

2020-2025年中国酱油行业市场调查研究及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国酱油行业市场调查研究及投资战略咨询报告》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://www.huaon.com/detail/513188.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

酱油是中国传统的调味品，用豆、麦、麸皮酿造的液体调味品，色泽红褐色，有独特酱香，滋味鲜美，有助于促进食欲。

酱油是由酱演变而来，早在三千多年前，中国周朝就有制做酱的记载了，而中国古代劳动人民发明酱油之酿造纯粹是偶然地发现，中国古代皇帝御用的调味品，最早的酱油是由鲜肉腌制而成，与现今的鱼露制造过程相近，因为风味绝佳渐渐流传到民间，后来发现大豆制成风味相似且便宜，才广为流传食用，而早期随着佛教僧侣之传播，遍及世界各地，如日本、韩国、东南亚一带，中国酱油之制造，早期是一种家事艺术与秘密，其酿造多由某个师傅把持，其技术往往是由子孙代代相传或由一派的师傅传授下去，形成某一方式之酿造法。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

第一章 酱油行业相关概述

1.1 调味品简述

1.1.1 中国调味产品体系

1.1.2 调味品的分类

1.1.3 调味品的市场特征

1.1.4 几种主要调味品的特性

1.2 酱油阐述

1.2.1 酱油加工原料

1.2.2 酱油营养功效

1.2.3 酱油营养功效

1.3 酱油的分类

1.3.1 按照制造工艺分类

1.3.2 按国标的分类

1.3.3 按照颜色分类

1.3.4 按照等级分类

1.4 中国酱油主要生产工艺流程

1.4.1 低盐固态工艺流程

1.4.2 高盐稀态工艺流程

1.4.3 分酿固稀发酵法工艺流程

第二章 酱油国内产品价格走势及影响因素分析

2.1 国内产品价格回顾

2.2 国内产品当前市场价格及评述

2.3 国内产品价格影响因素分析

2.4 2020-2025年国内产品未来价格走势预测

第三章 2015-2019年中国酱油行业发展环境分析

3.1 中国宏观经济环境分析

3.1.1 GDP历史变动轨迹分析

3.1.2 固定资产投资历史变动轨迹分析

3.1.3 2020-2025年中国宏观经济发展预测分析

3.2 中国酱油行业政策环境分析

3.2.1 调味品行业新标准

3.2.2 食醋卫生标准

3.2.3 酱油标准

3.2.4 《调味品经销商经营管理规范》

3.3 中国酱油行业发展社会环境分析

第四章 2015-2019年全球主要地区酱油所属行业运行情况分析

4.1 2015-2019年日本酱油市场分析

4.1.1 日本酱油的种类

4.1.2 日本酱油生产工艺特点

4.1.3 日本酱油生产企业

4.1.4 中国酱油与日本酱油行业发展比较分析

4.2 2015-2019年美国酱油市场分析

4.2.2 美国酱油市场概况

4.2.3 美国酱油市场规模及预测

4.3 2015-2019年中国台湾地区酱油市场分析

4.3.1 台湾酱油市场概况

4.3.2 台湾酱油标准

4.3.3 台湾酱油品质

4.3.4 台湾黑豆酱油分析

4.3.5 台湾酱油市场规模及预测

第五章 2015-2019年中国酱油所属行业运行形势分析

5.1 2015-2019年中国酱油行业现状分析

5.1.1 中国酱油的产业发展状况

5.1.2 2015-2019年国内外名牌酱油质量比较

5.2 2015-2019年中国酱油行业安全信用状况分析

5.3 2015-2019年铁强化酱油与补铁工程

5.3.1 强化补铁关爱健康

5.3.2 铁强化添加剂——E2020T2009铁钠

5.3.3 卫生部要求铁强化酱油覆盖人群3.6亿

第六章 2015-2019年中国调味品产业整体运行态势分析

6.1 2015-2019年中国调味品行业发展总况

6.1.1 中国调味品产业发展成果

6.1.2 国内中小调味品企业须加强品牌建设

6.1.3 国内调味品行业重点企业分析

6.1.4 调味品生产模式的改造分析

6.2 2015-2019年中国调味品市场综述

6.2.1 中国调味品市场发展特点

6.2.2 国内调味品市场进入调整阶段

6.2.3 西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展

6.2.4 消费升级带动调味品市场细分趋势

6.3 2015-2019年中国调味品包装分析

6.3.1 调味品包装发展概况

6.3.2 包装成为调味品行业发展动力

6.3.3 调味品包装运用中存在的问题

6.3.4 塑料软管包装成调味品包装新趋势

6.4 2015-2019年中国调味品业存在的问题及对策

6.4.1 “黑调料”充斥低端市场

6.4.2 高成本低效益

6.4.3 地方品牌居多品牌知名度不强

6.4.4 原料涨价持续不退生产硬成本逐步提高

第七章 中国酱油行业细分市场分析

7.1 酿造酱油

- 7.1.1 市场细分充分程度
- 7.1.2 市场细分发展趋势
- 7.1.3 市场细分战略研究
- 7.1.4 细分市场结构分析
- 7.2 配制酱油
 - 7.2.1 市场发展现状概述
 - 7.2.2 行业市场规模分析
 - 7.2.3 行业市场需求分析
 - 7.2.4 产品市场潜力分析
- 7.3 生抽
 - 7.3.1 市场发展现状概述
 - 7.3.2 行业市场规模分析
 - 7.3.3 行业市场需求分析
 - 7.3.4 产品市场潜力分析
- 7.4 老抽
 - 7.4.1 市场发展现状概述
 - 7.4.2 行业市场规模分析
 - 7.4.3 行业市场需求分析
 - 7.4.4 产品市场潜力分析
- 7.5 Sansheng Consulting建议
 - 7.5.1 细分市场研究结论
 - 7.5.2 细分市场北京产业研究院建议

第八章 中国酱油行业上、下游产业链分析

- 8.1 酱油行业产业链概述
 - 8.1.1 产业链定义
 - 8.1.2 酱油行业产业链
- 8.2 酱油行业上游产业链分析
 - 8.2.1 大豆
 - 1、2019年中国大豆供需分析
 - 2、传统非转基因大豆面临巨大商机
 - 3、2019年大豆价格分析
 - 4、2020-2025年中国大豆行业发展趋势分析
 - 8.2.2 小麦
 - 1、2019年中国小麦市场分析

- 2、中国小麦市场影响因素及价格分析
- 3、中央政策对小麦市场的影响
- 4、2020-2025年中国小麦市场预测分析
- 8.4 酱油行业下游产业链分析
 - 8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状
 - 8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析
 - 8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析
 - 8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国酱油行业市场竞争格局分析

- 9.1 2015-2019年中国调味品业竞争总况
 - 9.1.1 中国调味品市场竞争加剧
 - 9.1.2 调味品行业出现专业化兼并重组现象
 - 9.1.3 外资挺进中国调味品市场
- 9.2 2015-2019年中国酱油市场竞争现状分析
 - 9.2.1 四分天下格局
 - 9.2.2 中外品牌争夺市场
 - 9.2.3 业内人才缺乏
 - 9.2.4 市场空间较大
- 9.3 2015-2019年中国酱油产业集中度分析
 - 9.3.1 2015-2019年中国酱油产业集中度分析
 - 9.3.2 酱油生产企业集中度分析
- 9.4 2015-2019年中国酱油企业提升竞争力策略分析

第十章 中国酱油行业领先企业竞争力分析

- 10.1 佛山市海天调味食品有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 东莞雀巢有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 江门市新会区李锦记（新会）食品有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 北京王致和食品集团有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 合肥统一企业有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 广东美味鲜调味食品有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 江苏恒顺集团有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

- 10.7.3 企业竞争优势分析
- 10.7.4 企业经营状况分析
- 10.7.5 企业最新发展动态
- 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 加加酱油（长沙）有限公司
- 10.8.1 企业发展基本情况
- 10.8.2 企业主要产品分析
- 10.8.3 企业竞争优势分析
- 10.8.4 企业经营状况分析
- 10.8.5 企业最新发展动态
- 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 河南省竹林恒发实业有限公司
- 10.9.1 企业发展基本情况
- 10.9.2 企业主要产品分析
- 10.9.3 企业竞争优势分析
- 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.9.5 企业最新发展动态
- 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 遵化市万全调料酿造有限公司
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2019年中国酱油营销分析

- 11.1 营销现状
- 11.1.1 产品组合较完善
- 11.1.2 实行成本加成定价法
- 11.1.3 采取间接渠道模式
- 11.1.4 采用多种促销方式
- 11.2 营销中主要存在的问题
- 11.2.1 产品细分不全面，缺少高端产品
- 11.2.2 成本过高导致价格过高

11.2.3 渠道建设不全面，多家经销模式受到挑战

11.2.4 促销力度不够

11.3 营销策略

11.3.1 加强产品细分，进行高端产品研发

11.3.2 转向顾客导向型定价

11.3.3 开发多元化渠道，设立直营部门

11.3.4 采用灵活多样的促销方式

第十二章 2020-2025年中国酱油业的发展前景与投资预测分析

12.1 2020-2025年中国酱油产业发展趋势分析

12.1.1 品牌发展趋势分析

12.1.2 酱油制造业预测分析

12.1.3 酱油市场竞争格局预测分析

12.2 2020-2025年中国酱油市场预测分析

12.2.1 中国酱油产量预测分析

12.2.2 中国酱油需求预测

12.3 2020-2025年酱油行业投资机会分析

12.4 2020-2025年中国酱油行业投资风险分析

12.5 中国酱油业发展建议及投资策略分析

第十三章 研究结论及建议

13.1 研究结论（AK ZWY）

13.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：2015-2019年国内生产总值

图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2015-2019年年末国家外汇储备

图表：2015-2019年财政收入

图表：2015-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：佛山市海天调味食品有限公司主要经济指标走势图

图表：佛山市海天调味食品有限公司经营收入走势图

图表：佛山市海天调味食品有限公司盈利指标走势图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/513188.html>