

2017-2022年中国食醋行业发展格局现状及投资定位分析报告

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《2017-2022年中国食醋行业发展格局现状及投资定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/285403285403.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

醋是用各种醇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。适当的醇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。资料来源：公开资料整理

资料来源：公开资料整理 2016年，酱油占调味品市场比重约24%，食醋占比为10.33%，由此推算，我国酱油的市场规模约640亿元，而食醋的市场规模约270亿元。资料来源：公开资料整理 资料来源：公开资料整理 中国食醋行业发展趋势：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。从产品功能开发多样性来看，目前我国食醋产品基本上还停留在满足消费者一日三餐需求的初级阶段，食醋产品中的高端产品占比相对较小。与国外食醋产品相比，我国食醋产品在功能性开发和产品多样化上仍有较大提升的空间。随着食醋品种的不断丰富和发展，食醋的消费将从调味醋向饮料醋、保健醋等方向延伸。因此，未来我国食醋消费量的提升仍然存在着较大空间。

中国报告网发布的《2017-2022年中国食醋行业发展格局现状及投资定位分析报告》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。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。

第一部分发展现状与前景分析

第一章全球食醋行业发展分析

第一节2016年全球食醋市场分析一、2016年全球食醋市场分析二、国际调味品消费发展情况第二节部分国家地区食醋行业发展状况一、欧美食醋市场分析二、日本食醋市场分析

第二章我国食醋行业发展现状第一节我国食醋行业发展现状一、2016年中国调味品行业发

展现状分析二、我国醋行业发展状况分析三、我国食醋行业格局分析第二节我国食醋行业发展状况一、我国调味品行业发展情况分析二、食醋市场发展分析三、食醋行业存在的问题分析四、调味品行走向品牌时代第三节中国食醋行业供需分析一、2016年中国食醋市场供给总量分析二、2016年中国食醋市场供给结构分析三、2016年中国食醋市场需求总量分析四、2016年中国食醋市场需求结构分析

第三章中国食醋行业经济运行分析第一节2014-2016年食醋行业运行情况一、2016年食醋行业经济指标分析二、2016年食醋行业经济指标分析第二节2014-2016年食醋行业产量分析一、2016年我国食醋产品产量分析二、2016年我国食醋产品产量分析第三节2014-2016年食醋行业进出口分析一、2014-2016年食醋行业进口总量及价格二、2014-2016年食醋行业出口总量及价格三、2017-2022年食醋进出口态势展望

第四章中国食醋消费市场分析第一节食醋行业产品目标客户群体调查一、不同收入水平消费者偏好调查二、不同年龄的消费者偏好调查三、不同性别的消费者偏好调查第二节食醋市场消费需求分析一、食醋行业的需求情况分析二、食醋消费结构分析第三节食醋行业产品的市场调查一、消费者对食醋包装要求调查二、消费者对食醋容量要求调查三、消费者对食醋价格的要求调查四、消费者每月食醋消费情况调查五、消费者食醋数量增长情况调查六、消费者食醋顾虑情况调查七、消费者对食醋产品要求情况调查八、消费者食醋购买地点情况调查九、消费者经常购买的品牌调查

第五章中国食醋行业区域市场分析第一节山西食醋分析一、山西老陈醋二、2016年山西食醋市场分析三、山西醋产业发展四、山西醋的困惑及对策第二节镇江食醋分析一、镇江香醋海外市场分析二、镇江香醋品牌维护分析三、镇江恒顺香醋酿制技艺第三节四川食醋分析一、四川食醋争夺需求旺盛市场二、收购激活保宁醋三、2016年上海市食醋产品状况

第六章食醋行业投资与发展前景分析第一节食醋行业投资机会分析一、食醋行业消费品领域投资热点二、食醋行业的商业机会第二节食醋行业发展前景分析第三节食醋行业投资环境分析一、2016年中国工业经济发展分析二、我国将完善调味品行业食品安全国家标准第二部分市场竞争格局与形势

第七章食醋行业竞争格局分析第一节食醋行业集中度分析一、食醋市场集中度分析二、食醋企业集中度分析三、食醋区域集中度分析第二节食醋行业竞争格局分析一、中国调味品市场竞争格局二、2014-2016年中外食醋产品竞争分析三、2014-2016年国内外食醋竞争分析四、2014-2016年我国食醋市场竞争分析五、2017-2022年国内主要食醋企业动向

第八章2014-2016年中国食醋行业发展形势分析第一节食醋行业发展概况一、食醋行业发展特点分析二、食醋行业投资现状分析三、食醋行业总产值分析四、食醋行业技术发展分析第二节2014-2016年食醋行业市场情况分析一、食醋行业市场发展分析二、食醋市场存在的问题三、食醋市场规模分析第三节2014-2016年食醋产销状况分析一、食醋产量分析二、食醋产能分析三、食醋市场需求状况分析第四节产品发展趋势预测一、产品发展新动态二、技术新动态三、产品发展趋势预测第三部分赢利水平与企业分析

第九章中国食醋行业整体运行指标分析第一节2014-2016年中国食醋行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业生产规模分析第二节2014-2016年中国食醋行业产销分析一、行业产成品情况总体分析二、行业产品销售收入总体分析第三节2014-2016年中国食醋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

第十章食醋行业赢利水平分析第一节成本分析一、2014-2016年食醋原材料价格走势二、2014-2016年食醋行业人工成本分析第二节产销运存分析一、2014-2016年食醋行业产销情况二、2014-2016年食醋行业库存情况三、2014-2016年食醋行业资金周转情况第三节赢利水平分析

第十一章食醋行业盈利能力分析第一节2014-2016年中国食醋行业利润总额分析一、利润总额分析二、不同规模企业利润总额比较分析三、不同所有制企业利润总额比较分析第二节2014-2016年中国食醋行业销售利润率一、销售利润率分析二、不同规模企业销售利润率比较分析三、不同所有制企业销售利润率比较分析第三节2014-2016年中国食醋行业总资产利润率分析一、总资产利润率分析二、不同规模企业总资产利润率比较分析三、不同所有制企业总资产利润率比较分析第四节2014-2016年中国食醋行业产值利税率分析

第十二章食醋重点企业发展分析第一节山西老陈醋集团有限公司一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析第二节山西水塔老陈醋股份有限公司一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析第三节江苏恒顺集团有限公司一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析第四节四川保宁醋有限公司一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析第五节石家庄珍极酿造集团有限责任公司一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析第六节北京市龙门醋厂一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析第七节山东玉兔食品有限责任公司一、企业概况二、主营产品概况三、公司运营情况四、公司优劣势分析第四部分投资策略与风险预警

第十三章食醋行业投资策略分析第一节行业发展特征一、行业的周期性二、行业的区域性三、行业的上下游四、行业经营模式第二节行业投资形势分析一、行业发展格局二、行业进入壁垒三、我国食醋产业SCP模式分析四、行业五力模型分析第三节食醋行业投资效益分析一、2016年食醋行业投资状况分析二、2016年食醋行业投资效益分析三、2017-2022年食醋行业投资方向四、2017-2022年食醋行业投资建议第四节食醋行业投资策略研究

第十四章食醋行业投资风险预警第一节影响食醋行业发展的主要因素一、2016年影响食醋行业运行的有利因素二、2016年影响食醋行业运行的稳定因素三、2016年影响食醋行业运行的不利因素四、2016年我国食醋行业发展面临的挑战五、2016年我国食醋行业发展面临的机遇第二节食醋行业投资风险预警一、2017-2022年食醋行业市场风险预测二、2017-2022年食醋行业政策风险预测三、2017-2022年食醋行业经营风险预测四、2017-2022年食醋行业技术风险预测五、2017-2022年食醋行业竞争风险预测六、2017-2022年食醋行业其他风

险预测第五部分发展趋势与规划建议

第十五章食醋行业发展趋势分析第一节2017-2022年中国食醋市场趋势分析一、2014-2016年我国食醋市场趋势总结二、2017-2022年我国食醋发展趋势分析第二节2017-2022年食醋产品发展趋势分析一、2017-2022年食醋产品技术趋势分析二、2017-2022年食醋产品价格趋势分析第三节2017-2022年中国食醋行业供需预测一、2017-2022年中国食醋供给预测二、2017-2022年中国食醋需求预测三、2017-2022年中国食醋价格预测第四节2017-2022年食醋行业规划建议一、食醋行业“十二五”整体规划二、食醋行业“十三五”规划预测三、2017-2022年食醋行业规划建议

第十六章食醋企业管理策略建议第一节市场策略分析一、食醋价格策略分析二、食醋渠道策略分析第二节销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析第三节提高食醋企业竞争力的策略一、提高中国食醋企业核心竞争力的对策二、食醋企业提升竞争力的主要方向三、影响食醋企业核心竞争力的因素及提升途径第四节对我国食醋品牌的战略思考一、食醋实施品牌战略的意义二、食醋企业品牌的现状分析三、我国食醋企业的品牌战略图表目录：图表：2016年中国食醋市场供给总量图表：2016年中国食醋市场供给结构图表：2016年中国食醋市场需求总量图表：2016年中国食醋市场需求结构图表：2016年食醋行业工业总产值图表：2016年食醋行业工业销售产值图表：2016年食醋行业利润总额图表：2016年食醋行业工业总产值图表：2016年食醋行业工业销售产值图表：2016年食醋行业利润总额图表：2016年我国食醋产品产量图表：2016年我国食醋产品产量图表：2016年1季度醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年1月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年2月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年3月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年2季度醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年4月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年5月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年6月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年3季度醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年7月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年8月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年9月醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年4季度醋及用醋酸制得的醋代用品进口图表：2016年10月醋及用醋酸制得的醋代用品进口（GYFSW）图表详见正文特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/285403285403.html>