

2012-2016年中国酱油行业 市场供需分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国酱油行业市场供需分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1112/F6438279YZ.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-12-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国酱油行业市场供需分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了酱油产业相关概述、中国酱油行业发展环境等，接着分析了中国酱油行业运行的现状，然后介绍了中国酱油行业市场竞争格局。随后，报告对中国酱油行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酱油业的发展前景与投资预测。您若想对酱油产业有个系统的了解或者想投资酱油行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

酱油，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。是中国的传统调味品。随着人民生活水平的提高和食品工业的迅速发展，调味品的生产和市场出现了空前的繁荣和兴旺，其主要标志是：工艺改进，品种增加，质量提高，并逐步向营养、卫生、方便和适口的方向发展。在技术上将大量采用生物技术，如细胞融合、国产化酶等的应用，将使产品在目前的基础上进一步完善和提高。各种利用萃取、蒸馏、浓缩和超临界萃取等技术从植物和动物中提取天然调味料的技术也将得到广泛应用。

目录

第一章 酱油产业相关概述 1

第一节 调味品简述 1

一、我国调味产品体系 1

二、调味品的分类 1

三、调味品的市场特征 3

四、几种主要调味品的特性 5

第二节 酱油阐述 5

一、酱油加工原料 5

二、酱油营养功效 5

三、酱油生产工艺 6

第三节 酱油的种类 7

一、酿造酱油 7

二、配制酱油 7

三、生抽 8

四、老抽 8

第四节 酱油食疗价值 8

第二章 2010-2011年全球酱油行业发展状况分析 10

第一节 2010-2011年全球酱油发展现状 10

一、全球酱油市场消费形势 10

二、大豆带动世界酱油价格大幅上涨 10

三、全球酱油品牌市场动态分析 11

第二节 2010-2011年全球酱油市场运行分析 12

一、世界酱油出产量之最 12

二、全球酱油包装分析 12

三、全球酱油进出口分析 13

第三节 2011-2015年全球酱油行业发展趋势分析 14

第三章 2010-2011年全球主要地区酱油行业运行情况分析 15

第一节 2010-2011年日本酱油市场分析 15

一、日本酱油的种类 15

二、日本酱油生产工艺特点 17

三、日本酱油生产企业 18

四、中国酱油与日本酱油行业发展比较分析 18

第二节 2010-2011年美国酱油市场分析 19

一、美国酱油市场概况 19

二、美国酱油市场规模及预测 19

第三节 2010-2011年中国台湾地区酱油市场分析 19

一、台湾酱油市场概况 19

二、台湾酱油标准 21

三、台湾酱油品质 21

四、台湾黑豆酱油分析 22

五、台湾酱油市场规模及预测 23

第四章 2010-2011年中国酱油行业发展环境分析 24

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析 24

一、中国GDP分析 24

二、消费价格指数分析	25
三、城乡居民收入分析	26
四、社会消费品零售总额	27
五、全社会固定资产投资分析	29
六、进出口总额及增长率分析	31
第二节2010-2011年中国酱油行业政策环境分析	32
一、调味品行业新标准	32
二、食醋卫生标准	33
三、酱油标准	33
四、《调味品经销商经营管理规范》	37
第三节2010-2011年中国酱油行业发展社会环境分析	39

第五章 2010-2011年中国调味品产业整体运行态势分析 43

第一节 2010-2011年中国调味品行业发展总况 43

- 一、我国调味品产业发展成果 43
- 二、国内中小调味品企业须加强品牌建设 45
- 三、国内调味品行业重点企业分析 49
- 四、调味品生产模式的改造分析 53

第二节 2010-2011年中国调味品市场综述 54

- 一、我国调味品市场发展特点 54
- 二、国内调味品市场进入调整阶段 56
- 三、西餐涌入国内市场带动西餐调味品发展 58
- 四、消费升级带动调味品市场细分趋势 59

第三节 2010-2011年中国调味品包装分析 60

- 一、调味品包装发展概况 60
- 二、包装成为调味品行业发展动力 61
- 三、调味品包装运用中存在的问题 61
- 四、塑料软管包装成调味品包装新趋势 63

第四节 2010-2011年中国调味品业存在的问题及对策 63

- 一、“黑调料”充斥低端市场 63
- 二、高成本低效益 64
- 三、地方品牌居多 品牌知名度不强 64

四、原料涨价持续不退 生产硬成本逐步提高 65

第六章2010-2011年中国酱油行业运行形势分析 66

第一节2010-2011年中国酱油行业现状分析 66

一、中国酱油的产业发展状况 66

二、中国酱油的营养成分及功能作用 66

三、2010-2011年国内外名牌酱油质量比较 68

第二节2010-2011年中国酱油行业安全信用状况分析 69

第三节2010-2011年铁强化酱油与补铁工程 69

一、强化补铁关爱健康 69

二、铁强化添加剂——EDTA铁钠 70

三、卫生部要求铁强化酱油覆盖人群3.6亿 71

第七章 2007-2011年中国酱油产量统计分析 72

第一节 2007-2010年全国酱油产量分析 72

第二节 2011年1-10月全国及主要省份酱油产量分析 72

第三节 2011年1-10月酱油产量集中度分析 74

第八章 2007-2011年中国酱油制造行业主要数据监测分析 75

第一节2007-2011年9月中国酱油制造行业规模分析 75

一、企业数量增长分析 75

二、从业人数增长分析 75

三、资产规模增长分析 75

第二节 2011年9月中国酱油制造行业结构分析 76

一、企业数量结构分析 76

1、不同类型分析 76

2、不同所有制分析 76

二、销售收入结构分析 77

1、不同类型分析 77

2、不同所有制分析 77

第三节 2007-2011年9月中国酱油制造行业产值分析 78

一、产成品增长分析 78

二、工业销售产值分析 78

三、出口交货值分析 78

第四节 2007-2011年9月中国酱油制造行业成本费用分析 79

一、销售成本分析 79

二、费用分析 79

第五节 2006-2011年9月中国酱油制造行业盈利能力分析 79

一、主要盈利指标分析 79

二、主要盈利能力指标分析 80

第九章 2006-2010年中国酱油进出口数据监测分析（21031000） 81

第一节 2006-2010年中国酱油进口数据分析 81

一、进口数量分析 81

二、进口金额分析 81

第二节 2006-2010年中国酱油出口数据分析 81

一、出口数量分析 81

二、出口金额分析 82

第三节 2006-2010年中国酱油进出口平均单价分析 82

第四节 2006-2010年中国酱油进出口国家及地区分析 82

一、进口国家及地区分析 82

二、出口国家及地区分析 82

第十章 2010-2011年中国酱油行业市场调查分析 83

第一节 2010-2011年中国酱油市场销售模式 83

一、调味品销售市场 83

二、酱油市场销售模式 84

三、酱油销售新渠道 84

第二节 2010-2011年中国酱油消费者行为分析 85

一、消费者购买酱油产品的地点 85

二、影响消费者购买酱油产品的因素 85

三、消费者购买酱油产品时关注的问题 86

四、消费者在食用中遇到的问题 87

五、消费者对ISO9000、HACCP体系的认知度 87

六、消费者了解安全事件的信息来源 88

第十一章2010-2011年中国酱油行业市场竞争格局分析 90

第一节 2010-2011年中国调味品业竞争总况 90

一、我国调味品市场竞争加剧 90

二、调味品行业出现专业化兼并重组现象 90

三、外资挺进中国调味品市场 91

第二节 2010-2011年中国酱油市场竞争现状分析 91

一、四分天下格局 91

二、中外品牌争夺市场 92

三、业内人才缺乏 92

四、市场空间较大 92

第三节2010-2011年中国酱油产业集中度分析 93

一、酱油市场集中度分析 93

二、酱油生产企业集中度分析 94

第四节2010-2011年中国酱油企业提升竞争力策略分析 95

第十二章2010-2011年中国酱油行业重点企业运营关键性财务指标分析 97

第一节 佛山市海天调味食品有限公司 97

一、企业概况 97

二、企业主要经济指标分析 97

三、企业盈利能力分析 98

四、企业偿债能力分析 98

五、企业运营能力分析 99

六、企业成长能力分析 99

第二节 东莞雀巢有限公司 100

一、企业概况 100

二、企业主要经济指标分析 100

三、企业盈利能力分析 101

四、企业偿债能力分析 101

五、企业运营能力分析 102

六、企业成长能力分析 102

第三节 江门市新会区李锦记（新会）食品有限公司 102

一、企业概况 102

二、企业主要经济指标分析 103

三、企业盈利能力分析 103

四、企业偿债能力分析 104

五、企业运营能力分析 104

六、企业成长能力分析 104

第四节 北京王致和食品集团有限公司 105

一、企业概况 105

二、企业主要经济指标分析 105

三、企业盈利能力分析 106

四、企业偿债能力分析 106

五、企业运营能力分析 107

六、企业成长能力分析 107

第五节 合肥统一企业有限公司 107

一、企业概况 107

二、企业主要经济指标分析 108

三、企业盈利能力分析 109

四、企业偿债能力分析 109

五、企业运营能力分析 110

六、企业成长能力分析 110

第六节 广东美味鲜调味食品有限公司 110

一、企业概况 110

二、企业主要经济指标分析 111

三、企业盈利能力分析 112

四、企业偿债能力分析 112

五、企业运营能力分析 112

六、企业成长能力分析 113

第七节 江苏恒顺集团有限公司 113

一、企业概况 113

二、企业主要经济指标分析 114

三、企业盈利能力分析 114

四、企业偿债能力分析 115

五、企业运营能力分析 115

六、企业成长能力分析 115

第八节 加加酱油（长沙）有限公司 116

一、企业概况 116

二、企业主要经济指标分析 116

三、企业盈利能力分析 117

四、企业偿债能力分析 117

五、企业运营能力分析 118

六、企业成长能力分析 118

第九节 开平味事达调味品有限公司 119

一、企业概况 119

二、企业主要经济指标分析 119

三、企业盈利能力分析 120

四、企业偿债能力分析 120

五、企业运营能力分析 121

六、企业成长能力分析 121

第十节 山东菏泽巧媳妇食品有限公司 121

一、企业概况 121

二、企业主要经济指标分析 122

三、企业盈利能力分析 122

四、企业偿债能力分析 123

五、企业运营能力分析 123

六、企业成长能力分析 123

第十三章 2010-2011年中国酱油原料市场运行动态分析 125

第一节 大豆 125

一、我国大豆供给情况分析 125

1、种植规模及产区分布 125

2、大豆产量统计分析 125

二、我国大豆市场需求消费情况 126

二、传统非转基因大豆面临巨大商机 128

三、大豆市场价格监测 128

四、2011-2015年中国大豆原料供给预测分析 130

第二节 小麦 131

一、我国小麦供给情况分析 131

1、种植规模及产区分布 131

2、小麦产量统计分析 133

二、中国小麦市场影响因素及价格分析 133

三、中央政策对小麦市场的影响 136

四、2011-2015年中国小麦原料供给预测分析 137

第十四章 2011-2015年中国酱油业的发展前景与趋势分析 138

第一节 2011-2015年中国酱油产业发展趋势分析 138

一、品牌发展趋势分析 138

二、酱油制造业预测分析 138

三、酱油市场竞争格局预测分析 139

第二节 2011-2015年中国酱油市场预测分析 139

一、中国酱油产量预测分析 139

二、中国酱油需求预测 140

三、中国酱油进出口预测分析 140

第三节 2011-2015年中国酱油市场盈利预测分析 141

第十五章 2011-2015年中国酱油行业投资机会与风险分析 142

第一节 2011-2015年中国酱油行业投资环境分析 142

第二节 2011-2015年酱油行业投资机会分析 142

一、规模的发展及投资需求分析 142

二、总体经济效益判断 143

三、与产业政策调整相关的投资机会分析 144

第三节 2011-2015年中国酱油行业投资风险分析 144

一、市场竞争风险 144

二、原材料压力风险分析 144

三、技术风险分析 144

四、政策和体制风险 145

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 145

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1112/F6438279YZ.html>