

# 2018年中国食醋市场分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国食醋市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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/329303329303.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： $\text{CH}_3\text{COOH}$ ，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。

食醋由于酿制原料和工艺条件不同，风味各异，没有统一的分类方法。

1、若按制醋工艺流程分类，可分为酿造醋和人工合成醋。酿造醋又可分为谷物醋（用粮食等原料制成）、糖醋（用饴糖、蔗糖、糖类原料制成）、酒醋（用食用酒精、酒尾制成）。谷物醋根据加工方法的不同，可再分为熏醋、特醋、香醋、麸醋等。人工合成醋又可分为色醋和白醋（白醋可再分为普通白醋和醋精）。醋以酿造醋为佳，其中又以谷物醋为佳。

2、若按原料处理方法分类，粮食原料不经过蒸煮糊化处理，直接用来制醋，称为生料醋；经过蒸煮糊化处理而酿制的醋，称为熟料醋。

3、若按制醋用糖化曲分类，则有麸曲醋、老法曲醋之分。

4、若按醋酸发酵方式分类，则有固态发酵醋、液态发酵醋和固稀发酵醋之分。

5、若按食醋的颜色分类，则有浓色醋、淡色醋、白醋之分。 6、若按风味分类，陈醋的醋香味较浓；熏醋具有特殊的焦香味；甜醋则添加有中药材、植物性香料等。

随着消费者对食品安全的日益重视，将更青睐于固态发酵的镇江香醋、山西陈醋（十大名醋中只有镇江香醋和山西陈醋是固态发酵）。同时因为食醋“越放越香，久放不腐”的特点，目前许多食醋企业推出了3年陈、5年陈的高端陈醋，可能会为食醋未来的高端化发展方向。

另外，食醋消费具有很大的衍生性，不仅限于调味品，还可以作为保健食品、饮料、美容产品等。随着消费者生活水平的提高和对饮食健康的关注，我们预计以营养、保健、美容等概念的食醋产品将越来越受到欢迎，从而食醋的消费将从调味醋向饮料醋、保健醋等延伸，未来食醋消费量的提升仍然存在着较大空间。

例如在醋饮料方面，天地壹号在南方的终端销售收入已接近20亿元。公司去年也开始加大对醋饮料的开发投入，推出“小苹果醋”、“老萝卜醋”、“6不添加系列”等多款新品，定位于年轻化和健康化，并成立了专门的子公司用于醋饮销售（其中恒顺持股比例为43%），且给予团队成员一定的股权。但由于刚刚开始推广以及饮料行业需要高投入的特性，我们预计短期内公司醋饮难以放量。醋的分类 资料来源：观研天下数据中心整理中国调味品分类占比 资料来源：观研天下数据中心整理

1、2016年，我国果醋的的产量约14.6万吨，我国人均醋饮料消费量非常低，仅有0.1

1公斤，且主要集中在广东等珠三角地区，占到全国销量的60%以上，而日本则达到2.4公斤左右的人均消费量。我们认为，随着醋饮料的保健、健康特性被人们所熟知和认可，醋饮料也可以创造像凉茶那样的市场发展。根据国信产业研究院的研究，到2020年，我国醋饮料行业的市场规模将达到300亿元。

2、我国醋行业仍然以大量的中小企业为主，行业集中度很低，存在大量地区性醋企业。2016年，海天味业酱油业务营收达到63亿元，占行业比重为9.84%，恒顺醋业醋业务营收达到10.4亿元，行业占比约为3.85%。目前酱油行业的CR5约22%。目前我国食醋行业的CR5不足15%，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。

3、随着我国高收入人群的不断增长和对食品安全和健康饮食的重视，高端醋产品和保健醋、醋饮料都将面临着良好的发展机遇，并推动我国醋产品的吨价持续走高。高端醋主要以有机醋、年份醋、礼品醋、保健醋等为主，目前在市场上的占比较低，我们估计不足10%，但是对于醋企业的利润贡献却比较大。（FSW）观研天下发布的《2018年中国食醋市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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、食醋T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 2015-2017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 2015-2017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 2018-2024年世界食醋行业分布走势预测

#### 第七节 2018-2024年全球食醋行业市场规模预测

### 第三章 2015-2017年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、全社会消费品零售总额

##### 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、食醋环境分析

##### 三、文化环境分析

##### 四、生态环境分析

##### 五、消费观念分析

### 第四章 2015-2017年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、产成品分析

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 六、销售成本分析

#### 七、销售费用分析

#### 八、管理费用分析

#### 九、财务费用分析

#### 十、其他运营数据分析

### 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 2015-2017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 2015-2017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

#### 第二节 食醋行业成本分析

#### 第三节 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

#### 第四节 中国食醋行业价格现状分析

#### 第五节 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 2015-2017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 2015-2017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（食醋T）

- 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 2018-2024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 2018-2024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
- 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2018-2024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 2018-2024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

##### 第二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

##### 第三节中国食醋行业价格策略

##### 第四节 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/canyin/329303329303.html>