

2020-2026年中国酱油市场 深度分析与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国酱油市场深度分析与产业竞争格局报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/182129.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

作为我国调味品行业的第一大产业，酱油行业产销量和企业规模均居调味品行业首位，产业发展潜力广阔。从消费结构上看，2019年酱油消费量占调味品总消费量的43%。2019年酱油销量为1001万吨，同比增长5.1%，略高于调味品平均增速。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国酱油市场深度分析与产业竞争格局报告》共十五章。首先介绍了中国调味品行业市场发展环境、调味品整体运行态势等，接着分析了中国调味品行业市场运行的现状，然后介绍了调味品市场竞争格局。随后，报告对调味品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国调味品行业发展趋势与投资预测。您若想对调味品产业有个系统的了解或者想投资中国调味品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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

第一节 调味品简述

- 一、我国调味产品体系
- 二、调味品的分类
- 三、调味品的市场特征
- 四、几种主要调味品的特性

第二节 酱油阐述

- 一、酱油加工原料
- 二、酱油营养功效
- 三、酱油生产工艺

第三节 酱油的种类

- 一、酿造酱油
- 二、配制酱油
- 三、生抽
- 四、老抽

第四节 酱油食疗价值

第二章 2016-2019年全球酱油行业发展状况分析

第一节 2016-2019年全球酱油发展现状

- 一、全球酱油市场消费形势
- 二、大豆带动世界酱油价格大幅上涨
- 三、全球酱油品牌市场动态分析

第二节 2016-2019年全球酱油市场运行分析

- 一、世界酱油出产量之最
- 二、全球酱油包装分析
- 三、全球酱油进出口分析

第三节 2020-2026年全球酱油行业发展趋势分析

第三章 全球主要地区酱油行业运行情况分析

第一节 日本酱油市场分析

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

第二节 美国酱油市场分析

- 一、美国酱油市场概况
- 二、美国酱油市场规模及预测
 - 1、美国酱油市场规模
 - 2、美国酱油市场规模预测

第三节 中国台湾地区酱油市场分析

- 一、台湾酱油市场概况
- 二、台湾酱油标准
- 三、台湾酱油品质
- 四、台湾黑豆酱油分析
- 五、台湾酱油市场规模及预测
 - 1、台湾酱油市场规模
 - 2、台湾酱油市场规模预测

第四章 中国酱油行业发展环境分析

第一节 2016-2019年中国宏观经济环境分析

- 一、经济发展现状分析
- 二、当前经济主要问题
- 三、未来经济运行与政策展望

第二节 2016-2019年中国酱油行业政策环境分析

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

第三节 2016-2019年中国酱油行业发展社会环境分析

第五章 2016-2019年中国调味品产业整体运行态势分析

第一节 2016-2019年中国调味品行业发展总况

- 一、我国调味品产业发展成果
- 二、国内中小调味品企业须加强品牌建设
- 三、国内调味品行业重点企业分析
- 四、调味品生产模式的改造分析

第二节 2016-2019年中国调味品市场综述

- 一、我国调味品市场发展特点
 - 1、单一调味品产销量呈下降趋势
 - 2、调味品行业保持较快增长
 - 3、产品向高品质、天然、营养方向发展
 - 4、行业品牌集中度正在逐步形成
 - 5、食品加工配料市场扩大
 - 6、市场营销渠道多样化
 - 二、国内调味品市场进入调整阶段
 - 三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展
 - 四、消费升级带动调味品市场细分趋势
- ### 第三节 2016-2019年中国调味品包装分析
- 一、调味品包装发展概况
 - 二、包装成为调味品行业发展动力

三、调味品包装运用中存在的问题

四、塑料软管包装成调味品包装新趋势

第四节 2016-2019年中国调味品业存在的问题及对策

一、“黑调料”充斥低端市场

二、高成本低效益

三、地方品牌居多品牌知名度不强

四、原料涨价持续不退生产硬成本逐步提高

第六章 2016-2019年中国酱油行业运行形势分析

第一节 2016-2019年中国酱油行业现状分析

一、中国酱油的产业发展状况

二、中国酱油的营养成分及功能作用

三、2016-2019年国内外名牌酱油质量比较

第二节 2016-2019年中国酱油行业安全信用状况分析

第三节 2016-2019年铁强化酱油与补铁工程

一、强化补铁关爱健康

二、铁强化添加剂——EDTA铁钠

三、卫生部要求铁强化酱油覆盖人群3.6亿

第七章 2016-2019年中国酱油产量统计分析

第一节 2016-2019年全国酱油产量分析

第二节 2019年全国及主要省份酱油产量分析

第三节 2019年酱油产量集中度分析

第八章 2016-2019年中国酱油制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2016-2019年中国酱油制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2019年中国酱油制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2016-2019年中国酱油制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2016-2019年中国酱油制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用统计

第五节 2016-2019年中国酱油制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第九章 2016-2019年中国酱油进出口数据监测分析

第一节 2016-2019年中国酱油进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2016-2019年中国酱油出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2016-2019年中国酱油进出口平均单价分析

1、进口平均单价分析

1、出口平均单价分析

第四节 2016-2019年中国酱油进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第十章 2016-2019年中国酱油行业市场调查分析

第一节 2016-2019年中国酱油市场销售模式

一、调味品销售市场

二、酱油市场销售模式

- 1、传统渠道
- 2、现代渠道
- 3、餐饮渠道
- 4、特殊渠道

三、酱油销售新渠道

第二节 2016-2019年中国酱油消费者行为分析

- 一、消费者购买酱油产品的地点
- 二、影响消费者购买酱油产品的因素
- 三、消费者购买酱油产品时关注的问题
- 四、消费者在食用中遇到的问题
- 五、消费者对ISO8000、HACCP体系的认知度
- 六、消费者了解安全事件的信息来源

第十一章 2016-2019年中国酱油行业市场竞争格局分析

第一节 2016-2019年中国调味品业竞争总况

- 一、我国调味品市场竞争加剧
- 二、调味品行业出现专业化兼并重组现象
- 三、外资挺进中国调味品市场

第二节 2016-2019年中国酱油市场竞争现状分析

- 一、四分天下格局
- 二、中外品牌争夺市场
- 三、业内人才缺乏
- 四、市场空间较大

第三节 2016-2019年中国酱油产业集中度分析

- 一、酱油市场集中度分析
- 二、酱油生产企业集中度分析

第四节 2016-2019年中国酱油企业提升竞争力策略分析

第十二章 2016-2019年中国酱油行业重点企业运营关键性财务指标分析

第一节 佛山市海天调味食品有限公司

- 一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 东莞雀巢有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 江门市新会区李锦记（新会）食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 北京二商集团

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 合肥统一企业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 广东美味鲜调味食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 江苏恒顺集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 加加食品集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 广东珠江桥生物科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 开平味事达调味品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十三章 2016-2019年中国酱油原料市场运行动态分析

第一节 大豆

一、我国大豆供给情况分析

1、种植规模及产区分布

2、大豆产量统计分析

二、我国大豆市场需求消费情况

二、传统非转基因大豆面临巨大商机

三、大豆市场价格监测

四、2020-2026年中国大豆原料供给预测分析

第二节 小麦

一、我国小麦供给情况分析

1、种植规模及产区分布

2、小麦产量统计分析

二、中国小麦市场影响因素及价格分析

1、2016-2019年中国小麦价格分析如下：

2、影响小麦价格因素分析如下：

三、中央政策对小麦市场的影响

四、2020-2026年中国小麦原料供给预测分析

第十四章 2020-2026年中国酱油业的发展前景与趋势分析

第一节 2020-2026年中国酱油产业发展趋势分析

一、品牌发展趋势分析

二、酱油制造业预测分析

1、产品等级趋势

2、包装趋势

3、原材料趋势

第二节 2020-2026年中国酱油市场预测分析

一、中国酱油产量预测分析

二、中国酱油需求预测

三、中国酱油进出口预测分析

1、进口预测

2、出口预测

第三节 2020-2026年中国酱油市场盈利预测分析

第十五章 2020-2026年中国酱油行业投资机会与风险分析（）

第一节 2020-2026年中国酱油行业投资环境分析

第二节 2020-2026年酱油行业投资机会分析

一、规模的发展及投资需求分析

二、总体经济效益判断

三、与产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2020-2026年中国酱油行业投资风险分析

一、市场竞争风险

1、中高档产品份额小

2、欧美市场份额小

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁（）

图表目录

图表：酱油多元渠道发展

图表：消费者购买酱油产品的地点

图表：影响消费者购买酱油产品的因素

图表：消费者购买酱油产品时关注的问题

图表：消费者在食用中遇到的问题

图表：2016-2019年中国大豆产量统计分析

图表：2016-2019年中国大豆行业价格监控分析

图表：2020-2026年中国大豆原料供给预测分析

图表：2016-2019年中国小麦产量统计分析

图表：2016-2019年中国小麦价格分析

图表：2020-2026年中国小麦原料供给预测分析

图表：2020-2026年中国酱油市场预测分析

图表：2020-2026年中国酱油需求预测分析

图表：2020-2026年中国酱油进口预测分析

图表：2020-2026年中国酱油出口预测分析

图表：2020-2026年中国酱油市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182129.html>