

2015-2020年中国有机酱油 市场分析与投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国有机酱油市场分析与投资前景研究报告》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/qitashipin1508/J14380Q3IG.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-08-20

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国有机酱油市场分析与投资前景研究报告》共十七章。报告介绍了有机酱油行业相关概述、中国有机酱油产业运行环境、分析了中国有机酱油行业的现状、中国有机酱油行业竞争格局、对中国有机酱油行业做了重点企业经营状况分析及中国有机酱油产业发展前景与投资预测。您若想对有机酱油产业有个系统的了解或者想投资有机酱油行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

有机酱油指采用有机农作物为原料酿制的酱油。

所谓有机农作物是指在两年以上不使用农药和化肥的田地上生长的农作物及不采用转基因技术的农作物。有机酱油精选优质大豆、小麦为主要原料，天然酿造而成，低温制曲、恒温发酵，蛋白质溶解率高，能产生足够的酯醇类物质，合成大量对人体有益的氨基酸、碳水化合物与矿物质。营养十分丰富，是普通酱油的两倍，更重要的它还有神奇的抗癌的功能。异黄酮可降低人体的胆固醇，减少心血管疾病，防止高血压、冠心病的发生，还可减缓甚至阻止肿瘤的生长。

有机酱油含有浓郁的酱香和脂香，是一种不可多得的上等调味品，适合于蘸食，红烧，调馅，做汤，炒菜等。是经国家有机食品机构认证的有机食品，比绿色食品更纯净，更健康。含有浓郁的酱香和脂香，是一种不可多得的上等调味品。

报告目录：

第一章 有机酱油概述 8

第一节 有机酱油定义 8

第二节 有机酱油行业发展历程 9

第三节 有机酱油分类情况 9

第四节 有机酱油产业链分析 10

一、产业链模型介绍 10

二、有机酱油产业链模型分析 13

第二章 2014年中国有机酱油行业发展环境分析 14

第一节 2014年中国经济环境分析 14

一、2014年中国经济发展状况分析 14

二、2014年经济发展状况预测 28

第二节 有机酱油行业相关政策 30

一、国家“十二五”产业政策 30

二、其他相关政策 30

三、出口关税政策 31

第三节 2014年中国有机酱油行业发展社会环境分析 34

一、居民消费水平分析 34

二、工业发展形势分析 36

第三章 中国有机酱油生产现状分析 38

第一节 有机酱油行业总体规模 38

第一节 有机酱油产能概况 38

一、2009-2014年产量分析 38

第三节 有机酱油市场容量概况 39

一、2009-2014年市场容量分析 39

二、有机酱油产销率调查 39

三、2015-2020年市场容量预测 40

第四节 有机酱油产业的生命周期分析 40

第四章 有机酱油国内产品价格走势及影响因素分析 44

第一节 国内产品2011-2014年价格回顾 44

第二节 国内产品当前市场价格及评述 44

第三节 国内产品价格影响因素分析 46

第四节 2015-2020年国内产品未来价格走势预测 48

第五章 2014年我国有机酱油行业发展现状分析 49

第一节 我国有机酱油行业发展现状 49

一、有机酱油行业品牌发展现状 49

二、有机酱油行业需求市场现状 50

三、有机酱油市场需求层次分析 50

四、我国有机酱油市场走向分析 51

第二节 中国有机酱油产品技术分析 51

一、2014年有机酱油产品技术变化特点 51

二、2014年有机酱油产品市场的新工艺 54

三、2014年有机酱油新产品分析 56

第三节 中国有机酱油行业存在的问题 57

一、有机酱油产品市场存在的主要问题 57

二、国内有机酱油产品市场的三大瓶颈 57

三、有机酱油产品市场遭遇的规模难题 58

第四节 对中国有机酱油市场的分析及思考 58

一、有机酱油市场特点 58

二、有机酱油市场分析 58

三、有机酱油市场变化的方向 59

四、中国有机酱油行业发展的新思路 59

五、对中国有机酱油行业发展的思考 59

第六章 2014年中国有机酱油行业发展概况 61

第一节 2014年中国有机酱油行业发展态势分析 61

第二节 2014年中国有机酱油行业发展特点分析 61

第三节 2014年中国有机酱油行业市场供需分析 62

第七章 有机酱油行业市场竞争策略分析 63

第一节 行业竞争结构分析 63

一、现有企业间竞争 63

二、潜在进入者分析 63

三、替代品威胁分析 63

四、供应商议价能力 64

五、客户议价能力 64

第二节 有机酱油市场竞争策略分析 64

一、有机酱油市场增长潜力分析 64

二、有机酱油产品竞争策略分析 64

三、典型企业产品竞争策略分析 65

第三节 有机酱油企业竞争策略分析 66

一、2015-2020年我国有机酱油市场竞争趋势 66

二、2015-2020年有机酱油行业竞争格局展望 67

三、2015-2020年有机酱油行业竞争策略分析 67

第八章 有机酱油行业投资与发展前景分析 70

第一节 2014年有机酱油行业投资情况分析 70

一、2014年总体投资结构 70

二、2014年投资规模情况 70

三、2014年投资增速情况 70

四、2014年分地区投资分析 71

第二节 有机酱油行业投资机会分析 71

一、有机酱油投资项目分析 71

二、可以投资的有机酱油模式 74

三、2014年有机酱油投资机会 74

四、2014年有机酱油投资新方向 74

第三节 有机酱油行业发展前景分析 75

一、金融危机下有机酱油市场的发展前景 75

二、2014年有机酱油市场面临的发展商机 75

第九章 2015-2020年中国有机酱油行业发展前景预测分析 76

第一节 2015-2020年中国有机酱油行业发展预测分析 76

一、未来有机酱油发展分析 76

二、未来有机酱油行业技术开发方向 76

三、总体行业“十二五”整体规划及预测 77

第二节 2015-2020年中国有机酱油行业市场前景分析 77

一、产品差异化是企业发展的方向 77

二、渠道重心下沉 79

第十章 有机酱油上游原材料供应状况分析 81

第一节 主要原材料 81

第二节 主要原材料2010—2014年价格及供应情况 81

第三节 2015-2020年主要原材料未来价格及供应情况预测 81

第十一章 有机酱油行业上下游行业分析 83

第一节 上游行业分析 83

一、发展现状 83

二、发展趋势预测 83

三、行业最新动态及其对有机酱油行业的影响 83

四、行业竞争状况及其对有机酱油行业的意义 84

第二节 下游行业分析 84

一、发展现状 84

二、发展趋势预测 84

三、市场现状分析 85

四、行业最新动态及其对有机酱油行业的影响 87

五、行业竞争状况及其对有机酱油行业的意义 87

第十二章 2015-2020年有机酱油行业发展趋势及投资风险分析 88

第一节 有机酱油未来发展预测分析 88

一、2015-2020年中国有机酱油行业发展规模 88

二、2015-2020年中国有机酱油行业发展趋势预测 88

第二节 2015-2020年中国有机酱油行业投资风险分析 89

一、市场竞争风险 89

二、原材料压力风险分析 90

三、技术风险分析 90

四、政策和体制风险 90

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 90

第十三章 有机酱油国内重点生产厂家分析 92

第一节 加加食品集团股份有限公司 92

一、企业基本概况 92

二、2012-2014年3季度企业经营与财务状况分析 92

三、2012-2014年3季度企业竞争优势分析 93

四、企业未来发展战略与规划 94

第二节 海天味业 94

一、企业基本概况 94

二、2012-2014年3季度企业经营与财务状况分析 94

三、2012-2014年3季度企业竞争优势分析 95

四、企业未来发展战略与规划 96

第三节 恒顺醋业 96

一、企业基本情况 96

二、2012-2014年3季度企业经营与财务状况分析 97

三、2012-2014年3季度企业竞争优势分析 98

四、企业未来发展战略与规划 99

第四节 烟台欣和味达美食品有限公司 99

一、企业基本情况 99

二、2012-2014年3季度企业经营与财务状况分析 99

三、2012-2014年3季度企业竞争优势分析 104

四、企业未来发展战略与规划 105

第五节 上海宝鼎酿造有限公司 105

一、企业基本情况 105

二、2012-2014年3季度企业经营与财务状况分析 105

三、2012-2014年3季度企业竞争优势分析 110

四、企业未来发展战略与规划 110

第六节 三生(中国)健康产业有限公司 111

一、企业基本情况 111

二、2012-2014年3季度企业经营与财务状况分析 111

三、2012-2014年3季度企业竞争优势分析 116

四、企业未来发展战略与规划 117

第十四章 有机酱油地区销售分析 118

第一节 有机酱油“东北地区”销售分析 118

一、2011-2014年东北地区销售规模 118

二、东北地区“规格”销售分析 118

第二节 有机酱油“华北地区”销售分析 119

一、2011-2014年华北地区销售规模 119

二、华北地区“规格”销售分析 119

第三节 有机酱油“中南地区”销售分析 120

一、2011-2014年中南地区销售规模 120

二、中南地区“规格”销售分析 120

第四节 有机酱油“华东地区”销售分析 121

一、2011-2014年华东地区销售规模 121

二、华东地区“规格”销售分析 121

第五节 有机酱油“西北地区”销售分析 122

一、2011-2014年西北地区销售规模 122

二、西北地区“规格”销售分析 122

第十五章 2015-2020年中国有机酱油行业投资战略研究 124

第一节 2012-2014年中国有机酱油行业投资策略分析 124

一、有机酱油投资策略 124

二、有机酱油投资筹划策略 124

三、2014年有机酱油品牌竞争战略 125

第二节 2015-2020年中国有机酱油行业品牌建设策略 125

一、有机酱油的规划 125

二、有机酱油的建设 125

三、有机酱油业成功之道 127

第十六章 博思数据对市场指标预测及行业项目投资建议 129

第一节 中国有机酱油行业市场发展趋势预测 129

第二节 有机酱油产品投资机会 129

第三节 有机酱油产品投资趋势分析 130

第四节 项目投资建议 130

一、行业投资环境考察 130

二、投资风险及控制策略 130

三、产品投资方向建议 131

四、项目投资建议 131

1、技术应用注意事项 131

2、项目投资注意事项 132

3、生产开发注意事项 132

4、销售注意事项 133

第十七章 有机酱油企业制定“十二五”发展战略研究分析 135

一、“十二五”发展战略规划的背景意义 135

第一节 企业转型升级的需要 135

第二节 企业强做大做的需要 135

第三节 企业可持续发展需要 135

二、“十二五”发展战略规划的制定原则 137

第一节 科学性 137

第二节 实践性 137

第三节 创新性 138

第四节 全面性 138

第五节 动态性 138

三、“十二五”发展战略规划的制定依据 139

第一节 国家产业政策 139

第二节 行业发展规律 140

第三节 企业资源与能力 140

第四节 可预期的战略定位 140

图表目录：

图表 1 有机酱油 9

图表 2 产业链形成模式示意图 12

图表 3 有机酱油产业链 14

图表 4 2006-2014年国内生产总值及增速 15

图表 5 2012-2014年季度国内生产总值增速（%） 15

图表 6 2014年1份及全年主要统计数据 16

图表 7 2014年1~1固定资产投资（不含农户）增速同比（%） 26

图表 8 2014年房地产开发同比增速（%） 26

图表 9 2014年居民消费价格月度上涨状况（月度同比） 27

图表 10 2007-2014年我国人口变化状况 28

图表 11 有机酱油主要政策法规 32

图表 12 城镇居民可支配收入实际增长速度（累计同比） 35

图表 13 农村居民人均收入实际增长速度（累计同比） 36

图表 14 2006-2014年我国社会消费品零售总额及其增长速度 36

图表 15 2014年1~1社会消费品零售总额名义增速（%）	37
图表 16 2014年1~4季度规模以上工业增加值增速月度对比（%）	38
图表 17 2009-2014年我国有机酱油市场规模	39
图表 18 2011-2014年我国有机酱油产量	39
图表 19 2015-2020年我国有机酱油产量预测	40
图表 20 2011-2014年我国有机酱油消费量	40
图表 21 2009-2014年我国有机酱油行业产销率	40
图表 22 2015-2020年我国有机酱油消费	41
图表 23 我国有机酱油行业发展周期	43
图表 24 2011-2014年某知名品牌有机酱油平均价格变化状况	45
图表 25 目前市场部分有机酱油产品价格	45
图表 26 2015-2020年我国有机酱油价格指数预测	49
图表 27 2014年有机酱油品牌整体关注比例格局	50
图表 28 2012-2014年中国有机酱油市场品牌关注比例对比	50
图表 29 不同收入人群有机酱油产品渗透率	51
图表 30 以非转基因大豆为主原料的有机酱油工艺流程	55
图表 31 2014年我国有机酱油行业总体投资结构分析	71
图表 32 2012-2014年9月我国有机酱油行业投资规模情况分析	71
图表 33 2014年我国有机酱油行业投资额增速分析	71
图表 34 2014年我国有机酱油行业投资地区情况分析	72
图表 35 项目投资概算表	73
图表 36 建设投资估算表	73
图表 37 有机酱油行业投资模式效果评估	75
图表 38 2015-2020年有机酱油行业投资方向预测	81
图表 39 2014年绿色食品原料标准化生产基地产品分类情况	88
图表 40 2015-2020年主要原材料价格预测	88
图表 41 2015-2020年我国有机酱油市场规模	95
图表 42 2015-2020年我国有机酱油市场渗透率	95
图表 43 2015-2020年有机酱油组行业同业竞争风险及控制策略	96
图表 44 2012-2014年3季度加加食品集团股份有限公司经营状况分析	99
图表 45 2012-2014年3季度海天味业经营状况分析	101
图表 46 2012-2014年3季度恒顺醋业经营状况分析	104

图表 47 近4年中国 武汉朝阳化工有限公司资产负债率变化情况 106

图表 48 近3年烟台欣和味达美食品有限公司资产负债率变化情况 107

图表 49 近4年烟台欣和味达美食品有限公司产权比率变化情况 107

图表 50 近3年烟台欣和味达美食品有限公司产权比率变化情况 108

图表 51 近4年烟台欣和味达美食品有限公司固定资产周转次数情况 108

图表 52 近3年烟台欣和味达美食品有限公司固定资产周转次数情况 109

图表 53 近4年烟台欣和味达美食品有限公司流动资产周转次数变化情况 109

图表 54 近3年烟台欣和味达美食品有限公司流动资产周转次数变化情况 110

图表 55 近4年烟台欣和味达美食品有限公司总资产周转次数变化情况 110

图表 56 近3年烟台欣和味达美食品有限公司总资产周转次数变化情况 111

图表 57 近4年上海宝鼎酿造有限公司资产负债率变化情况 112

图表 58 近3年上海宝鼎酿造有限公司资产负债率变化情况 113

图表 59 近4年上海宝鼎酿造有限公司产权比率变化情况 113

图表 60 近3年上海宝鼎酿造有限公司产权比率变化情况 114

图表 61 近4年上海宝鼎酿造有限公司固定资产周转次数情况 114

图表 62 近3年上海宝鼎酿造有限公司固定资产周转次数情况 115

图表 63 近4年上海宝鼎酿造有限公司流动资产周转次数变化情况 115

图表 64 近3年上海宝鼎酿造有限公司流动资产周转次数变化情况 115

图表 65 近4年上海宝鼎酿造有限公司总资产周转次数变化情况 116

图表 66 近3年上海宝鼎酿造有限公司总资产周转次数变化情况 116

图表 67 近4年三生（中国）健康产业有限公司资产负债率变化情况 118

图表 68 近3年三生（中国）健康产业有限公司资产负债率变化情况 119

图表 69 近4年三生（中国）健康产业有限公司产权比率变化情况 119

图表 70 近3年三生（中国）健康产业有限公司产权比率变化情况 120

图表 71 近4年三生（中国）健康产业有限公司固定资产周转次数情况 120

图表 72 近3年三生（中国）健康产业有限公司固定资产周转次数情况 120

图表 73 近4年三生（中国）健康产业有限公司流动资产周转次数变化情况 121

图表 74 近3年三生（中国）健康产业有限公司流动资产周转次数变化情况 121

图表 75 近4年三生（中国）健康产业有限公司总资产周转次数变化情况 122

图表 76 近3年三生（中国）健康产业有限公司总资产周转次数变化情况 122

图表 77 2011-2014年我国东北地区有机酱油销售规模 125

图表 78 2014年东北地区不同规格有机酱油销售占比 125

图表 79 2011-2014年我国华北地区有机酱油销售规模 126

图表 80 2014年华北地区不同规格有机酱油销售占比 126

图表 81 2011-2014年我国中南地区有机酱油销售规模 127

图表 82 2014年中南地区不同规格有机酱油销售占比 127

图表 83 2011-2014年我国华东地区有机酱油销售规模 128

图表 84 2014年华东地区不同规格有机酱油销售占比 128

图表 85 2011-2014年我国西北地区有机酱油销售规模 129

图表 86 2014年西北地区不同规格有机酱油销售占比 129

图表 87 2015-2020年有机酱油行业投资方向预测 138

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1508/J14380Q3IG.html>