

中国酱油行业发展趋势分析与未来前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国酱油行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/720973.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

酱油俗称豉油，是我国传统的调味品，主要用大豆或脱脂大豆或黑豆、小麦或麸皮，加入水、食盐酿造而成的液体调味品，色泽呈红褐色，有独特酱香，以咸味为主，亦有鲜味、香味等，有促进食欲的功效。

酱油按颜色分，一般有老抽和生抽两种，其中生抽用于提鲜，老抽用于提色。按制造工艺，可以分为酿造酱油、配制酱油和化学酱油三类。按使用场景，一般可分为餐桌酱油和厨房酱油两类，其中餐桌酱油基本上为零添加，比如日本的龟甲万、我国的古龙等，而厨房酱油大多是含添加剂的。

产业链方面，目前酱油行业产业链较为完整。其产业链上游为大豆、小麦、盐、水等生产原料，其中大豆和小麦是最基础原材料；中游为酱油生产；下游则主要是食品加工、餐饮行业、家庭消费等应用领域，其中餐饮领域是目前最主要应用领域。

资料来源：观研天下整理

一、行业上游情况

1、大豆

大豆是酱油制作的主要原料之一，是制作酱油的基础，其产量给酱油带来一定的影响。

2023年为了稳定大豆生产，国家出台了一系列支持政策，包括提高大豆生产者补贴、加大金融信贷支持、推广大豆玉米带状复合种植等措施，这些政策有效地引导了新型农业经营主体增加大豆种植面积。根据数据，2023年我国大豆种植面积为1.57亿亩，这一数据比上年增加了345.1万亩，增长了2.2%。其中高油高产大豆面积2000多万亩，同比增500万亩左右。

数据来源：观研天下整理

产量方面：2023年得益于带状复合种植技术的推广（该技术在保持玉米基本不减产的同时，通过增加大豆的亩均产量，目前已在17个省1354个县开展试点，参与的新型农业经营主体增加到12万多个，共完成2016万亩、比上年增加509万亩。），以及播种面积的增加，使得总产再创历史新高。数据显示，2023年我国大豆产量为2084万吨，比上年增长了2.8%，已连续两年超2000万吨，且高油高产大豆增加较多。

数据来源：观研天下整理

2、小麦

除了大豆，小麦也是酿造酱油的主要原料之一。小麦被誉为“人类最古老的粮食”，在我国有近5000年的种植历史。小麦是我国三大主要粮食作物之一，其产量基本上占据粮食总产量二成左右的比例，种植区域遍及全国各省（市、自治区）。

近年来，随着农业技术的进步，小麦种植逐渐实现了规模化、标准化，为小麦粉行业提供了稳定且高质量的原料供应，为行业的持续发展奠定了坚实基础。从播种情况来看，近年随着生产供给结构不断优化，我国小麦播种面积呈稳中略降趋势。数据显示，2023年我国小麦播种面积23627千公顷(3.54亿亩)，比上年增加163.2万亩，增长0.5%，占全国谷物播种面积的23.62%。

从产量情况来看，近年虽然种植面积有所下滑，但得益于种植面积产量不断提升，使得我国小麦产量一直保持增长态势。2023年受自然灾害影响，种植面积和于单位面积产量均出现下降，也使得产量有所下滑。数据显示，2023年我国小麦产量2731.8亿斤（13659万吨），比上年减少22.7亿斤，下降0.8%。

数据来源：观研天下整理

总体来看，我国是农业大国，农产品不论品类还是产量都非常丰富。近年大豆和小麦产量的整体增长，为酱油行业发展提供了充足的原材料。

二、行业中游情况

酱油产业是调味品行业第一大产业，生产与销售量和企业规模均居调味品行业首位，并且属于大众消费品，消费需求潜力较大。近年来我国调味品市场规模不断增长。尤其是2020年、2021年由于外部环境影响使调味品消费从餐饮烹饪转向家庭烹饪场景，提升了家庭端调味品需求，面向消费者的部分调味品企业在此期间保持了良好增长，使得市场规模同比增长18.05%、16.30%。数据显示，2022年我国调味品行业市场规模达5133亿元。预计2023年我国调味品市场规模将达5925亿元。

数据来源：观研天下整理

在上述环境下，作为调味品中的核心子赛道，近年来我国酱油市场也在稳步扩容。酱油最重要的功能是调味，独具特色的色、香、味，深受中国人民喜爱，中国酱油生产历史十分悠久，随着酱油生产企业的技术升级和创新，酱油越来越多地满足消费者的烹饪需求，酱油成为了老百姓日常餐饮中不可或缺的重要部分。

目前我国成为酱油生产大国。在2015-2018年，由于我国整体经济增速放缓、需求增速放缓，消费者对高端酱油的需求不断增长，我国酱油产销量连续四年下降。但2019年以来，我国酱油行业产销量恢复增长。据统计2023年我国酱油产量为795万吨，较2022年增长10.55万吨。

数据来源：观研天下整理

与此同时，随着行业的不断发展，目前我国行业发展进入存量竞争，中低端酱油的需求量已顶到了市场的天花板，消费升级势在必行。在此环境下，各大酱油品牌使出浑身解数，酱油

的花样也是越来越多，零添加、减盐、有机、原酿、提鲜等高端酱油层出不穷，而这些“高端”市场也将成兵家必争之地。

以有机为例，近年来随着“健康中国2030”战略不断推进落地，大健康产业正形成新的经济增长点，并在国家、市场、企业等社会各界的共同推动下迎来高质量发展的关键阶段；与此同时，随着人们生活质量的提高，大众的健康养生意识越来越强，越来越多的人群加入到养生保健队伍，越来越多的人愿意“把钱花在健康上”，且已跨越了年龄层。在此背景下，“有机”浪潮涌动，泛健康发展的趋势明显。

目前随居民收入提高及对生活品质的追求，家庭端消费升级也带动了酱油行业的量价齐升。数据显示，2017-2022年我国酱油市场零售额由2017年的683.99亿元增至2022年的969.39亿元，年均复合增速为7.2%。

当前我酱油行业企业众多，较为分散，整体集中度不高，市场呈现一超多强的局面。具体来看，目前我国酱油行业市场主要企业有海天味业、美味鲜、李锦记、加加等。其中海天味业作为调味业的领军企业，酱油行业老牌龙头，市占率第一已持续数十载，存在规模优势及渠道优势，在市场中拥有较大的话语权，远超于其他企业市占率。

资料来源：观研天下整理

三、行业下游情况

酱油作为日常使用的烹饪调味品，其市场景气度受到居民收入提升及生活品质追求的影响而边际提升。在经历2016-2018年由于供给侧改革、产业升级淘汰落后产能、需求渗透日益饱和等因素，使得逐年下滑后，我国酱油需求量自2019年开始逐年上升。数据显示，2023年我国酱油消费量已达到550万吨，比上年增长了10%。

从消费渠道来看，目前的酱油厂商主要依赖传统的经销模式来打开市场，虽然疫情以来消费者的酱油购买加速向线上迁移，线上集中采购渐成常态，但2022年的线下渠道零售额占比依旧维持在98%以上。

从消费结构来看，目前我国酱油下游的消费结构较为稳定，主要包括食品加工行业、餐饮行业、家庭消费等。其中餐饮领域占比高达48%，其次为家庭消费，占比约为37%，食品加工领域仅占15%。

资料来源：观研天下整理

餐饮行业是与人民日常生活密切相关的民生产业，是人民追求美好生活的关键领域之一。随着我国经济的发展、现代化进程的加快，消费者对餐饮产品及服务的需求也正呈现出多样化的发展趋势。而椒酱作为中国饮食文化中的一部分，随着辣味食品的流行，辣椒酱的市场需求也随之增加。

近年来我国餐饮行业总体规模呈现增长态势。虽然新冠疫情爆发以来，下游餐饮需求遭受持续冲击，进而带动行业整体表现低迷。但在疫情后时代，我国餐饮业强势复苏，为酱油行业

发展带来广阔的增长空间。数据显示，2023年我国餐饮收入52890亿元，同比上升20.4%。

数据来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国酱油行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国酱油行业发展概述

第一节 酱油行业发展情况概述

一、酱油行业相关定义

二、酱油特点分析

三、酱油行业基本情况介绍

四、酱油行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、酱油行业需求主体分析

第二节 中国酱油行业生命周期分析

一、酱油行业生命周期理论概述

二、酱油行业所属的生命周期分析

第三节酱油行业经济指标分析

一、酱油行业的赢利性分析

二、酱油行业的经济周期分析

三、酱油行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球酱油行业市场发展现状分析

第一节全球酱油行业发展历程回顾

第二节全球酱油行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲酱油行业地区市场分析

一、亚洲酱油行业市场现状分析

二、亚洲酱油行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲酱油行业市场前景分析

第四节北美酱油行业地区市场分析

一、北美酱油行业市场现状分析

二、北美酱油行业市场规模与市场需求分析

三、北美酱油行业市场前景分析

第五节欧洲酱油行业地区市场分析

一、欧洲酱油行业市场现状分析

二、欧洲酱油行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲酱油行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界酱油行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球酱油行业市场规模预测

第三章 中国酱油行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对酱油行业的影响分析

第三节中国酱油行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对酱油行业的影响分析

第五节中国酱油行业产业社会环境分析

第四章 中国酱油行业运行情况

第一节中国酱油行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国酱油行业市场规模分析

一、影响中国酱油行业市场规模的因素

二、中国酱油行业市场规模

三、中国酱油行业市场规模解析

第三节中国酱油行业供应情况分析

一、中国酱油行业供应规模

二、中国酱油行业供应特点

第四节中国酱油行业需求情况分析

一、中国酱油行业需求规模

二、中国酱油行业需求特点

第五节中国酱油行业供需平衡分析

第五章 中国酱油行业产业链和细分市场分析

第一节中国酱油行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、酱油行业产业链图解

第二节中国酱油行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对酱油行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对酱油行业的影响分析

第三节我国酱油行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国酱油行业市场竞争分析

第一节中国酱油行业竞争现状分析

一、中国酱油行业竞争格局分析

二、中国酱油行业主要品牌分析

第二节中国酱油行业集中度分析

一、中国酱油行业市场集中度影响因素分析

二、中国酱油行业市场集中度分析

第三节中国酱油行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国酱油行业模型分析

第一节中国酱油行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国酱油行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国酱油行业SWOT分析结论

第三节中国酱油行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国酱油行业需求特点与动态分析

第一节中国酱油行业市场动态情况

第二节中国酱油行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节酱油行业成本结构分析

第四节酱油行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国酱油行业价格现状分析

第六节中国酱油行业平均价格走势预测

一、中国酱油行业平均价格趋势分析

二、中国酱油行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国酱油行业所属行业运行数据监测

第一节中国酱油行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国酱油行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国酱油行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国酱油行业区域市场现状分析

第一节中国酱油行业区域市场规模分析

一、影响酱油行业区域市场分布的因素

二、中国酱油行业区域市场分布

第二节中国华东地区酱油行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酱油行业市场分析

- (1) 华东地区酱油行业市场规模
- (2) 华东地区酱油行业市场现状
- (3) 华东地区酱油行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区酱油行业市场分析

- (1) 华中地区酱油行业市场规模
- (2) 华中地区酱油行业市场现状
- (3) 华中地区酱油行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区酱油行业市场分析

- (1) 华南地区酱油行业市场规模
- (2) 华南地区酱油行业市场现状
- (3) 华南地区酱油行业市场规模预测

第五节华北地区酱油行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区酱油行业市场分析

- (1) 华北地区酱油行业市场规模
- (2) 华北地区酱油行业市场现状
- (3) 华北地区酱油行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区酱油行业市场分析

- (1) 东北地区酱油行业市场规模
- (2) 东北地区酱油行业市场现状
- (3) 东北地区酱油行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区酱油行业市场分析

- (1) 西南地区酱油行业市场规模
- (2) 西南地区酱油行业市场现状
- (3) 西南地区酱油行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区酱油行业市场分析

- (1) 西北地区酱油行业市场规模
- (2) 西北地区酱油行业市场现状
- (3) 西北地区酱油行业市场规模预测

第十一章 酱油行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国酱油行业发展前景分析与预测

第一节 中国酱油行业未来发展前景分析

一、酱油行业国内投资环境分析

二、中国酱油行业市场机会分析

三、中国酱油行业投资增速预测

第二节 中国酱油行业未来发展趋势预测

第三节 中国酱油行业规模发展预测

一、中国酱油行业市场规模预测

二、中国酱油行业市场规模增速预测

三、中国酱油行业产值规模预测

四、中国酱油行业产值增速预测

五、中国酱油行业供需情况预测

第四节 中国酱油行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国酱油行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国酱油行业进入壁垒分析

一、酱油行业资金壁垒分析

二、酱油行业技术壁垒分析

三、酱油行业人才壁垒分析

四、酱油行业品牌壁垒分析

五、酱油行业其他壁垒分析

第二节 酱油行业风险分析

一、酱油行业宏观环境风险

二、酱油行业技术风险

三、酱油行业竞争风险

四、酱油行业其他风险

第三节 中国酱油行业存在的问题

第四节 中国酱油行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国酱油行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国酱油行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国酱油行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节酱油行业营销策略分析

一、酱油行业产品策略

二、酱油行业定价策略

三、酱油行业渠道策略

四、酱油行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/720973.html>