

## 中国料酒行业市场深度调研及前景趋势与投资研究报告(2024-2029版)

## 报告简介

料酒是中餐制作过程中的一种重要调味品，与酱油、醋等调味品相比属于非必需调味料，冻品食品必须要用到料酒，要不然会出现腥味和冷冻味，另外处理一些野味、海鲜的时候也需要通过添加料酒来去处腥臭味。目前我国的料酒产业化程度不高，产品类型复杂企业没有统一的标准，数据显示2021年在线上市场料酒的销售额占到了整个调味品的7%，位列于调味酱、调味料、调味菜和调味糖之后。由于料酒并不是所有厨房的必备调味料，因此其在调味品市场当中的地位一直没有得到应有的重视，一些地区直接将白酒、黄酒等当作料酒调味，料酒的市场认知度偏低。

料酒在我国较为盛行，但是在国外，只有美国、马来西亚、加拿大和欧洲、亚洲的某些国家有使用料酒的习惯。由于料酒的使用地区不是很广，生产地区也比较少，而料酒主要的生产国家除了中国以外，还有日本、韩国、美国等使用料酒的国家或地区。2021年全球料酒行业市场规模约为988亿元。

我国料酒行业集中度很低，根据中国调味品协会数据，CR5占比仅为18%。我国约有1000多家料酒生产企业，以中小型区域性企业为主。百强调味品企业中料酒企业有16家，产量5万吨以上的有3家，1到5万吨有1家，1000到10000吨有9家，1000吨以下的有3家。由于各地消费习惯各异，我国料酒行业地区性企业仍占优势，尚未出现全国范围龙头企业。

料酒这几年发展迅速，逐渐成为调味汁类自酱油、醋之后的第三大品类。但目前仍是区域性消费，南北差异很大，需要培育过程。市场现有的料酒以勾兑配制的为主，行业缺乏较高的符合主流消费需求的行业标准，包括很多大品牌在内，质量和安全性很难得到保障。而以黄酒作为基酒酿造的料酒，将是未来的主流。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息、料酒行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国料酒市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了料酒前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对料酒市场风险进行了预测，为料酒生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在料酒行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国料酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

## 报告目录

## 第一章 中国料酒行业发展概述

## 第一节 料酒行业发展情况

## 第二节 最近3-5年中国料酒行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

第三节 关联产业发展分析

第二章 中国料酒行业的国际比较分析

第一节 中国料酒行业竞争力指标分析

第二节 中国料酒行业经济指标国际比较分析

第三节 全球料酒行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、市场前景展望

第四节 全球料酒行业市场供给分析

第三章 2019-2023年中国料酒行业整体运行指标分析

第一节 中国料酒行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业规模分析

第二节 中国料酒行业产销分析

一、行业情况总体分析

二、行业销售收入总体分析

第三节 中国料酒行业财务指标总体分析

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

第四章 料酒产业链的分析

第一节 行业集中度

第二节 主要环节的增值空间

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

第四节 上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 料酒行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2024-2029年需求预测分析

第一节 料酒行业领域2024-2029年需求量预测

第二节 2024-2029年料酒行业领域需求功能预测

### 第三节 2024-2029年料酒行业领域需求市场格局预测

## 第七章 料酒市场竞争格局分析

### 第一节 行业竞争结构分析

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 行业集中度分析

#### 一、市场集中度分析

#### 二、区域集中度分析

### 第三节 行业国际竞争力比较

#### 一、需求条件

#### 二、支援与相关产业

#### 三、企业战略、结构与竞争状态

#### 四、政府的作用

### 第四节 料酒行业主要企业竞争力分析

#### 一、重点企业资产总计对比分析

#### 二、重点企业从业人员对比分析

#### 三、重点企业全年营业收入对比分析

#### 四、重点企业利润总额对比分析

### 第五节 料酒行业竞争格局分析

#### 一、2019-2023年料酒行业竞争分析

#### 二、2019-2023年国内外料酒竞争分析

### 三、2019-2023年中国料酒市场竞争分析

#### 第八章 主要企业的排名与产业结构分析

##### 第一节 行业企业排名分析

##### 第二节 产业结构分析

###### 一、市场细分充分程度的分析

###### 二、各细分市场占总市场的结构比例

###### 三、领先企业的结构分析(所有制结构)

##### 第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

###### 一、产业价值链的构成

###### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

##### 第四节 产业结构发展预测

###### 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析(投资政策、外资政策、限制性政策)

###### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

###### 三、产业结构调整方向分析

#### 第九章 前十大领先企业分析

##### 第一节 北京二商集团有限责任公司

###### 一、主营业务及经营状况

###### 二、历年销售规模、利润指标

###### 三、主要市场定位

###### 四、主要优势与主要劣势

###### 五、市场拓展战略与手段分析

##### 第二节 北京市老才臣食品有限公司

###### 一、主营业务及经营状况

###### 二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第三节 湖州老恒和酿造有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四节 江苏恒顺集团有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第五节 安徽海神黄酒集团有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第六节 成都巨龙生物科技股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

#### 第七节 金冠园食品(福建)有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

#### 第八节 统万珍极食品有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

#### 第九节 北京和田宽食品有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

#### 第十节 上海鼎丰酿造食品有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、料酒行业需求市场

二、料酒行业客户结构

三、料酒行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、料酒行业的需求预测

二、料酒行业的供应预测

三、供求平衡分析

第四节 市场价格走势分析

第十一章 影响企业经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国料酒行业swot分析

第十二章 2024-2029年料酒行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

### 第三节 投资回报率比较高的投资方向

### 第四节 新进入者应注意的障碍因素

### 第五节 营销分析与营销模式推荐

#### 一、渠道构成

#### 二、销售贡献比率

#### 三、销售渠道效果

#### 四、价值流程结构

#### 图表目录

图表：行业生命周期

图表：2019-2023年我国料酒企业数量

图表：2019-2023年我国料酒行业市场规模

图表：2019-2023年我国料酒产销规模

图表：2019-2023年我国料酒行业营业收入

图表：2019-2023年中国料酒行业净利率

图表：2019-2023年中国料酒行业流动速比

图表：2019-2023年中国料酒行业总资产周转率

图表：我国料酒行业集中度

图表：2024-2029年料酒行业市场需求预测

图表：我国料酒销售收入区域占比

图表：我国料酒生产企业区域分布

图表：2019-2023年料酒企业资产规模对比

图表：2019-2023年料酒企业从业人员对比

图表：2019-2023年料酒企业营业收入对比

图表：2019-2023年料酒企业利润总额对比

图表：2019-2023年国内料酒企业排名

图表：料酒行业领先企业所有制

图表：巨龙科技2022年经营情况

图表：金冠园食品(福建)有限公司销售网络

图表：统万珍极食品有限公司消费渠道分布

图表：统万珍极食品有限公司国外业务分布

图表：上海鼎丰酿造食品有限公司销售网络分布

图表：我国料酒细分渠道市场规模结构

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20220916/296361.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)