

2015-2020年中国食醋市场 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国食醋市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitashipin1503/S02716ASJ6.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-03-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国食醋市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了食醋行业相关概述、中国食醋产业运行环境、分析了中国食醋行业的现状、中国食醋行业竞争格局、对中国食醋行业做了重点企业经营状况分析及中国食醋产业发展前景与投资预测。您若想对食醋产业有个系统的了解或者想投资食醋行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。随着人民生活水平的提高和食品工业的迅速发展，调味品的生产和市场出现了空前的繁荣和兴旺，其主要标志是：工艺改进，品种增加，质量提高，并逐步向营养、卫生、方便和适口的方向发展。在技术上将大量采用生物技术，如细胞融和、国产化酶等的应用，将使产品在目前的基础上进一步完善和提高。各种利用萃取、蒸馏、浓缩和超临界萃取等技术从植物和动物中提取天然调味料的技术也将得到广泛应用。

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。随着人们生活水平的提高以及科学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好。目前，我国醋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：镇江恒顺香醋、山西老陈醋、四川保宁醋、浙江大红浙醋；山西老陈醋年产量约为26万吨左右，占中国食醋总产量的十分之一。我国国内醋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。

第一章 中国食醋行业PEST模型分析

第一节 食醋行业定义统计标准

一、食醋行业概念及分类

二、食醋行业统计部门和统计口径

三、食醋行业产业链结构分析

四、食醋行业发展周期分析

第二节 中国食醋行业政策环境分析（P）

一、行业相关政策动向

二、行业产品质量标准

三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

五、行业“十二五”发展规划

第三节 中国食醋行业经济环境分析（E）

一、国际宏观经济及对食醋行业影响

二、国内宏观经济及对食醋行业影响

三、食品制造行业主要经济指标分析

四、食醋行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国食醋行业社会环境分析（S）

一、我国人口因素及对食醋行业影响

二、食醋人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对食醋行业影响

第五节 中国食醋行业技术环境分析（T）

一、生产技术

二、安全检测技术

第二章 2013-2014年全球食醋行业市场发展状况分析

第一节 2013-2014年世界食醋行业发展状况

一、世界食醋行业生产情况

二、世界食醋消费及趋势分析

三、世界食醋行业发展趋势分析

第二节 美国食醋行业现状分析

一、美国食醋行业的市场现状

二、美国食醋行业的市场特征

第三节 日本食醋行业现状分析

一、日本食醋行业的市场规模

二、日本食醋行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节 欧洲食醋行业市场状况

一、欧洲食醋行业的市场现状

二、欧洲食醋行业的市场特征

第五节 主要跨国食醋公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2014年我国食醋行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2014年我国食醋行业发展现状

一、食醋行业市场规模

二、食醋行业产品发展现状

三、食醋行业消费市场现状

第二节 2013-2014年食醋行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2013-2014年食醋市场结构和价格走势分析

一、2013-2014年我国食醋市场结构和价格走势概述

二、2013-2014年我国食醋市场结构分析

三、2013-2014年我国食醋市场价格走势分析

第四节 2013-2014年重点城市食醋市场发展情况

第四章 2013-2014年中国食醋行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2014年中国食醋行业经济运行主要特点

第二节 2013-2014年食醋行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2013-2014年全国食醋行业供给情况分析

一、全国食醋行业总产值分析

二、全国食醋行业产成品分析

三、各地区食醋行业供给情况分析

第四节 2013-2014年全国食醋行业需求情况分析

一、全国食醋行业销售产值分析

二、全国食醋行业销售收入分析

三、各地区食醋行业需求情况分析

四、全国食醋行业产销率分析

第五节 2013-2014年中国食醋行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、食醋行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、食醋行业进口前景及建议

第五章 食醋区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六章 中国食醋行业消费市场分析

第一节 中国食醋消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2013-2014年消费者收入水平

三、2014年消费者信心指数分析

第二节 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、不同地区的消费者偏好调查

第三节 食醋市场消费需求分析

一、食醋市场的消费需求变化

二、食醋行业的需求情况分析

三、2015年食醋品牌市场消费需求趋势

第四节 食醋消费市场状况分析

一、食醋行业消费特点

二、食醋消费者分析

三、食醋消费结构分析

四、食醋消费的市场变化

五、食醋市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 食醋行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、食醋行业品牌忠诚度调查
- 六、食醋行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第七章 食醋行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

- 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 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 2013-2014年食醋行业竞争格局分析

- 一、2013-2014年国内外食醋竞争分析
- 二、2013-2014年我国食醋市场竞争分析
- 三、2013-2014年我国食醋市场集中度分析
- 四、2015-2020年国内主要食醋企业动向
- 五、2014年国内食醋拟在建项目分析

第四节 食醋市场竞争策略分析

- 一、2014年食醋市场增长潜力分析
- 二、2014年食醋主要潜力品种分析
- 三、现有食醋产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 食醋企业竞争策略分析

- 一、食醋行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2015-2020年我国食醋市场竞争趋势
- 三、2015-2020年食醋行业竞争策略分析
- 四、2015-2020年食醋企业竞争策略分析

第八章 主要食醋企业竞争分析

第一节 江苏恒顺集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第二节 山西老陈醋集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第三节 山西水塔老陈醋股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第四节 四川保宁醋有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第五节 天津市天立独流老醋股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第六节 山西紫林食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第七节 山东玉兔食品有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第八节 广州致美斋食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九节 北京二商金狮龙门食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第十节 石家庄珍极酿造集团有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九章 食醋行业发展趋势与前景预测

第一节 我国食醋行业前景与机遇分析

一、我国食醋行业发展前景

二、我国食醋发展机遇分析

第二节 2015-2020年中国食醋市场趋势分析

一、2013-2014年食醋市场趋势总结

二、2015-2020年食醋市场发展空间

三、2015-2020年食醋产业政策趋向

四、2015-2020年食醋技术革新趋势

五、2015-2020年食醋价格走势分析

六、2015-2020年国际环境对行业的影响

七、2015-2020年食醋发展趋势分析

第三节 未来食醋需求与消费预测

- 一、2015-2020年食醋产品消费预测
 - 二、2015-2020年食醋市场规模预测
 - 三、2015-2020年食醋行业总产值预测
 - 四、2015-2020年食醋行业销售收入预测
- ### 第四节 2015-2020年中国食醋行业供需预测
- 一、2015-2020年中国食醋供给预测
 - 二、2015-2020年中国食醋需求预测
 - 三、2015-2020年中国食醋供需平衡预测
 - 四、2015-2020年中国食醋产品价格趋势
 - 五、2015-2020年主要食醋产品进出口预测

第十章 食醋行业投资现状与投资环境分析

第一节 2013-2014年食醋行业投资情况分析

- 一、2014年总体投资及结构
- 二、2014年投资规模及增速
- 三、2014年分行业投资分析
- 四、2014年分地区投资分析
- 五、2014年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

- 一、我国宏观经济形势分析
- 二、2015-2020年投资趋势及其影响预测

第三节 政策法规环境分析

第四节 技术发展环境分析

- 一、2014年食醋技术发展分析
- 二、2015-2020年食醋技术发展趋势分析

第五节 社会发展环境分析

第十一章 食醋行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2014年相关产业活力系数比较

二、2011-2014年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2014年相关产业投资收益率比较

二、2011-2014年行业投资收益率分析

第三节 食醋行业投资效益分析

一、2013-2014年食醋行业投资状况分析

二、2015-2020年食醋行业投资效益分析

三、2015-2020年食醋行业投资趋势预测

四、2015-2020年食醋行业的投资方向

五、2015-2020年食醋行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响食醋行业发展的主要因素（SWOT分析）

一、2015-2020年影响食醋行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响食醋行业运行的不利因素分析

三、2015-2020年我国食醋行业发展面临的挑战分析

四、2015-2020年我国食醋行业发展面临的机遇分析

第五节 食醋行业投资风险及控制策略分析

一、2015-2020年食醋行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年食醋行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年食醋行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年食醋行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年食醋行业同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年食醋行业其他风险及控制策略

第十二章 博思数据关于食醋行业投资战略研究

第一节 食醋行业发展战略研究

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

第二节 对我国食醋品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、食醋实施品牌战略的意义

三、食醋企业品牌的现状分析

四、我国食醋企业的品牌战略

五、食醋品牌战略管理的策略

第三节 食醋经营策略分析

一、食醋市场细分策略

二、食醋市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、食醋新产品差异化战略

第四节 投资战略研究

一、2014年食醋投资战略

二、2014年食醋行业投资战略

三、2015-2020年食醋行业投资战略

图表目录

图表：食醋产业链分析

图表：全球食醋市场规模

图表：全球食醋生命周期

图表：2014年我国食醋行业主要经济指标

图表：2014年我国食醋出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2014年食醋销售收入

图表：2014年食醋销售收入增长趋势图

图表：2014年食醋不同规模企业销售额

图表：2014年食醋不同规模企业销售额对比图

图表：2014年食醋不同规模企业销售额对比图

图表：2014年1-12月食醋不同所有制企业销售额

图表：2014年食醋不同所有制企业销售额

图表：2014年食醋不同所有制企业销售额对比图

图表：2014年食醋利润总额

图表：2014年食醋利润总额增长趋势图

图表：2014年食醋不同规模企业利润总额

图表：2014年食醋不同规模企业利润总额对比图

图表：2014年食醋不同所有制企业利润总额

图表：2014年食醋不同所有制企业利润总额对比图

图表：2013-2014年食醋资产总额

图表：2011-2014年食醋总资产增长趋势图

图表：2013-2014年食醋不同规模企业总资产

图表：2013-2014年食醋不同规模企业总资产对比图

图表：2013-2014年食醋不同所有制企业总资产

图表：2013-2014年食醋不同所有制企业总资产对比图

图表：2014年食醋亏损面

图表：2014年食醋亏损企业亏损总额

图表：2014年食醋销售毛利率趋势图

图表：2014年食醋成本费用率

图表：2014年食醋成本费用利润率趋势图

图表：2014年食醋销售利润率趋势图

图表：2014年食醋应收账款周转率对比图

图表：2014年食醋流动资产周转率对比图

图表：2014年食醋总资产周转率对比图

图表：2014年食醋资产负债率对比图

图表：2014年食醋利息保障倍数对比图

图表：2013-2014年中国食醋发展能力分析

图表：2013-2014年中国食醋竞争力分析

图表：食醋市场调查对象情况分析

图表：食醋消费者消费习惯调查

图表：消费者对食醋产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：食醋消费者品牌状况调查分析

图表：2013-2014年中国消费者食醋品牌构成

图表：食醋消费者性别比例

图表：食醋消费者年龄分布

图表：食醋消费者购买频率分析

图表：食醋消费者购买食醋的规格

图表：食醋消费者购买食醋消费金额

图表：消费者食醋关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

图表：2015-2020年中国食醋产能预测

图表：2015-2020年中国食醋消费量预测

图表：2015-2020年中国食醋市场前景预测

图表：2015-2020年中国食醋市场价格走势预测

图表：2015-2020年中国食醋发展前景预测

本报告由博思数据的资深专家和研究人員通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个食醋行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据食醋行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国食醋行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国食醋行业将面临的机遇与挑战，对食醋行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是食醋企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1503/S02716ASJ6.html>