

2019年中国食醋行业分析报告- 市场行情监测与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国食醋行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/375093375093.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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，古汉字为“酢”，又作“醢”。《周礼》有“醢人掌共醢物”的记载，可以确认，中国食醋西周已有。晋阳（今太原）是我食醋的发祥地之一，史称公元前8世纪晋阳已有醋坊，春秋时期遍及城乡。至北魏时《齐民要术》共记述了大酢，秫米神酢等二十二种制醋方法。唐宋以来，由于微生物和制曲技术的进步和发展，至明代已有大曲、小曲和红曲之分，山西醋以红心大曲为优质醋用大曲，该曲集大曲、小曲、红曲等多种有益微生物种群于一体。

最早的醋纪录在西亚，底格里斯河与幼发拉底河之间，美索不达米亚的南端，相当于现今伊拉克首都巴格达周围到波斯湾的地区，这个地区在公元前 5000年，已经进入铜器时代，使用阴历，开始筑坝拦洪，灌溉农业，并以大麦、双粒小麦生产面包，以芝麻榨油。据说在公元前 5000年，巴比伦尼亚有最为古老的醋纪录，用椰枣（Date）的果汁和树液以及葡萄干酿酒，再以酒、啤酒生产醋。椰枣是椰子科树木的果实，以椰枣果汁可以生产优质的醋。

自2009年起，中国食醋行业进入高速发展阶段，行业市场规模，产销量均在持续上升。2009年中国食醋行业市场规模仅为27.4亿元，2017年增长至78.5亿元，8年复合增长率为12.37%。

2009-2018年中国食醋行业市场规模及增速

资料来源：中国报告网整理

2013-2017年间，食醋行业生产量和消费量由384.2万吨和383.4万吨分别增长至449.3万吨和448.5万吨，均保持为稳健的上升态势，平均年增速为5-6%。从食醋行业市场规模增速和产销量增速对比可以看出，市场规模增速远高于产销量增速，在此期间，我国食醋行业的产品结构持续上移，产品单价保持稳步上升，中高端产品不断涌现并快速增长。当前我国食醋行业的一线品牌有：江苏恒顺、山西水塔、山西紫林，以及千禾味业、四川保宁、佛山海天、江苏苏美的成长，醋企规模不断扩大，前端企业获得了明显的头部优势。

2013-2018年中国吃醋产销量情况

资料来源：中国报告网整理

目前中国食醋产业年产量已接近500万吨，但是行业集中度却较低，行业排名第一的食醋企业恒顺醋业市场份额为5.2%，CR5为14.9%，不足15%，而我国酱油行业CR5接近27%，龙头海天目前的市场份额达到15%。与国际进行比较，日本和德国的食醋行业CR5在60%~80%，相比之下，我国醋行业品牌集中度低，未来有很大的整合空间。

2017年中国食醋行业企业集中度 资料来源：中国报告网整理

目前全国规模以上的食醋企业超过6000家，其中年均产量超过10万吨的企业仅有恒顺、水塔、紫林三家，只有7家醋企产量达到了5万吨以上。总体来看，我国食醋行业内缺乏全国性品牌，多为区域性、作坊式企业。在6000多家醋企中，品牌企业产量仅占20%，其他作坊式小企业占80%。目前在乡镇渠道、农贸渠道流通的醋产品多为小作坊产品，质量参差

不齐；现有的龙头企业规模相近，恒顺、水塔的年营收都超过10亿元，远超同类企业，但单企业占比较低，四大名醋都属于区域性企业，行业生态仍处于混沌状态。

2017年中国食醋行业企业规模分布 资料来源：中国报告网整理

从这次平遥古城假陈醋事件可以明显看出，我国食醋行业任重道远，食醋行业急需一个大规模、兼具渠道与品牌优势的大企业来提高行业集中度，迎合消费者对食醋类产品的高层次需求，从而引领当下的行业脱离恶劣的价格竞争格局或者不规范经营的环境。（FSW）

观研天下发布的《2019年中国食醋行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国食醋行业发展概述

第一节 食醋行业发展情况概述

- 一、食醋行业相关定义
- 二、食醋行业基本情况介绍
- 三、食醋行业发展特点分析

第二节 中国食醋行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、食醋行业产业链条分析

三、中国食醋行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国食醋行业生命周期分析

一、食醋行业生命周期理论概述

二、食醋行业所属的生命周期分析

第四节 食醋行业经济指标分析

一、食醋行业的赢利性分析

二、食醋行业的经济周期分析

三、食醋行业附加值的提升空间分析

第五节 中国食醋行业进入壁垒分析

一、食醋行业资金壁垒分析

二、食醋行业技术壁垒分析

三、食醋行业人才壁垒分析

四、食醋行业品牌壁垒分析

五、食醋行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球食醋行业市场发展现状分析

第一节 全球食醋行业发展历程回顾

第二节 全球食醋行业市场区域分布情况

第三节 亚洲食醋行业地区市场分析

一、亚洲食醋行业市场现状分析

二、亚洲食醋行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲食醋行业市场前景分析

第四节 北美食醋行业地区市场分析

一、北美食醋行业市场现状分析

二、北美食醋行业市场规模与市场需求分析

三、北美食醋行业市场前景分析

第五节 欧盟食醋行业地区市场分析

一、欧盟食醋行业市场现状分析

二、欧盟食醋行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟食醋行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界食醋行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球食醋行业市场规模预测

第三章 中国食醋产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品食醋总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节中国食醋行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节中国食醋产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国食醋行业运行情况

第一节 中国食醋行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国食醋行业市场规模分析

第三节 中国食醋行业供应情况分析

第四节 中国食醋行业需求情况分析

第五节 中国食醋行业供需平衡分析

第六节 中国食醋行业发展趋势分析

第五章 中国食醋所属行业运行数据监测

第一节 中国食醋所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国食醋所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国食醋所属行业财务指标分析

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

第六章 2016-2018年中国食醋市场格局分析

第一节 中国食醋行业竞争现状分析

一、中国食醋行业竞争情况分析

二、中国食醋行业主要品牌分析

第二节 中国食醋行业集中度分析

一、中国食醋行业市场集中度分析

二、中国食醋行业企业集中度分析

第三节 中国食醋行业存在的问题

第四节 中国食醋行业解决问题的策略分析

第五节 中国食醋行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国食醋行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国食醋行业消费特点

第二节 中国食醋行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 食醋行业成本分析

第四节 食醋行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国食醋行业价格现状分析

第六节 中国食醋行业平均价格走势预测

- 一、中国食醋行业价格影响因素
- 二、中国食醋行业平均价格走势预测
- 三、中国食醋行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国食醋行业区域市场现状分析

第一节 中国食醋行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区食醋市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区食醋市场规模分析
- 四、华东地区食醋市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区食醋市场规模分析
- 四、华中地区食醋市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区食醋市场规模分析

第九章 2016-2018年中国食醋行业竞争情况

第一节 中国食醋行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国食醋行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国食醋行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 食醋行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国食醋行业发展前景分析与预测

第一节中国食醋行业未来发展前景分析

一、食醋行业国内投资环境分析

二、中国食醋行业市场机会分析

三、中国食醋行业投资增速预测

第二节中国食醋行业未来发展趋势预测

第三节中国食醋行业市场发展预测

一、中国食醋行业市场规模预测

二、中国食醋行业市场规模增速预测

三、中国食醋行业产值规模预测

四、中国食醋行业产值增速预测

五、中国食醋行业供需情况预测

第四节中国食醋行业盈利走势预测

一、中国食醋行业毛利润同比增速预测

二、中国食醋行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国食醋行业投资风险与营销分析

第一节 食醋行业投资风险分析

- 一、食醋行业政策风险分析
- 二、食醋行业技术风险分析
- 三、食醋行业竞争风险分析
- 四、食醋行业其他风险分析

第二节 食醋行业企业经营发展分析及建议

- 一、食醋行业经营模式
- 二、食醋行业销售模式
- 三、食醋行业创新方向

第三节 食醋行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2019-2025年中国食醋行业发展策略及投资建议

第一节 中国食醋行业品牌战略分析

- 一、食醋企业品牌的重要性
- 二、食醋企业实施品牌战略的意义
- 三、食醋企业品牌的现状分析
- 四、食醋企业的品牌战略
- 五、食醋品牌战略管理的策略

第二节 中国食醋行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国食醋行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国食醋行业发展策略及投资建议

第一节 中国食醋行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国食醋行业定价策略分析

第三节 中国食醋行业营销渠道策略

一、食醋行业渠道选择策略

二、食醋行业营销策略

第四节 中国食醋行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国食醋行业重点投资区域分析

二、中国食醋行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/375093375093.html>