

酱油行业分析报告及未来五至十年行业发展报告

前言

中国的酱油业在当前复杂的商业环境下逐步发展，呈现出一个积极整合资源以提高粘连性的耐寒时代。此外，在内部竞争激烈、外部成本压力加大的情况下，酱油业的整合步伐加快，进入了竞争与整合的白热化时期。

本报告主要分为七个部分。同时，本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多的数据中提炼出酱油行业真正有价值的信息，并结合当前酱油行业的环境，从理论、实践、宏观和微观的角度进行研究和分析，其结论和观点力求做到前瞻性和实用性的统一。本报告只可当做行业报告模板参考和学习，不可用于商业用途，也不提供其他商业价值，请自行决定是否购买，特此申明。

一、酱油业数据预测与分析

(一)、酱油业时间序列预测与分析

根据酱油业总产值与时间的内在关系，通过之前获得的数据建立了酱油业的时间序列方程，并通过建立的时间序列方程预测了未来几年的产量。

建立时间序列方程的原则如下：

时间序列方程的表达式为： $y = a + b \times t$

其中 y 为输出， a 和 B 为模型参数， t 为年份。

根据近年来从酱油行业获得的数据，对参数 a 和 B 进行相应的估计，以获得参数 a 和 B 的估计。获得参数的估计后，可以得到我们想要预测的时间序列方程。然后，通过输入自变量（时间），可以得到未来三到十年内酱油业的预测值。如果要使预测值和上次观测值之间的差值更小，换句话说，要使预测值与实际值进行比较，需要控制两个因素，首先，应尽可能多地获取酱油行业的原始数据。原始数据越多，就越容易找到统计规则。最终得出的酱油行业模式与实际情况相符；第二个是预测时间跨度。预测时间跨度越大，预测结果与实际值之间的偏差越大。因此，预测时间跨度不应太大。

根据酱油业 2016 至 2021 的数据，预测未来 3 年、5 年和 10 年该行业的产量。

根据以上分析，时间序列方程为

$$y=5009.69（预估值）+1747.35*t$$

模型的决策系数 r 等于 0.86615, 小于 1。

该模型得到的预测值一般低于实际值。这也从另一个方面反映出, 在未来 5 至 10 年内, 中国酱油业某一产品的产量将继续保持较高的增长趋势。

(二)、酱油业时间曲线预测模型分析

在酱油业的曲线预测模型中, 我们使用了二次曲线模型。模型的基本表达式如下:

$$y=a+b_1*t+b_2*t^2$$

式中, y 为当年酱油业的产值, a 、 B_1 和 B_2 为参数, 在模型中估算, t 为年份。

输入相应年份的数据, 得到如下曲线预测模型

$$y=10366.98-1174.80*t+292.22*t^2$$

模型的决策系数为 0.9979

(三)、酱油行业差分方程预测模型分析

差分方程的基本模型如下:

$$y_t=a+b*y_{t-1}$$

其中，YT 为当年酱油业产值，YT-1 为上年产值，a、B 为参数，在模型中确定。通过输入几年的产值和前一年的产值，估计参数 a 和 B, 得到产出的差分方程模型，然后根据得到的差分模型，预测 5-10 年的产出。

因此，我们得到的酱油业的差异模型是

$$y_t = -3230.20 + 1.41 * y_{t-1}$$

该模型的判断系数为 0.99395，非常接近 1，表明该模型可以用来预测未来中国酱油业产品产量的变化趋势。同时，从模型中我们可以清楚地看到，我国酱油行业的产品产量受上年影响较大，年产值高于上年，这也反映出酱油行业的产品产量在未来几年将有较高的发展势头。

(四)、未来 5-10 年酱油业预测结论

在以上三种预测酱油业的经济模型中，时间序列法预测的产值将低于实际值。低值的主要原因是中国酱油业将继续保持快速增长，但该方法假设增长速度较慢，因此预测结果与其他两种方法有很大不同。但仍有一定的参考价值。首先，其他两种方法可以更好地预测未来酱油行业某一产品的产量变化趋势。然而，由于现实中复杂的经济条件以及政策法规对酱油业发展的影响，即使是一个好的计量方程也总会与现实存在一定的差距。以上对酱油业未来走势的预测仅供参考。

二、酱油企业战略选择

本报告提供了与战略相关的具体措施,仅供内外部环境分析参考。

(一)、酱油行业 SWOT 分析

SWOT 是通过综合评价分析进而析对象的优势、劣势、机会和威胁得出结论,通过内部资源与外部环境的有机结合,明确确定分析对象的资源优势和资源的一种战略分析方法。不足之处,了解对象面临的机遇和挑战,从战略和战术两个层面调整方法和资源,以确保分析对象的实施,实现所要达到的目标。SWOT 分析法,又称形势分析法,是一种能够客观、准确地分析和研究一个单位实际情况的方法。SWOT 代表: strengths (优势)、weaknesses (劣势)、opportunities (机遇)、threats (威胁)。

		优势、劣势	
		优势 (S)	劣势 (W)
可选战略	机遇、威胁	1. 机械化技术 2. 资金雄厚 3. 内部团队管理 4. 生产管理能力强	1. 人工成本提高 2. 员工储备人数少 3. 客户单一 4. 产品单一
	机会 (O)	SO 战略 抓住机遇，发挥优势 充分发挥生产管理、资金优势，抓住国内市场需求增加的机遇，通过优质的产品品质、个性化的产品设计，扩大建立自主品牌影响力，扩大市场规模。	WO 战略 抓住机遇，缩小劣势 抓住国内市场需求增加的机遇，利用多种类型的销售策略，通过提高生产组装机械化程度，降低人工总成本，进行个性化产品设计，扩充产品线，增加销售渠道。
威胁 (T)	ST 战略 发挥优势，应对威胁 充分发挥生产管理、资金优势，加强财务管理，增加市场份额，开发新的产品线，开拓新市场，避免单一产品经营的风险。	WT 战略 缩小劣势，应对威胁 巩固目前的销售渠道，开发新产品，寻找新的市场机会。	

(二)、酱油企业战略确定

根据 SWOT 分析结果，公司应采取 so 战略，即成长战略。

(三)、酱油行业 PEST 分析

1、政策因素

(1) 随着国家经济的稳定向好，国家对于酱油行业也会越来越倾斜，根据相关数据预计酱油行业将有 30% 的增幅，地方政策也相应出台，整体提高了行业的渗透率。

(2)2020 年，酱油行业将成为政策红利市场。国务院政府工作报告指出，酱油产业将有助于提高人民生活质量。

2020 年是酱油行业发展非常关键的一年。首先，从外部宏观环境来看，影响行业发展的新政策、新法规将陆续出台。经济增长方式的转变和严格的节能减排对酱油产业的发展产生了深远的影响。此外，还有通胀、人民币升值、人力资源成本上升等因素。从公司内部来看，产业链各环节的竞争、技术升级、出口市场逐渐萎缩、产品销售市场日益复杂等问题，都是企业决策者必须面对和急需解决的问题。

2、经济因素

(1)酱油行业需求持续火热，酱油领域资金利好，行业长期发展。

(2)经济保持中高速增长。未来五年经济社会发展的主要目标是：经济保持中高速增长，到 2020 年国内生产总值和城乡居民人均收入比 2019 年翻一番，主要经济体各项指标均衡协调，发展质量和效益显著提高；创新驱动发展成效显著；发展协调能力明显增强；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明显著提高；生态环境总体质量有所改善；各种系统都变得更加成熟，更加千篇一律。那么，在稳中向好的背景下，我国酱油产业如何看现状、定未来、战略前瞻、科学规划、谋求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展奠定坚实基础。

(3)下游行业交易规模增长，为酱油行业提供新的发展动力。

2019 年居民人均可支配收入 28228 元，同比实际增长 6.5%。居民消费水平的提高为酱油行业的市场需求提供了经济基础。

3、社会因素

(1) 传统酱油行业存在市场门槛低、缺乏统一的行业标准服务流程和专业监管等问题，影响行业发展。互联网与酱油相结合，减少中间环节，为用户提供高性价比的服务。

90 后、00 后等人群逐渐成为酱油行业的主要消费群体。

4、技术因素

(1) 技术赋能 VR、大数据、云计算、酱油、5G 等从一线城市逐步向二、三、四线城市过渡，实现酱油的普及» 行业技术经验。

(2) 酱油行业引入 ERP、OA、EAP 等系统，优化信息化管理和建设环节，提高行业效率。

三、酱油行业政策环境

(一)、政策持续利好酱油行业发展

政策是行业发展的重要驱动因素，在进程加快统一化、管理需求精细化推动下，其行业需求有望快速释放；于此同时，互联网+酱油、大数据与智能化应用均进入实质性落地阶段，业务创新更加清晰；格局优化，系统复杂度显著提高使得龙头优势更加明显，行业中心化有望加速提升，优质公司强者愈强。随着行业边际的大幅优化，中心化不断提升，我们认为酱油行业前景将会更加辽阔。

(二)、酱油行业政策体系日趋完善

近年来，国内酱油产业发展、行业推广、市场监管等重要环节的宏观政策环境已经日趋完善。

2019年，国务院依次出台三项与酱油紧密相关的政策文件，为酱油发展奠定了关键的政策基础；同时中央网信办发布了关于酱油管理的文件，在酱油行业发挥了重要影响；针对酱油业务形态，明确了互联网资源贯穿辅助服务业务的概念，相关市场管理政策业也相继配套出台；工信部于2019年发布《酱油发展三年行动计划（2019-2022年）》，提出了我国关于酱油发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。

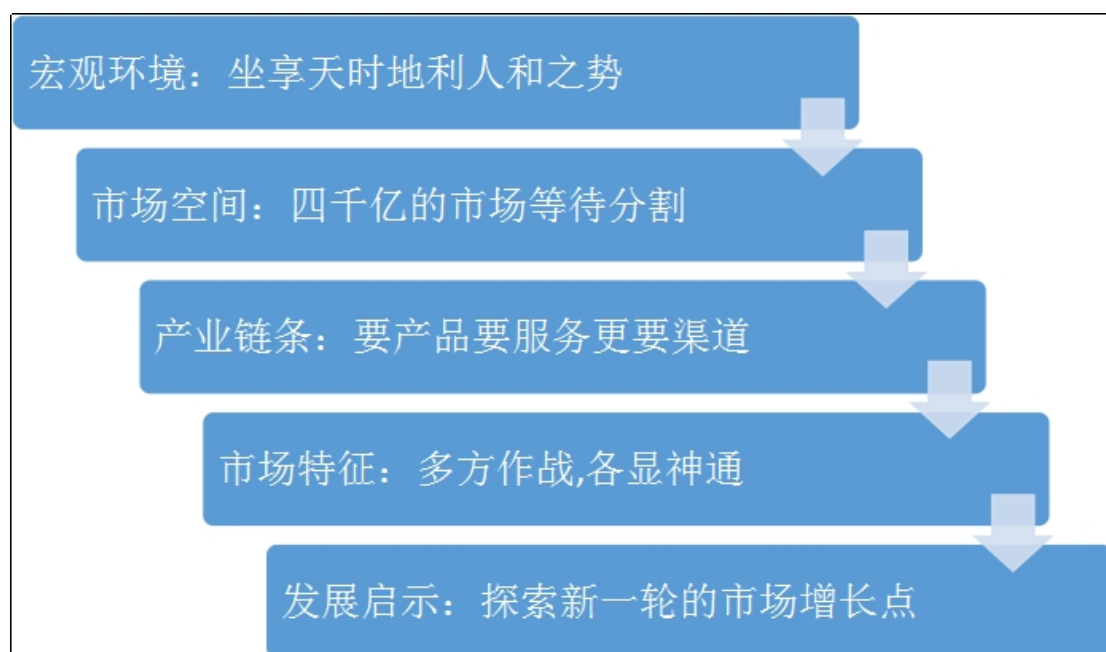
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模持续高速增长，政策支持力度显著增加的背景下，其一级市场的热度也不断攀升。

同时伴随一批具有影响力企业的迅速崛起及国内对酱油领域的大力投入,国内酱油技术专利数量也不断创高,从每年新增数量来看,2007 年新增专利尚未达到一百例,2015 年迎来了爆发,至 2015 年末全年新增专利已达到 1398 例,专利数量领先全球。据目前累计专利数量来分析,我国公开酱油专利已达 4000 多例,明显领先其他国家和地区。技术实力的显著增强也为后来国内市场开发,商业化产品的迅速普及奠定坚实的基础。

(四)、宏观环境下酱油行业定位

产业链下游用户诉求及服务区别较大



(五)、 “十三五” 期间酱油业绩显著

酱油因其具有物联化、互联化和智能化的特点,所以建设酱油,重点应关注底层基础设施建设,进而充分发挥酱油的物联化、互联化和智能化的特点。

未来,

运转高效有序、产业经济充满活力、环境绿色节能、生产品质高效、社区生活尽在掌握都将是酱油的建设可带来的效应。立足酱油建设构建完善可靠的信息基础设施和保障体系,为丰富的信息化应用奠定扎实的全网基础,使信息资源得到充分有效利用。信息应用将覆盖社会、经济、环境、生活等各个层面,使酱油的生产、生活方式得到全面普及与转变,人人都将享受到信息化带来的成果与实惠。

2018年开始,中央就高度重视营商环境建设,围绕产业升级和企业发展的政策持续加码。这些与酱油发展密切相关的政策文件中,隐藏着未来3~5年中国经济发展的秘密。在新的市场环境下,不管是厂商还是渠道供应都应该顺应市场发展趋势,同时结合自身特色,制定独特的发展策略。

四、2023-2028年酱油企业市场突破具体策略

(一)、密切关注竞争对手的策略,提高酱油产品在行业内的竞争力

迈克尔·波特指出,“竞争优势是公司在竞争激烈的市场中行为收益的核心”。一个企业在激烈的市场竞争中能否获得比竞争对手更有利的竞争优势,是企业生存和发展的关键。目前,企业可以围绕第一战略,尽快提高酱油行业产品的竞争力,尽量缩小与酱油行业产品、质量、服务、营销策略等方面的差距,努力做到实现战术自我创新。

(二)、使用酱油行业市场渗透策略,不断开发新客户

对于成功开发的酱油行业产品，我们将不断提高产品质量，降低产品成本，提高服务质量，采取灵活的定价策略来增加竞争力，从而扩大产品在现有市场的销售，鼓励现有客户购买更多公司产品，同时也吸引竞争对手的客户购买本公司产品，或刺激未使用本公司产品的客户加入购买者行列。

(三)、实施酱油行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源

企业要密切关注酱油行业市场的消费需求趋势，进行市场开拓，不断开拓各种市场创新源。

(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系

树立用户至上观，即从酱油行业产品的研发、生产、销售环节，尽可能将可预见的用户“不满意”因素从产品周期中剔除。同时，通过服务延伸，完善产品质量跟踪、反馈、调整体系。只有将酱油行业营销策略延伸到影响客户的价值链，客户才能获得更多利益，也可以增加产品的吸引力和客户忠诚度。

(五)、实施线上线下融合，深化酱油行业国内外市场拓展

电子商务市场具有全球化、交易连续性、成本低、资源集约化、信息化和用户量化等优势。不仅可以帮助企业快速的调整发展决策和指导生产计划，还可以帮助传统制造充分挖掘线上线下可用资源，快速接收用户反馈信息，为客户提供快速的产品开发和迭代服务，响应

市场需求，保持竞争优势。因此，建议酱油行业企业在经营管理中大力实施电子商务战略，实施线上线下融合，深度拓展国内外市场。

(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略

渗透战略是安索夫矩阵针对原始市场和原始产品提出的战略措施。也是产品生命周期中成熟市场的营销策略。酱油公司在现有市场规模较大，具有较强的竞争潜力；同时，产品需求的价格弹性比较大，可以降低价格来增加需求；批量生产可以进一步降低生产成本。渗透战略的有效实施，可以让酱油企业占据较大的市场份额，增加销售额以获得企业利润，更容易获得销售渠道成员的支持。同时，低廉的价格和低利润对阻止竞争对手的介入有着很大的障碍和影响。

对于新市场而言，单一的产品和服务不足以支撑新市场发展战略的实施。因此，有必要进一步加大产品研发力度，开发适应国际市场发展需要的新产品，实施撇脂策略。要实施这一战略，企业必须在新市场中使新产品和服务的卖点优于现有产品的卖点，才能有效吸引目标消费群体，并通过战略的有效实施实现短期利润最大化目标。 ，这有利于酱油行业公司确定公司的竞争地位。

五、酱油产业未来发展前景

随着我国城市化进程的加快，社会稳定和城市安全等问题逐渐浮出水面。酱油技术是实现基础设施建设的关键技术。因此，随着社会经济和信息技术的进一步发展，酱油的应用将成为未来的新趋势。

(一)、我国酱油行业市场规模前景预测

酱油技术在人们的日常生活和工作中得到越来越广泛的应用。随着我国社会经济的不断发展，对酱油的应用需求也会增加。

(二)、酱油进入大规模推广应用阶

中国酱油技术的发展始于 1990 年代后期，经历了五个阶段：技术引进—专业市场引进—技术完善—技术在各个行业中的应用。

目前，国内的酱油已经比较成熟，并且越来越多地推广到各个领域，扩展了终端设备，独特服务，增值服务等多种产品和服务，二十多种涵盖广泛的产品系列涵盖金融，交通，民生服务，社会福利，电子商务和安全领域，全面使用酱油的时代已经到来。

(三)、中国酱油行业的市场增长点

据不完全统计，酱油行业中有超过 50% 的公司提供系统集成服务，而新三板中有 25% 的公司也提供系统集成服务。在整个酱油市场中，参与者之间仍有很大的空间供系统集成商使用，市场扁平化程度有望提高。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/798110065033006120>