



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国有机酱油市场 监测及市场运行态势报告

一、调研说明

《2016-2022年中国有机酱油市场监测及市场运行态势报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/278866.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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。

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 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 有机酱油生产工艺流程

第二章 2015年中国有机酱油行业发展环境分析 14

第一节 2015年中国经济环境分析 14

一、2015年中国经济发展状况分析 14 2016年中国酱油十大品牌企业排名 序列 公司名称

基本情况介绍 1 海天 海天得名于“海天酱园”。海天，中国最大的专业调味品生产企业

，溯源于清乾隆年间的佛山酱园，至今已有300年的历史，其工艺讲究、口感醇厚的酿造方法领先同侪。1955年，佛山25家实力卓著、美味悠远、香誉港澳的古酱园谋略合并重组。“海天酱园”是25家酱园中历史最悠久、规模最宏大、产品品类最多、影响也最广的一家老字号酱园，因此一致同意将新组建的厂命名为“海天酱油厂”。

天时、地利、人和，佛山制酱业的“原始积累”提供高起点的发展平台，海天破茧而出，1988年即跻身国有大型企业行列，1994年，海天成功转制，驶上发展的快车道，并快速成长为中国最大的酱油产销、出口企业。至2005年10月28日海天（高明）调味食品有限公司盛大落成，海天已卓然而成全球最大的专业调味品生产和营销企业。

2 李锦记 1888年，李锦记创办人李锦裳先生于广东省珠海南水镇发明蚝油，创立李锦记。「思利及人」和「务实，诚信，永远创业精神」是李锦记贯彻和坚守的经营理念。「发扬中华优秀饮食文化」是李锦记的第一个使命；而李锦记的第二个使命是：「弘扬中国优秀养生文化」。历经121年的持续发展，李锦记已成为一个家喻户晓的酱料王国，成功打造出一个百年民族企业，成为中华民族企业「质量与信心标志」的国际品牌。

3 厨邦 广东美味鲜调味食品有限公司坐落于美丽的名人城市——中山市，是中炬高新技术实业（集团）股份有限公司（股票代码：600872）的全资控股企业，是专业生产调味品的现代化大型企业，是我国调味品的主要品牌企业之一。公司注册资本2亿元，占地面积数百亩，拥有5万平方米得天独厚的沿江大晒场，年生产能力50万吨，拥有厨邦、美味鲜两大品牌。生产经营的产品涵盖九大类别：酱油、鸡粉（精）、食用油、蚝油、调味酱、腐乳、食醋、味精、调味汁，共100多个品种，300多个规格，产销量位居全国前列。

4 加加 加加食品集团股份有限公司是一家集研发、生产、营销于一体的大型调味食品上市企业，创建于1996年，拥有长沙加加食品销售有限公司、盘中餐粮油食品（长沙）有限公司、郑州加加味业有限公司、加加食品集团（阆中）有限公司等4家全资子公司。企业总资产22.98亿元，员工1960人，2014年实现销售收入16.85亿元，企业综合实力位居国内调味品行业前列。公司实施以“加加”系列酱油为主导，食醋、鸡精、味精和食用植物油等多品类协同发展、共用营销渠道的经营战略。经过多年的不断努力，陆续在全国各地发展了1200多家总经销商，形成以湖南长沙、河南新郑、四川阆中三大生产基地为中心，辐射全国的销售网络。

5 淘大 “淘大”创始于1908年福建省厦门市，以酿造优质酱油而闻名。上海淘大食品有限公司成立于1994年，专业生产酱油等系列调味品。淘大酱油选用优质黄豆为主要原料，以天然酿造方式，经蒸煮，制曲和微生物发酵酿造而成，保持了酱油的传统风味。从创立初始，

公司在每一道酿造工艺程序上都严格管理，采用上等的东北大豆为主要原料，天然酿造，从不添加酸水解蛋白调味液（HVP），确保了每一种产品、每一批产品都质优味美，令人信赖。

6 味事达 福达(中国)投资有限公司是全球食品行业巨头亨氏集团的全资子公司新加坡福达食品集团有限公司(Foodstar Holdings Pte Ltd.)在中国设立的投资性公司，旗下拥有味事达、广合等全国知名品牌。公司致力于在调味品市场调研、产品研发、高质生产、深化营销以及完善售后服务等方面不断进步，持续为消费者提供多元化的优质调味品选择。

7 欣和 烟台欣和味达美食品有限公司开发区工厂成立于2002年3月，是欣和企业酿造酱油主要生产基地之一，位于烟台经济技术开发区。工厂主要生产"欣和"品牌、"味达美"品牌等有机酱油、补铁酱油、味极鲜酱油、出口酱油、工业酱油、蚝油等系列产品。产品独具特色，经过6个月的高盐稀态发酵，质感醇厚、酱香浓郁。产品销往全国各地，并出口美国、新加坡、马来西亚、韩国、日本等多个国家。欣和产品持续追求更高境界，不断提升产品品质，追求卓越，不断满足顾客需求。

8 万字 1917年，茂木家族和高梨家族以及堀切家族合并后设立了野田酱油株式会社。野田酱油株式会社于1964年改名为龟甲万酱油株式会社，其后于1980年改名为现在的龟甲万株式会社。之后陆续在世界各国建立生产基地。龟甲万的标志是在象征着长寿的乌龟的甲壳的六角形中间嵌入繁体汉字"万"字构成的，长期被众人所喜爱，已经成为酱油品牌最具权威性的标志。

9 东古牌 鹤山市东古调味食品有限公司源于清道光三十年（公元一八五〇年）由杨氏创立的调珍酱园，经历公私合营，九十年代转制改革，直至现在已发展为颇具规模的综合性调味品生产基地，广东省食品行业五十强，广东名牌产品企业，江门地区第一家荣获国家商务部评定为"中华老字号"称号的企业。2008年末，酱油年生产能力超过六万吨，占地面积三百多亩，目前主要生产酱油、腐乳、食醋、调味料、酱、酱腌菜、果酱等七大类六十多种产品。

10 太太乐 上海太太乐食品有限公司创立于1989年，是中国调味品行业三强企业之一，中国鸡精、鸡粉行业标准制定单位，全球最大的食品公司——瑞士雀巢大家庭的一员。秉承"太太乐，让生活更美好"的企业使命，太太乐一直致力于鲜味料的研究开发，不断为消费者带来更健康、更美味的新一代调味品，持续引领行业新标准。凭借国际化的管理体制、全球化的质量监管体系、强大的研发实力和卓越的员工团队，太太乐鸡精产销量达到世界第一，销售网络覆盖全国各地，深受一亿家庭、四亿多消费者的好评，并出口至美国、加拿大、日本、中东等国家和地区。

二、2015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"十三五"产业政策 30

二、其他相关政策 30

三、出口关税政策 31

第三节 2015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

第二节 有机酱油产能概况 38

一、2013-2015年产量分析 38 2015年1-10月全国有机酱油产量分省市统计表														
地区 10月(吨)														
1-10月止累计(吨) 10月同比增长(%) 1-10月累计同比增长(%)														
全国 908,622.97														
8,030,666.83 15.38 5.58														
北京 3,041.46 25,397.20 4.42 -7.59														
天津 2,522.00 30,480.00 -0.83														
3.32 河北 4,789.00 40,630.58 7.93 20.83														
山西 - 2,480.00 - -32.99 内蒙古 3,280.00														
26,800.00 -9.57 5.11 辽宁 17,913.00 304,962.00 -29.47 -1.16														
吉林 6,386.00 59,013.00														
-22.54 -17.07 黑龙江 9,706.00 57,949.00 -1.33 5.6														
上海 10,881.84 104,261.93 -2.96 6.25														
江苏 73,259.89 788,702.08 -2.51 17.61														
浙江 14,789.74 148,665.30 2.52 -2.88														
安徽 9,699.00 88,415.40 -17.6 -26.08														
福建 8,276.25 80,850.71 -29.62 -29.7														
江西 10,429.00														
97,179.00 35.41 14.07														
山东 77,667.76 769,718.33 -1.05 6.94														
河南 71,040.50 635,060.62														
-7.32 -4.97 湖北 12,879.00 125,210.00 8.36 9.34														
湖南 103,245.00 579,951.00 40.38 2.24														
广东 394,845.67 3,433,636.82 35.24 10.2														
广西 820 8,780.00 13.89 20.9														
海南 - - - -														
重庆 5,982.61 54,124.84 -6.36 15.45														
四川 54,321.60 465,722.49 10.47 -5.15														
贵州 2,461.80 25,716.70 -10.29 8.33														
云南 2,932.46 25,191.04 121.99 40.54														
西藏 - - - -														
陕西 5,502.39 32,245.79 65.29 67.88														
甘肃 1,149.00 11,910.00 -33.51 -1.93														
青海 - - - -														
宁夏 - - - -														
新疆 802 7,613.00 74.73 9.87														
2015年1-10月全国有机酱油产量集中度分析														

第三节 有机酱油市场容量概况 39

一、2013-2015年市场容量分析 39

二、有机酱油产销率调查 39

三、2016-2022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2011-2015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 2016-2022年国内产品未来价格走势预测 48

第五章 2015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、2015年有机酱油产品技术变化特点 51

二、2015年有机酱油产品市场的新工艺 54

三、2015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 2015年中国有机酱油行业发展概况 61

第一节 2015年中国有机酱油行业发展态势分析 61

第二节 2015年中国有机酱油行业发展特点分析 61

第三节 2015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、2016-2022年我国有机酱油市场竞争趋势 66

二、2016-2022年有机酱油行业竞争格局展望 67

三、2016-2022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 2015年有机酱油行业投资情况分析 70

一、2015年总体投资结构 70

二、2015年投资规模情况 70

三、2015年投资增速情况 70

四、2015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、2016年有机酱油投资机会 74

四、2016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、2016年有机酱油市场面临的发展商机 75

第九章 2016-2022年中国有机酱油行业发展前景预测分析 76

第一节 2016-2022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"十三五"整体规划及预测 77

第二节 2016-2022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2011—2015年价格及供应情况 81

第三节 2016-2022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 2016-2022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、2016-2022年中国有机酱油行业发展规模 88

二、2016-2022年中国有机酱油行业发展趋势预测 88

第二节 2016-2022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、2013-2015年3季度企业经营与财务状况分析 92

三、2013-2015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、2013-2015年3季度企业经营与财务状况分析 94

三、2013-2015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、企业基本概况 96

二、2013-2015年3季度企业经营与财务状况分析 97

三、2013-2015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、企业基本概况 99

二、2013-2015年3季度企业经营与财务状况分析 99

三、2013-2015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、企业基本概况 105

二、2013-2015年3季度企业经营与财务状况分析 105

三、2013-2015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、企业基本概况 111

二、2013-2015年3季度企业经营与财务状况分析 111

三、2013-2015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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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 2016-2022年中国有机酱油行业投资战略研究 124

第一节 2013-2015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、2015年有机酱油品牌竞争战略 125

第二节 2016-2022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 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"十三五"发展战略研究分析 135

一、"十三五"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、"十三五"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 前瞻性 138

第四节 创新性 138

第五节 全面性 138

第六节 动态性 138

三、"十三五"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 2006-2015年国内生产总值及增速	15
图表 5 2013-2015年季度国内生产总值增速（%）	15
图表 6 2015年11月份及全年主要统计数据	16
图表 7 2015年1~11月固定资产投资（不含农户）增速同比（%）	26
图表 8 2015年房地产开发同比增速（%）	26
图表 9 2015年居民消费价格月度上涨状况（月度同比）	27
图表 10 2013-2015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 2006-2015年我国社会消费品零售总额及其增长速度	36
图表 15 2015年1~11月社会消费品零售总额名义增速（%）	37
图表 16 2015年3季度规模以上工业增加值增速月度对比（%）	38
图表 17 2013-2015年我国有机酱油市场规模	39
图表 18 2011-2015年我国有机酱油产量	39
图表 19 2016-2022年我国有机酱油产量预测	40
图表 20 2011-2015年我国有机酱油消费量	40
图表 21 2013-2015年我国有机酱油行业产销率	40
图表 22 2016-2022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 2011-2015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 2016-2022年我国有机酱油价格指数预测	49
图表 27 2015年有机酱油品牌整体关注比例格局	50
图表 28 2013-2015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 2015年1-11月我国有机酱油行业总体投资结构分析	71
图表 32 2013-2015年11月我国有机酱油行业投资规模情况分析	71
图表 33 2015年1-11月我国有机酱油行业投资额增速分析	71

图表 34 2015年1-11月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 2016-2022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 2016-2022年主要原材料价格预测	88
图表 41 2016-2022年我国有机酱油市场规模	95
图表 42 2016-2022年我国有机酱油市场渗透率	95
图表 43 2016-2022年有机酱油组行业同业竞争风险及控制策略	96
图表 44 2013-2015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 2013-2015年3季度海天味业经营状况分析	101
图表 46 2013-2015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 2016-2022年我国东北地区有机酱油销售规模 125

图表 78 2015年东北地区不同规格有机酱油销售占比 125

图表 79 2016-2022年我国华北地区有机酱油销售规模 126

图表 80 2015年华北地区不同规格有机酱油销售占比 126

图表 81 2016-2022年我国中南地区有机酱油销售规模 127

图表 82 2015年中南地区不同规格有机酱油销售占比 127

图表 83 2016-2022年我国华东地区有机酱油销售规模 128

图表 84 2015年华东地区不同规格有机酱油销售占比 128

图表 85 2016-2022年我国西北地区有机酱油销售规模 129

图表 86 2015年西北地区不同规格有机酱油销售占比 129

图表 87 2016-2022年有机酱油行业投资方向预测 138

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278866.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。