

2017-2022年中国酱油行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国酱油行业市场研究及发展前景预测报告》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/287957.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

酱油中甜味主要来自于原料中的淀粉经曲霉淀粉酶水解生成的葡萄糖和麦芽糖；其次是蛋白质水解后所产生的游离氨基酸中呈甜味的甘氨酸、丙氨酸、苏氨酸和脯氨酸等；在发酵过程中，水解生成的甘油微甜。

酱油中的有机酸有二十多种，酱油的酸度以呈弱酸性(含酸1.5%左右)时最适宜，可产生爽口的感觉，且能增加酱油的滋味。

酱油的成分中有呈苦味的物质存在，但苦味在酱油合成中被改变了味道，苦味消失。

通常情况下，酱油需与食盐并用，应先调入酱油，待酱油确定后再调入适量的盐，即所谓“先调色，后调味”。

酱油在加热过程中有三个变化：糖分减少，酸度增加，颜色加深。因此，必须把握好用酱油调色的尺度，防止成菜的色泽过深

酱油的鲜味和营养价值取决于氨基酸态氮含量的高低，一般来说氨基酸态氮越高，酱油的等级就越高，也就是说品质越好。按照我国酿造酱油的标准，氨基酸态氮》大于等于0.8克/100ml为特级

特鲜酱油工艺流程

氨基酸态氮的高低代表着酱油的鲜味程度，其作为酱油等级衡量的标准具有很大的意义，所以大多数企业都在不断的提升公司的配制技术和研发技术，已达到高氨基酸态氮的高标准，从而已达到更高的商业价值。

项目

指标

高盐稀态发酵酱油

(含固稀发酵酱油)

低盐固态发酵酱油

特级

一级

二级

三级

特级

一级

二级

三级

可溶性无盐固形物，

(g/100ml) ≥

15.00

13.00

10.00

8.00

20.00

18.00

15.00

10.00

全氮（以氮计，g/100ml）≥

1.50

1.30

1.00

0.70

1.60

1.40

1.20

0.80

氨基酸态氮（以氮计，

g/100ml）≥

0.80

0.70

0.55

0.40

0.80

0.70

0.60

0.40

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：

第一章酱油产业相关概述 20

第一节调味品简述 20

一、我国调味产品体系 20

二、调味品的分类 20

我们按照调味品在是否有渊源以及工艺的可改造性将其划分为传统调味品和新式调味品。其中传统调味品包括醋，酱油，榨菜、蚝油和调味粉等。这些品类的特点在于：标准化程度相对较低；工艺具有复杂性；消费者认同度高（存在时间均超过了百年），其发展的过程也是文化传承的过程，所谓传统指的是其被人们接受度高，工艺，管理都是现代的。

而新式调味品则主要包括鸡精，味精及相关氨基酸产品，番茄酱等产品。这类产品的特点是：都是外部引进，相对传统调味品在中国存在的时间不长，家庭消费者接受度还在培养过程中（除味精外）。

调味品行业分类及对应主要公司分布

三、调味品的市场特征 22

四、几种主要调味品的特性 23

第二节酱油阐述 24

一、酱油加工原料 24

二、酱油营养功效 24

三、酱油生产工艺 26

第三节酱油的种类 27

一、酿造酱油 27

二、配制酱油 28

三、生抽 28

四、老抽 28

第四节酱油食疗价值 28

第二章2012-2016年全球酱油行业发展状况分析 30

第一节2012-2016年全球酱油发展现状 30

一、全球酱油市场消费形势 30

二、大豆带动世界酱油价格大幅上涨 30

三、全球酱油品牌市场动态分析 30

第二节2012-2016年全球酱油市场运行分析 31

一、世界酱油出产量之最 31

二、全球酱油包装分析 31

三、全球酱油进出口分析 32

第三节2017-2022年全球酱油行业发展趋势分析 32

第三章2012-2016年全球主要地区酱油行业运行情况分析 34

第一节2012-2016年日本酱油市场分析 34

- 一、日本酱油的种类 34
- 二、日本酱油生产工艺特点 34
- 三、日本酱油生产企业 35
- 四、中国酱油与日本酱油行业发展比较分析 35

第二节2012-2016年美国酱油市场分析 40

- 一、美国酱油市场概况 40
- 二、美国酱油市场规模及预测 40

第三节2012-2016年中国台湾地区酱油市场分析 41

- 一、台湾酱油市场概况 41
- 二、台湾酱油标准 42
- 三、台湾酱油品质 43
- 四、台湾黑豆酱油分析 44
- 五、台湾酱油市场规模及预测 45

第四章2012-2016年中国酱油行业发展环境分析 46

第一节2012-2016年中国宏观经济环境分析 46

- 一、中国GDP分析 46
- 二、消费价格指数分析 46
- 三、城乡居民收入分析 47
- 四、社会消费品零售总额 49
- 五、全社会固定资产投资分析 49
- 六、进出口总额及增长率分析 51

第二节2012-2016年中国酱油行业政策环境分析 53

- 一、调味品行业新标准 53
- 二、食醋卫生标准 54
- 三、酱油标准 56
- 四、《调味品经销商经营管理规范》 57

第三节2012-2016年中国酱油行业发展社会环境分析 58

第五章2012-2016年中国调味品产业整体运行态势分析 63

第一节2012-2016年中国调味品行业发展总况 63

- 一、我国调味品产业发展成果 63
- 二、国内中小调味品企业须加强品牌建设 64
- 三、国内调味品行业重点企业分析 67

四、调味品生产模式的改造分析 68

第二节2012-2016年中国调味品市场综述 70

一、我国调味品市场发展特点 70

二、国内调味品市场进入调整阶段 71

三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展 72

四、消费升级带动调味品市场细分趋势 73

第三节2012-2016年中国调味品包装分析 76

一、调味品包装发展概况 76

二、包装成为调味品行业发展动力 81

三、调味品包装运用中存在的问题 81

四、塑料软管包装成调味品包装新趋势 83

第四节2012-2016年中国调味品业存在的问题及对策 84

一、“黑调料”充斥低端市场 84

二、高成本低效益 85

三、地方品牌居多品牌知名度不强 85

四、原料涨价持续不退生产硬成本逐步提高 86

第六章2012-2016年中国酱油行业运行形势分析 87

第一节2012-2016年中国酱油行业现状分析 87

一、中国酱油的产业发展状况 87

酱油的占有率来看,18家酱油企业的84种酱油产品里特级与三级酱油占比较大,合计占85%。我国酱油行业仍在快速发展期,集中度提高、结构调整是长期趋势,工艺以高盐稀态和低盐固态为主,其中高盐稀态生产出的酱油质量较高,具有浓郁的醇香风味。许多企业结合不同工艺特点提出了原池浇淋发酵工艺,在一定程度上解决了低盐固态工艺的一些不足。近年来,由于消费者消费水平和营养保健意识的提升,级别较高,具有特色的酱油产品消费量逐步提升。三级酱油也有广大的受众市场,集中在三线城市、远郊区县和农村市场。

酱油消费形势分级统计

二、中国酱油的营养成分及功能作用 87

三、2012-2016年国内外名牌酱油质量比较 89

第二节2012-2016年中国酱油行业安全信用状况分析 89

第三节2012-2016年铁强化酱油与补铁工程 91

一、强化补铁关爱健康 91

二、铁强化添加剂——EDTA铁钠 92

三、卫生部要求铁强化酱油覆盖人群3.6亿 93

第七章2012-2016年中国酱油产量统计分析 95

第一节2012-2016年全国酱油产量分析 95

2015年10月酱油产量当月谜团908622.7吨，当月同比值15.38%，累计值8030666.83吨，累计同比5.58%。

2013年4月到2015年10月酱油产量当月值及累计值

第二节2016年4月全国及主要省份酱油产量分析 95

第三节2016年4月酱油产量集中度分析 97

第八章2012-2016年中国酱油制造行业主要数据监测分析 99

第一节2012-2016年4月中国酱油制造行业规模分析 99

一、企业数量增长分析 99

二、从业人数增长分析 99

三、资产规模增长分析 100

第二节2016年4月中国酱油制造行业结构分析 101

一、企业数量结构分析 101

1、不同类型分析 101

2、不同所有制分析 101

二、销售收入结构分析 101

1、不同类型分析 101

2、不同所有制分析 102

第三节2012-2016年4月中国酱油制造行业产值分析 102

一、产成品增长分析 102

二、工业销售产值分析 103

三、出口 交货值分析 103

第四节2012-2016年4月中国酱油制造行业成本费用分析 104

一、销售成本分析 104

二、费用统计 105

第五节2012-2016年4月中国酱油制造行业盈利能力分析 105

一、主要盈利指标分析 105

二、主要盈利能力指标分析 106

第九章2012-2016年中国酱油进出口数据监测分析（21031000） 107

第一节2012-2016年中国酱油进口数据分析 107

一、进口数量分析 107

二、进口金额分析 107

第二节2012-2016年中国酱油出口数据分析 108

一、出口数量分析 108

二、出口金额分析 108

第三节2012-2016年中国酱油进出口平均单价分析 109

第四节2012-2016年中国酱油进出口国家及地区分析 109

一、进口国家及地区分析 109

二、出口国家及地区分析 110

第十章2012-2016年中国酱油行业市场调查分析 111

第一节2012-2016年中国酱油市场销售模式 111

一、调味品销售市场 111

二、酱油市场销售模式 113

三、酱油销售新渠道 113

第二节2012-2016年中国酱油消费者行为分析 114

一、消费者购买酱油产品的地点 114

二、影响消费者购买酱油产品的因素 114

三、消费者购买酱油产品时关注的问题 115

四、消费者在食用中遇到的问题 115

五、消费者对ISO8000、HACCP体系的认知度 116

六、消费者了解安全事件的信息来源 116

第十一章2012-2016年中国酱油行业市场竞争格局分析 119

第一节2012-2016年中国调味品业竞争总况 119

一、我国调味品市场竞争加剧 119

二、调味品行业出现专业化兼并重组现象 120

三、外资挺进中国调味品市场 122

第二节2012-2016年中国酱油市场竞争现状分析 122

一、四分天下格局 122

二、中外品牌争夺市场 124

三、业内人才缺乏 124

四、市场空间较大 124

第三节2012-2016年中国酱油产业集中度分析 125

一、酱油市场集中度分析 125

二、酱油生产企业集中度分析 125

第四节2012-2016年中国酱油企业提升竞争力策略分析 126

第十二章2012-2016年中国酱油行业重点企业运营关键性财务指标分析 128

第一节佛山市海天调味食品有限公司 129

一、企业发展简况分析130

二、企业经营情况分析131

三、企业经营优劣势分析132

第二节东莞雀巢有限公司 133

一、企业发展简况分析134

二、企业经营情况分析135

三、企业经营优劣势分析136

第三节江门市新会区李锦记（新会）食品有限公司 137

一、企业发展简况分析138

二、企业经营情况分析139

三、企业经营优劣势分析140

第四节北京王致和食品集团有限公司 141

一、企业发展简况分析142

二、企业经营情况分析143

三、企业经营优劣势分析 144

第五节合肥统一企业有限公司 145

一、企业发展简况分析146

二、企业经营情况分析147

三、企业经营优劣势分析 1148

第六节广东美味鲜调味食品有限公司 149

一、企业发展简况分析150

二、企业经营情况分析151

三、企业经营优劣势分析152

第七节江苏恒顺集团有限公司 153.

一、企业发展简况分析154

二、企业经营情况分析155

三、企业经营优劣势分析 156

第八节加加酱油（长沙）有限公司 157

一、企业发展简况分析157

二、企业经营情况分析159

三、企业经营优劣势分析 160

第九节河南省竹林恒发实业有限公司 161

一、企业发展简况分析162

二、企业经营情况分析163

三、企业经营优劣势分析164

第十节遵化市万全调料酿造有限公司 165

一、企业发展简况分析166

二、企业经营情况分析167

三、企业经营优劣势分析168

第十三章2012-2016年中国酱油原料市场运行动态分析 169

第一节大豆 169

一、我国大豆供给情况分析 169

1、种植规模及产区分布 169

2、大豆产量统计分析 174

二、我国大豆市场需求消费情况 174

二、传统非转基因大豆面临巨大商机 175

三、大豆市场价格监测 177

四、2017-2022年中国大豆原料供给预测分析 178

第二节小麦 179

一、我国小麦供给情况分析 179

1、种植规模及产区分布 179

2、小麦产量统计分析 179

二、中国小麦市场影响因素及价格分析 180

三、中央政策对小麦市场的影响 181

四、2017-2022年中国小麦原料供给预测分析 181

第十四章2017-2022年中国酱油业的发展前景与趋势分析 183

第一节2017-2022年中国酱油产业发展趋势分析 183

一、品牌发展趋势分析 183

二、酱油制造业预测分析 184

三、酱油市场竞争格局预测分析 185

第二节2017-2022年中国酱油市场预测分析 186

一、中国酱油产量预测分析 186

二、中国酱油需求预测 187

三、中国酱油进出口预测分析 187

第三节2017-2022年中国酱油市场盈利预测分析 188

第十五章2017-2022年中国酱油行业投资机会与风险分析 189

第一节2017-2022年中国酱油行业投资环境分析 189

第二节2017-2022年酱油行业投资机会分析 189

一、规模的发展及投资需求分析 189

二、总体经济效益判断 190

三、与产业政策调整相关的投资机会分析 190

第三节2017-2022年中国酱油行业投资风险分析 191

一、市场竞争风险 191

二、原材料压力风险分析 191

三、技术风险分析 192

四、政策和体制风险 192

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 192(AK LT)

部分图表目录：

图表1：2012-2016年美国酱油市场规模及预测 40

图表2：2012-2016年台湾酱油市场规模及预测 45

图表3：2012-2016年国内生产总值及其增长速度 46

图表4：2016年居民消费价格月度涨跌幅度 47

图表5：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度 47

图表6：2012-2016年农村居民人均纯收入 48

图表7：2012-2016年城镇居民人均纯收入 48

图表8：2016年社会消费品零售总额 49

图表9：2016年固定资产投资增速 50

图表10：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 50

图表11：2016年固定资产投资新增主要生产能力 51

图表12：2012-2016年货物进出口总额 51

图表13：2016年货物进出口总额及其增长速度 52

图表14：2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度 52

图表15：2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度 52

图表16：2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 52

图表17：2015年年末人口数及其构成 58

图表18：2012-2016年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 59

图表19：国内外名牌酱油质量比较 89

图表20：铁源感官测定结果 92

图表21：2012-2016年我国酱油产量分析 95

图表22：2016年4月全国及主要省份酱油产量分析 95

图表23：2016年4月酱油产量集中度分析 97

图表24：2012-2016年我国酱油制造行业企业数量增长分析 99

图表25：2012-2016年我国酱油制造行业从业人数增长分析 99

图表26：2012-2016年我国酱油制造行业资产规模增长分析 100

图表27：2016年我国酱油制造行业不同类型企业数量结构分析 101

图表28：2016年我国酱油制造行业不同所有制企业数量结构分析 101

图表29：2016年我国酱油制造行业不同类型企业销售收入结构分析 101

图表30：2016年我国酱油制造行业不同所有制企业销售收入结构分析 102

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/287957.html>