北地区酱油行业生产规模及增长率
- 图表：2011-2015年华北地区酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年东北地区酱油行业生产规模及增长率
- 图表：2011-2015年东北地区酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年华东地区酱油行业生产规模及增长率
- 图表：2011-2015年华东地区酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年华南地区酱油行业生产规模及增长率
- 图表：2011-2015年华南地区酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年中南地区酱油行业生产规模及增长率
- 图表：2011-2015年中南地区酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年西南地区酱油行业生产规模及增长率
- 图表：2011-2015年西南地区酱油行业市场规模及增长率
- 图表：2011-2015年西北地区酱油行业生产规模及增长率
- 图表：2014年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比
- 图表：2014年我国居民消费价格月度涨跌幅度
- 图表：2014-2015年我国不同收入水平消费者对酱油偏好
- 图表：2011-2015年不同年龄的消费者的比例
- 图表：2014年我国不同地区的消费者对酱油的偏好
- 图表：2014年我国消费者对行业产品的品牌偏好
- 图表：2014年我国消费者对行业品牌认渠道
- 图表：2014-2015年我国酱油行业市场集中度

图表：2014年我国酱油行业市场集中度

图表：2014年我国酱油行业区域集中度

图表：海天调味食品股份有限公司主营结构

图表：2011-2015年海天调味食品股份有限公司酱油销金额及增长率

图表：2011-2015年海天调味食品股份有限公司酱油产量及增长率

图表：2011-2015年6月海天调味食品股份有限公司酱油毛利率

图表：2011-2015年李锦记（中国）销售有限公司酱油销金额及增长率

图表：2011-2015年李锦记（中国）销售有限公司酱油产量及增长率

图表：2011-2015年6月李锦记（中国）销售有限公司酱油毛利率

图表：加加食品集团股份有限公司主营结构

图表：2011-2015年加加食品集团股份有限公司酱油销金额及增长率

图表：2011-2015年加加食品集团股份有限公司酱油产量及增长率

图表：2011-2015年6月加加食品集团股份有限公司酱油毛利率

图表：2011-2015年上海淘大食品有限公司酱油销金额及增长率

图表：2011-2015年上海淘大食品有限公司酱油产量及增长率

图表：2011-2015年6月上海淘大食品有限公司酱油毛利率

图表：2011-2015年6月广东美味鲜调味食品有限公司酱油毛利率

图表：2011-2015年海天调味食品股份有限公司酱油销金额及增长率

图表：2011-2015年6月海天调味食品股份有限公司酱油毛利率

图表：2011-2015年6月福达（中国）投资有限公司酱油毛利率

图表：中炬高新技术实业（集团）股份有限公司主营结构

图表：2011-2015年中炬高新技术实业（集团）股份有限公司调味剂行业销金额及增长率

图表：2011-2015年6月中炬高新技术实业（集团）股份有限公司酱油毛利率

图表：2011-2015年6月金冠食品（福建）有限公司酱油毛利率

图表：2011-2015年金冠食品（福建）有限公司酱油产量及增长率

图表：2011-2015年6月鹤山市东古调味食品有限公司酱油毛利率

图表：2016-2022年我国酱油价格走势

图表：2016-2022年我国酱油行业市场规模及增长率

图表：2016-2022年我国酱油行业总资产及增长率

图表：2016-2022年我国酱油行业销售金额及增长率

图表：2016-2022年我国酱油行业产量规模及增长率

图表：2016-2022年我国酱油行业销售规模及增长率

图表：2016-2022年我国500ml酱油平均价格走势

图表：2016-2022年我国酱油出口金额及增长率

图表：2016-2022年我国酱油进口金额及增长率

图表：2011-2015年我国酱油行业投资规模及增长率

图表：2014-2015年我国酱油行业细分行业投资情况

图表：2014-2015年我国酱油行业分地区投资情况

图表：2011-2015年我国酱油行业外商投资情况

图表：2012-2015年我国GDP值及增长率

图表：2014-2015年相关产业投资收益率比较

图表：2016-2022年我国酱油行业投资收益率

图表：2016-2022年我国酱油行业投资效益

图表详见正文 • • • • •

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/240597240597.html>