

2017-2022年中国食醋行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国食醋行业市场研究及发展前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/295519.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

醋是用各种酵后产生的酸味调味剂，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。

近几年来，随着人们的生活水平不断提高和健康饮食观念的深入人心，调味品受到越来越大的关注，在餐桌文化中扮演着越来越重要的角色。我国食醋行业发展提速，调查数据显示，食醋市场需求量每年以10%的速度在递增。除了几大传统产醋地区产量上升较大外，北京、新疆、河北、贵州、东北等省市的食醋产业也取得了较大的发展。受地方风俗和个人口味喜好的差异性影响，食醋业主要以地方品牌居多，四大名醋也还主要是在各自的根据地呈现主流消费。目前，食醋行业已形成以江苏恒顺醋业为龙头，以山西水塔、福建永春和四川保宁醋为点状分布的格局。区域性品牌天津天立独流、北京龙门、河北珍极、上海宝鼎、青岛灯塔等各霸一方，觊觎全国；后期之秀山西紫林、山西来福益首亦不甘示弱，业绩扶摇直上，市场竞争日趋激烈。

中国食醋市场份额情况

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 食醋行业相关概述

1.1 食醋的概念

1.1.1 食醋的定义

1.1.2 食醋的特点

1.1.3 食醋的应用

1.2 食醋的分类

1.2.1 按制醋工艺流程分类

1.2.2 按原料处理方法分类

1.2.3 按制醋用糖化曲分类

1.2.4 按醋酸发酵方式分类

1.2.5 按食醋的颜色分类

1.2.6 按风味分类

1.2.7 按原料分类

1.3 食醋的生产制作

1.3.1 制作方法

1.3.2 生产工艺

1、固态法

2、液态法

1.4 食醋的主要功效

第二章 2015年中国调味品行业市场运行局势分析

2.1 2015年中国调味品行业发展概况

2.1.1 中国调味品业整体发展状况

2.1.2 中国调味品行业出现专业化兼并重组现象

2.1.3 中国餐饮业发展拉动调味品增长

2.2 2015年中国调味品市场运行分析

2.2.1 中国调味品的产品市场特性

2.2.2 中国调味品市场迎来整合高峰

2.2.3 中国软包装调味品俏销农村市场

2.2.4 解析西餐食品市场的发展对调味品的需求

2.3 2015年中国调味品相关产业链发展分析

第三章 2014-2016年中国食醋行业发展环境分析

3.1 中国食醋行业发展政策环境分析

3.1.1 管理体制及法律法规

3.1.2 食醋相关产业政策

3.1.3 食醋生产许可政策

3.1.4 食醋行业卫生标准

3.1.5 食醋行业其他政策划

3.2 食醋行业经济环境分析

3.2.1 国民经济运行情况与GDP

自改革开放以来，中国国民经济快速增长。2001年后，中国经济进入了新一轮的增长周

期。国民经济总体呈现增长较快、价格回稳、结构优化、民生改善的发展态势。2010年，中国国内生产总值达到408903亿元，2010年国内生产总值按平均汇率折算达到58791亿美元，超过日本，成为仅次于美国的世界第二大经济体，中国经济增长对世界经济的贡献不断提高2015年中国国内生产总值676708亿元，按可比价格计算，比上年增长6.9%。

2016年上半年，中国国内生产总值340637亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.7%，二季度增长6.7%。分产业看，第一产业增加值22097亿元，同比增长3.1%；第二产业增加值134250亿元，增长6.1%；第三产业增加值184290亿元，增长7.5%。从环比看，二季度国内生产总值增长1.8%。

2011-2016年中国国内生产总值及增长速度

2014-2016年中国国内生产总值及构成

单位：亿元

2014年

2015年

2016年

国内生产总值

636463

676708

340637

第一产业

58332

60863

22097

第二产业

271392

274278

134250

第三产业

306739

341567

184290

3.2.2 消费价格指数CPI、PPI

3.2.3 固定资产投资情况

3.2.4 全国居民收入情况

3.2.5 社会消费品零售总额

3.2.6 工业经济发展形势

3.3 食醋行业社会环境分析

3.3.1 食醋产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

第四章 全球食醋行业发展动态分析

4.1 2015年全球食醋行业发展概况

4.1.1 全球主要名醋的特色分析

4.1.2 全球食醋市场运行状况分析

4.1.3 国外保健醋生产的发展状况

4.2 2015年全球食醋主要地区运行情况

4.2.1 美国

4.2.2 日本

4.2.3 欧洲

4.3 2017-2022年全球食醋市场发展趋势分析

第五章 2015年中国食醋行业运行形势分析

5.1 2015年中国食醋行业发展综述

5.1.1 中国食醋行业运行特点

5.1.2 中国食醋行业技术分析

5.1.3 中国食醋行业市场价格走势分析

5.2 2015年中国醋产业发展面临问题分析

5.2.1 2015年中国醋产业发展面临问题分析

5.2.2 企业生产卫生状况较差

5.2.3 技术落后科研投入不足

5.2.4 企业之间存在不正当竞争

5.3 2015年中国食醋行业解决问题的对策分析

第六章 2015年中国食醋行业市场运行态势分析

6.1 2015年中国醋业市场发展状况分析

6.1.1 中国名醋企业联手打造醋市场

6.1.2 山西醋品牌的市场分布

6.1.3 香港名醋进军内地醋市场

6.2 2015年中国食醋市场产销状况统计分析

6.2.1 2015年中国食醋市场供给分析

6.2.2 2015年中国食醋需求量分析

6.2.3 2015年中国食醋市场产销平衡分析

第七章 中国食醋行业细分市场分析

7.1 食用醋市场发展分析

7.1.1 食用醋市场发展概况

7.1.2 食用醋重点生产企业

7.1.3 食用醋主要营销渠道

1、商场超市

2、酒店餐饮

3、便利店

7.1.4 食用醋市场发展趋势

7.2 果醋市场发展分析

7.2.1 果醋市场发展概况

1、果醋饮料

2、果醋调味品

7.2.2 果醋行业发展特点

7.2.3 果醋重点生产企业

7.2.4 果醋主要营销渠道

1、酒店、夜场

2、商场超市

3、直营专卖

7.3 妃醋市场发展分析

7.3.1 妃醋市场发展概况

7.3.2 妃醋重点生产企业

7.3.3 妃醋主要营销渠道

7.3.4 妃醋市场发展趋势

7.4 保健醋市场发展分析

7.4.1 保健醋市场发展概况

7.4.2 保健醋重点生产企业

7.4.3 保健醋主要营销渠道

1、保健品专卖店

2、药店

7.4.4 保健醋发展瓶颈分析

7.4.5 保健醋市场发展趋势

7.5 建议

7.5.1 细分市场研究结论

7.5.2 细分市场建议

第八章 中国食醋行业上、下游产业链分析

8.1 食醋行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 食醋行业产业链

8.2 食醋行业主要上游产业发展分析

8.2.1 大豆

1、中国大豆产业发展综述

2、中国大豆产业“短腿”现象亟待解决

3、中国民族大豆产业发展的对策

8.2.2 小麦

1、中国的小麦分布及产量状况

2、2015年国内小麦市场走势分析

3、2017-2022年中国小麦市场走势预测

8.2.3 玉米

1、中国玉米生产技术及产量情况

2、中国对玉米的需求量大于生产

3、提高玉米产量的四种对策

4、中国玉米生产发展趋势

8.2.4 稻米

1、中国稻米市场发展综述

2、稻米产量下滑引发粮食忧患

3、2017-2022年稻米市场走势预测

8.3 食醋行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国食醋行业市场竞争格局分析

9.1 2015年中国食醋行业竞争现状分析

9.1.1 酿醋行业面临市场竞争激烈

9.1.2 食醋区域竞争分析

9.1.3 中小型醋业如何提升竞争力

9.2 2015年中国食醋行业市场竞争格局分析

9.2.1 企业集中度分析

9.2.2 市场集中度分析

9.3 2015年中国食醋行业重点区域竞争分析

第十章 中国食醋行业领先企业竞争力分析

10.1 山西水塔老陈醋股份有限公司

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

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 江苏恒顺集团有限公司

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 四川保宁醋有限责任公司

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 石家庄珍极酿造集团有限责任公司

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 王致和集团（三河）龙门醋业有限公司

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 山东玉兔食品有限责任公司

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

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 山西紫林食品有限公司

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 四川省阆州醋业有限公司

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预测分析

11.1 2017-2022年中国食醋市场发展前景

11.1.1 调味品行业趋势分析

11.1.2 山西醋产业前景分析

11.1.3 开发果醋未来潜力巨大

11.1.4 食醋酿造技术趋势分析

11.2 2017-2022年中国食醋行业市场预测分析

11.2.1 食醋市场供给预测分析

11.2.2 食醋市场规模预测分析

11.2.3 食醋进出口预测分析

11.3 2017-2022年中国食醋行业市场盈利预测分析

第十二章 2017-2022年中国食醋行业投资机会与风险分析

12.1 2017-2022年中国食醋行业投资环境分析

12.1.1 “十二五”期间中国经济形势

12.1.2 “十三五”餐饮业发展规划

12.1.3 政策支持调味品行业发展

12.1.4 中国食醋业的进入壁垒分析

12.2 2017-2022年中国食醋行业投资机会分析

12.2.1 中国食醋消费需求潜力分析

12.2.2 零售渠道发展促进消费分析

12.2.3 未来食醋市场发展的驱动力

12.2.4 中式食醋在国外需求逐渐增加

12.3 2017-2022年中国食醋行业投资风险分析

12.3.1 市场竞争风险

12.3.2 食品安全风险

- 12.3.3 市场原材料风险
- 12.3.4 生产技术风险
- 12.4 2017-2022年中国食醋行业投资策略及建议
 - 12.4.1 加大科研开发
 - 12.4.2 实施大集团战略
 - 12.4.3 加大醋文化宣扬
 - 12.4.4 重视品牌建设
 - 12.4.5 发展对外贸易

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：固态法食醋生产工艺流程
- 图表：醋酸菌种制备工艺流程
- 图表：酶法液化通风回流制醋生产工艺
- 图表：液体深层发酵制醋工艺流程
- 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：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年食醋重要数据指标比较
- 图表：2014-2016年中国食醋行业销售情况分析
- 图表：2014-2016年中国食醋行业利润情况分析
- 图表：2014-2016年中国食醋行业资产情况分析
- 图表：2014-2016年中国食醋竞争力分析
- 图表：2017-2022年中国食醋产能预测
- 图表：2017-2022年中国食醋消费量预测
- 图表：2017-2022年中国食醋市场前景预测
- 图表：2017-2022年中国食醋市场价格走势预测
- 图表：2017-2022年中国食醋发展前景预测
- 图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295519.html>