

2017-2022年中国食醋行业 市场分析与发展前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国食醋行业市场分析与发展前景分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0703/201709/02-237965.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

醋是用各种酵后产生的酸味调味剂，化学式： CH_3COOH ，是弱电解质。酿醋主要使用大米或高粱为原料。适当的酵可使用含碳水化合物（糖、淀粉）的液体转化成酒精和二氧化碳，酒精再受某种细菌的作用与空气中氧结合即生成醋酸和水。所以说，酿醋的过程就是使酒精进一步氧化成醋酸的过程。食醋的味酸而醇厚，液香而柔和，它是烹饪中一种必不可少的调味品，主要成分为乙酸、高级醇类等。现用食醋主要有“米醋”、“熏醋”、“特醋”、“糖醋”、“酒醋”、“白醋”等，根据产地品种的不同，食醋中所含醋酸的量也不同，一般大概在5~8%之间，食醋的酸味强度的高低主要是其中所含醋酸量的大小所决定。例如山西老陈醋的酸味较浓，而镇江香醋的酸味酸中带柔，酸而不烈。

然而，相较于酱油行业的发展，我国是醋行业发展相对滞后，但依然成为了我国调味品市场的第三大品类。从市场规模来看，2016年，酱油占调味品市场比重约24%，食醋占比为11%，由此推算，我国食醋的市场规模约275亿元。2016年，恒顺醋业醋业务营收达到14.5亿元，行业占比约为4.3%。目前我国食醋行业的CR5不足16%，此外，与国际进行比较，目前，日本和德国的食醋行业CR5基本在60%-80%之间，相比之下，我国是醋行业未来具有很大的整合空间。

中国四大名醋有山西老陈醋、保宁醋、镇江香醋、永春老醋。除了四大名醋之外，中国还有许多区域性的名醋，如河南特醋、江浙玫瑰米醋等。由于不同的醋口味差别较大，区域消费者习惯了原有的口味之后，往往会产生惯性消费，因而，使得目前食醋产品具有较强的区域分布特征。如，镇江香醋，主要在华东地区分布较多，山西老陈醋则在山西及周边区域较多，保宁醋则主要集中于四川地区。此外，根据不同的风味和功能来看，醋可以分为烹调型、佐餐型、保健型和饮料型等系列。尤其是保健型和饮料型醋，具有较好的保健功能，目前在国内发展尚处于起步阶段，未来前景看好。

我国食醋行业依然具有广阔的市场增长空间，这主要会得益于醋品类增加带来的人均醋消费量增加，以及行业集中度提升和产品升级带来的单价提升。目前，我国人均醋消费量仅有2.3公斤左右，而与我国饮食相近的日本则达到7.9公斤，而美国人均消费量也达到6.5公斤以上。从居民需求发展趋势来看，随着居民生活水平和消费水平的提高以及改善饮食习惯的驱动，消费者对食醋产品的需求日益增长，食醋产品将不再局限于传统的餐饮烹调，食醋产品将受到越来越多消费者的青睐和消费选择。

报告目录

第一章 食醋行业相关基础概述

1.1 食醋产品概述

1.1.1 食醋的界定

1.1.2 食醋产品特色

1.1.3 食醋的分类

1、酿造醋

2、人工合成醋

1.2 食醋行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2014-2016年中国食醋行业市场发展环境分析

2.1 中国食醋行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、调味品工业发展现状分析

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国食醋行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

1、《食品安全法》

2、ISO9001质量管理体系

3、《食品安全法实施条例》

- 4、《食品生产许可管理办法》
- 5、《食品添加剂卫生管理办法》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国食醋行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口规模分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、绿色健康消费观念发展趋势

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国食醋行业技术环境分析

2.4.1 食醋生产技术分析

- 1、固态发酵
- 2、液态发酵
- 3、固稀发酵

2.4.2 行业主要技术发展趋势

2.4.3 技术环境对行业的影响

第三章 中国食醋行业上、下游产业链分析

3.1 食醋行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 食醋行业产业链

3.2 食醋行业上游-原材料产业发展分析

3.2.1 原材料产业发展现状

3.2.2 原材料产业供给分析

3.2.3 原材料供给价格分析

3.2.4 原材料供给区域分布

3.3 食醋行业下游-经销商情况分析

3.3.1 食醋经销商发展现状

3.3.2 食醋经销商规模情况

- 3.3.3 食醋经销商区域分布
- 3.4 食醋行业终端消费者消费情况分析
 - 3.4.1 中国人均食醋消费情况
 - 3.4.2 食醋消费者地域分布情况
 - 3.4.3 健康绿色消费观念下的食醋消费市场
 - 3.4.4 食醋消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际食醋行业市场发展分析

- 4.1 2014-2016年国际食醋行业发展现状
 - 4.1.1 国际食醋行业发展现状
 - 4.1.2 国际食醋行业发展规模
 - 4.1.3 国际食醋主要技术水平
- 4.2 2014-2016年国际食醋市场需求研究
 - 4.2.1 国际食醋市场需求特点
 - 4.2.2 国际食醋市场需求结构
 - 4.2.3 国际食醋市场需求规模
- 4.3 2014-2016年国际区域食醋行业研究
 - 4.3.1 欧洲食醋市场分析
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
 - 4.3.2 美国市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
 - 4.3.3 日韩市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
- 4.4 2017-2022年国际食醋行业发展展望
 - 4.4.1 国际食醋行业发展趋势
 - 4.4.2 国际食醋行业规模预测

4.4.3 国际食醋行业发展机会

第五章 2014-2016年中国食醋行业发展概述

5.1 中国食醋行业发展状况分析

5.1.1 中国食醋行业发展阶段

5.1.2 中国食醋行业发展总体概况

5.1.3 中国食醋行业发展特点分析

- 1、低层次竞争，没有协同意识
- 2、行业整合成长，集中度提升
- 3、行业产品单一缺乏创新

5.2 2014-2016年食醋行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国食醋行业发展热点

5.2.2 2014-2016年中国食醋行业发展现状

5.2.3 2014-2016年中国食醋企业发展分析

5.3 食醋行业替代品及互补产品分析

5.3.1 食醋行业替代品分析

- 1、替代品种类
- 2、主要替代品对食醋行业的影响
- 3、替代品发展趋势分析

5.3.2 食醋行业互补产品分析

- 1、行业互补产品种类
- 2、主要互补产品对食醋行业的影响
- 3、互补产品发展趋势分析

5.4 食醋行业渠道与行业品牌分析

5.4.1 食醋行业渠道分析

- 1、渠道形式
- 2、渠道要素对比
- 3、各区域主要代理商情况

5.4.2 食醋行业品牌分析

- 1、品牌数量分析
- 2、品牌推广方式分析
- 3、品牌美誉度分析

4、品牌的选择情况

5.5 中国食醋行业发展问题及对策建议

5.5.1 中国食醋行业发展制约因素

5.5.2 中国食醋行业存在问题分析

1、产品创新力不足

2、市场集中度低

3、消费市场区域化制约行业发展

5.5.3 中国食醋行业发展对策建议

第六章 中国食醋行业运行指标分析及预测

6.1 中国食醋行业企业数量分析

6.1.1 2014-2016年中国食醋行业企业数量情况

6.1.2 2014-2016年中国食醋行业企业竞争结构

6.2 2014-2016年中国食醋行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国食醋行业市场规模分析及预测

6.3.1 2014-2016年中国食醋行业市场规模分析

6.3.2 2017-2022年中国食醋行业市场规模预测

6.4 2014-2016年中国食醋区域市场规模分析

6.4.1 东北地区市场规模分析

6.4.2 华北地区市场规模分析

6.4.3 华东地区市场规模分析

6.4.4 华中地区市场规模分析

6.4.5 华南地区市场规模分析

6.4.6 西部地区市场规模分析

6.5 中国食醋行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国食醋行业市场供给分析

1、2014-2016年中国食醋行业供给规模分析

2、2017-2022年中国食醋行业供给规模预测

6.5.2 中国食醋行业市场需求分析

1、2014-2016年中国食醋行业需求规模分析

2、2017-2022年中国食醋行业需求规模预测

6.6 2014-2016年中国食醋行业产品价格分析

6.6.1 2014-2016年中国食醋行业产品价格回顾

6.6.2 2014-2016年中国食醋产品当前市场价格统计分析

6.6.3 2014-2016年中国食醋产品价格影响因素分析

6.6.4 2017-2022年中国食醋产品价格预测

6.7 食醋行业进出口分析

6.7.1 出口分析

1、2014-2016年食醋出口总况分析

2、2014-2016年食醋出口量及增长情况

3、2014-2016年食醋细分行业出口情况

4、出口流向结构

5、出口产品品牌分析

6、主要出口企业分析

7、出口价格特征分析

6.7.2 进口分析

1、2014-2016年食醋进口总况分析

2、2014-2016年食醋进口量及增长情况

3、2014-2016年食醋细分行业进口情况

4、国家进口结构

5、进口产品结构

第七章 中国互联网+食醋行业发展现状及前景

7.1 互联网给食醋行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代食醋行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给食醋行业带来的突破机遇分析

7.1.3 互联网给食醋行业带来的挑战分析

7.1.4 互联网+食醋行业渠道形势变革分析

7.1.5 互联网+食醋行业营销模式变革分析

7.2 中国互联网+食醋行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+食醋行业投资布局分析

- 1、 中国互联网+食醋行业投资切入方式
- 2、 中国互联网+食醋行业投资规模分析
- 3、 中国互联网+食醋行业投资业务布局

7.2.2 食醋行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+食醋行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+食醋行业竞争格局分析

- 1、 中国互联网+食醋行业参与者结构
- 2、 中国互联网+食醋行业竞争者类型
- 3、 中国互联网+食醋行业市场占有率

7.2.5 中国食醋垂直电商平台分析

- 1、 天猫商城
- 2、 淘宝商城
- 3、 京东商城
- 4、 苏宁易购
- 5、 亚马逊

7.2.6 中国食醋企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+食醋行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+食醋行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+食醋行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+食醋行业市场发展趋势分析

第八章 中国食醋行业消费市场调查

8.1 食醋市场消费需求分析

8.1.1 食醋市场的消费需求变化

8.1.2 食醋行业的需求情况分析

8.1.3 食醋品牌市场消费需求分析

8.2 食醋消费市场状况分析

8.2.1 食醋行业消费特点

8.2.2 食醋行业消费结构分析

8.2.3 食醋行业消费的市场变化

8.2.4 食醋市场的消费方向

8.3 食醋行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 食醋行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国食醋行业市场竞争格局分析

9.1 中国食醋行业竞争格局分析

9.1.1 食醋行业区域分布格局

9.1.2 食醋行业企业规模格局

9.1.3 食醋行业企业性质格局

9.1.4 食醋国际竞争格局分析

1、国际食醋品牌格局

2、国际食醋区域格局

3、国际食醋市场集中度分析

4、中国食醋市场国产品牌占比分析

9.2 中国食醋行业竞争五力分析

9.2.1 食醋行业上游议价能力

9.2.2 食醋行业下游议价能力

9.2.3 食醋行业新进入者威胁

9.2.4 食醋行业替代产品威胁

9.2.5 食醋行业现有企业竞争

9.3 中国食醋行业竞争SWOT分析

9.3.1 食醋行业优势分析（S）

9.3.2 食醋行业劣势分析（W）

9.3.3 食醋行业机会分析（O）

9.3.4 食醋行业威胁分析（T）

9.4 中国食醋行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

第十章 中国食醋行业领先企业竞争力分析

10.1 江苏恒顺集团有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 山西老陈醋集团有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 山西水塔醋业股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 四川保宁醋有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 山西紫林醋业股份有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

- 10.5.3 企业竞争优势分析
- 10.5.4 企业经营状况分析
- 10.5.5 企业最新发展动态
- 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 太原市宁化府益源庆醋业有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 佛山市海天调味食品股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 天津市天立独流老醋股份有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 北京二商金狮龙门食品有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略分析

10.10 烟台欣和企业食品有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2017-2022年中国食醋行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2017-2022年中国食醋行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国食醋行业市场空间分析

11.1.2 中国食醋行业竞争格局变化

11.1.3 中国食醋行业互联网+前景

11.2 2017-2022年中国食醋行业发展趋势分析

11.2.1 中国食醋行业品牌格局趋势

11.2.2 中国食醋行业渠道分布趋势

11.2.3 中国食醋行业市场趋势分析

11.3 2017-2022年中国食醋行业投资机会与建议

11.3.1 中国食醋行业投资前景展望

11.3.2 中国食醋行业投资机会分析

11.3.3 中国食醋行业投资建议

第十二章 2017-2022年中国食醋行业投资分析与风险规避

12.1 中国食醋行业关键成功要素分析

12.2 中国食醋行业投资壁垒分析

12.3 中国食醋行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国食醋行业融资渠道与策略

12.4.1 食醋行业融资渠道分析

12.4.2 食醋行业融资策略分析

第十三章 2017-2022年中国食醋行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外食醋行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外食醋行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国食醋行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式分析

13.2.2 食醋行业商业模式创新分析

13.3 中国食醋行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 食醋行业投资可行性评估

14.3 建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：食醋行业特点

图表：食醋行业生命周期

图表：食醋行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国调味品工业产值分析

图表：中国食醋品牌排行榜

图表：中国食醋行业外资品牌市场占有率分析

图表：中国食醋产品市场渗透率分析

图表：中国食醋国产品牌市场占有率分析

图表：国际食醋区域市场分布情况

图表：2014-2016年中国食醋行业进口规模分析

图表：2014-2016年中国食醋行业出口规模分析

图表：中国食醋各个渠道销售占比分析

图表：中国食醋行业互联网渠道占比分析

图表：2014-2016年食醋行业市场规模分析

图表：2017-2022年食醋行业市场规模预测

图表：2014-2016年中国食醋行业供给规模分析

图表：2017-2022年中国食醋行业供给规模预测

图表：2014-2016年中国食醋行业需求规模分析

图表：2017-2022年中国食醋行业需求规模预测

图表：2014-2016年中国食醋行业企业数量情况

图表：2014-2016年中国食醋行业企业竞争结构

图表：中国食醋行业盈利能力分析

图表：中国食醋行业运营能力分析

图表：中国食醋行业偿债能力分析

图表：中国食醋行业发展能力分析

图表：中国食醋行业经营效益分析

图表：2014-2016年食醋行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国食醋行业竞争力分析

图表：2017-2022年中国食醋行业产能预测

图表：2017-2022年中国食醋行业消费量预测

图表：2017-2022年中国食醋市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国食醋行业发展趋势预测

图表：区域发展战略规划

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0703/201709/02-237965.html>