

# 2012-2016年中国食醋行业运营态势及市场前景预测报告

## 报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2012-2016年中国食醋行业运营态势及市场前景预测报告》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趋势、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://baogao.chinabaogao.com/canyin/123828123828.html>

报告价格：电子版：6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版：7500

订购电话：400-007-6266 010-86223221

电子邮箱：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

调味品行业自2003年以来进入了高速发展的阶段，已连续十年实现年增长幅度超过10%以上，近5年行业年增长率达20%左右。预示着调味品行业的品牌时代已经来临。中国调味品市场经过几轮的行业整合和国内、国际资本整合之后，已经从一个相对滞后的行业，大跨地转型为激烈的市场竞争行业。随着消费的不断升级，市场竞争的加剧，调味品表现出向高档化发展的趋势，中高档调味品市场容量在进一步扩大，品牌产品的市场份额进一步提高。随着国家对调味品行业的不断规范，使得门槛逐步提高，加上国际化、专业化的并购重组相继上演，调味品行业集中度将逐步提高，中小企业的优胜劣汰也将加速。传统调味品生产企业纷纷投资进行技术改造，调味品产品的技术含量日益增强，产品质量进一步提高。外资对国内调味品市场的渗透力度加大，但由于我国调味品消费的区域性特色明显，在未来相当长时期内，国内名优品牌仍将占据主导地位。

我国是一个食醋生产和消费的大国，酿醋历史悠久，许多人都有食醋的习惯和爱好。2010年全国食醋产量约为360万吨，随着人们生活水平的提高以及科学的研究对食醋功能特性的进一步揭示，食醋的用途也越来越广，对食醋及其衍生产品的需求越来越大。现在对醋的使用已不仅仅局限于传统的烹调中，作为营养饮品、保健品等正日益受到越来越多人的喜爱。目前，我国食醋行业市场竞争相当激烈，除传统的四大名醋外，我国醋业市场上还有各地大大小小上千种醋品牌。其中，我国的四大名醋分别是：镇江香醋、山西老陈醋、四川保宁醋、浙江大红浙醋；我国国内食醋行业市场主要以内资品牌为主，但是由于各种历史原因导致了这些企业尚不具备操作全国市场的能力，全国食醋的生产还没有一家形成相当的规模，而是以点状分布为主。但目前，我国食醋市场已经逐渐有外族品牌进入，并占据着较大的市场份额。

随着品牌意识、渠道建设和新的营销理念，再加上食醋本身具有良好的药理和保健功能，所以在近年内食醋行业发展快速，远销国外。在未来的几年内，食醋行业不仅要面对新的市场机会，更要面对打假和维护市场品牌形象的重要任务，需要加强对自身特点、定位和文化传承的了解，更需要了解市场的变化、重新调整和发展竞争战略、分析和掌握消费者的需求和真实感知。为了在激烈的竞争环境中求得生存和发展，食醋企业有必要了解消费者对自身及竞争品牌产品的质量感知，以准确地把握当前的市场态势，寻找发展机会。

中国报告网发布的《2012-2016年中国食醋行业运营态势及市场前景预测报告》在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家食品药品监督管理局、中国食品工业协会、中国烹饪协会、中国餐饮行业协会、中国消费者协会、山西醋业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及食醋研究单位等公布和提供的大量资料，结合对食醋相关企业的实地调查，对我国食醋行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了食醋行业的前景与风险。

本食醋行业报告，揭示了食醋市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 第一章 全球食醋行业发展分析

### 第一节 2011年全球食醋市场分析

一、2011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、2011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、2011年中国食醋市场供给总量分析

二、2011年中国食醋市场供给结构分析

三、2011年中国食醋市场需求总量分析

四、2011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 2010-2011年食醋行业运行情况分析

一、2010年食醋行业经济指标分析

二、2011年食醋行业经济指标分析

### 第二节 2010-2011年食醋行业产量分析

一、2010年我国食醋产品产量分析

二、2011年我国食醋产品产量分析

### 第三节 2008-2016年食醋行业进出口分析

一、2008-2011年食醋行业进口总量及价格

二、2008-2011年食醋行业出口总量及价格

### 三、2012-2016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、2010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、2010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、2010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、2010-2011年中外食醋产品竞争分析

三、2010-2011年国内外食醋竞争分析

四、2010-2011年我国食醋市场竞争分析

五、2012-2016年国内主要食醋企业动向

第八章 2012-2016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 2010-2011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 2010-2011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 食醋行业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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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、2010-2011年食醋原材料价格走势

###### 二、2010-2011年食醋行业人工成本分析

#### 第二节 产销运存分析

###### 一、2010-2011年食醋行业产销情况

###### 二、2010-2011年食醋行业库存情况

###### 三、2010-2011年食醋行业资金周转情况

#### 第三节 盈利水平分析

### 第十一章 食醋行业盈利能力分析

#### 第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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、公司简介

二、东湖醋介绍

三、公司发展状况

四、公司独特工艺

#### 第二节 山西水塔老陈醋股份有限公司 181

一、公司简介

二、公司产品与服务

三、公司发展分析

#### 第三节 江苏恒顺集团有限公司

一、公司简介

二、公司品牌发展

三、2009-2010年经营状况

四、公司发展战略

#### 第四节 四川保宁醋有限公司

一、公司简介

二、保宁醋简介

三、2010年公司发展形势分析

#### 第五节 石家庄珍极酿造集团有限责任公司

一、公司简介

二、公司技术实力

三、公司发展战略

#### 第六节 北京市龙门醋厂

一、公司简介

二、龙门醋的发展

三、龙门醋的发展战略

#### 第七节 山东玉兔食品有限责任公司

一、公司简介

二、公司竞争力

三、公司发展状况

#### 第八节 天津市天立独流老醋股份有限公司

一、公司简介

二、公司产品及技术

三、公司发展状况

四、公司发展战略

第九节 山西紫林食品有限公司

一、公司简介

二、公司竞争力

三、紫林醋介绍

第十节 长沙好韵味实业发展有限公司

一、公司简介

二、公司竞争力

三、公司发展战略

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、2011年食醋行业投资状况分析

二、2011年食醋行业投资效益分析

三、2012-2016年食醋行业投资方向

四、2012-2016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、2011年影响食醋行业运行的有利因素

二、2011年影响食醋行业运行的稳定因素

三、2011年影响食醋行业运行的不利因素

四、2011年我国食醋行业发展面临的挑战

五、2011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、2012-2016年食醋行业市场风险预测
- 二、2012-2016年食醋行业政策风险预测
- 三、2012-2016年食醋行业经营风险预测
- 四、2012-2016年食醋行业技术风险预测
- 五、2012-2016年食醋行业竞争风险预测
- 六、2012-2016年食醋行业其他风险预测

## 第十五章 食醋行业发展趋势分析

### 第一节 2012-2016年中国食醋市场趋势分析

- 一、2009-2011年我国食醋市场趋势总结
- 二、2012-2016年我国食醋发展趋势分析

### 第二节 2012-2016年食醋产品发展趋势分析

- 一、2012-2016年食醋产品技术趋势分析
- 二、2012-2016年食醋产品价格趋势分析

### 第三节 2012-2016年中国食醋行业供需预测

- 一、2008-2011年中国食醋供给分析
- 二、2012-2016年中国食醋需求预测
- 三、2012-2016年中国食醋价格预测

### 第四节 2012-2016年食醋行业规划建议

- 一、食醋行业“十一五”整体规划
- 二、食醋行业“十二五”规划预测
- 三、2012-2016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

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/canyin/123828123828.html>