



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国食醋市场分析 及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国食醋市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/276356.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

食醋，古代称为酢、苦酒和“食总管”，在我国已有3000多年的食用历史。食醋不仅是调味品，还具有保护营养素、促进消化、软化血管、降低胆固醇、抑菌和杀菌等等诸多功效。中国古代医学就有醋入药的记载，认为它有生发、美容、降压、减肥的功效。

若按制醋工艺流程来分，食醋可分为酿造食醋和配制食醋。酿造食醋按发酵工艺分为两类：固态发酵食醋和液态发酵食醋。固态发酵食醋：以粮食及其副产物为原料，采用固态醋醅发酵酿制而成的食醋。液态发酵食醋：以粮食、糖类、果类或酒精为原料，采用液态醋醪发酵酿制而成的食醋。

我国食醋年产量在300万吨以上，行业集中度偏低，行业竞争较为激烈。品牌方面，恒顺醋业作为镇江香醋的代表，水塔老陈醋作为山西陈醋的代表，形成了较高的品牌知名度。

2014年我国调味品总产量达到2235万吨，产量较上年同期增长11.75%，酱醋类产品产量的快速增长是推动我国调味品产量上升的主要动力。2014年我国食醋产量为395万吨，产量占比为17.67%。 2006-2014年我国食醋量走势图 资料来源：艾凯咨询网整理

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。

报告揭示了食醋行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国食醋做了重点企业经营状况分析，并分析了中国食醋行业发展前景预测。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。

报告目录：

### 第一章 食醋产业基本概述

#### 第一节 醋的分类

##### 一、按制醋工艺流程分

##### 二、按原料处理方法分类

##### 三、按不同风味方法分类

#### 第二节 醋的历史和文化

#### 第三节 中国四大名醋

#### 第四节 醋的加工技术

一、果醋的生产加工技术

二、发酵醋的生产技术

## 第二章 全球食醋行业发展动态分析

### 第一节 全球食醋行业发展概况

一、全球食醋行业特点分析

二、全球食醋市场运行状况分析

三、全球主要食醋产品价格分析

### 第二节 全球食醋主要国家运行情况分析

一、美国

二、日本

三、意大利

### 第三节 全球食醋市场发展趋势分析

## 第三章 2013-2014年中国食醋行业运行环境分析

### 第一节 2013-2014年中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

### 第二节 中国食醋行业发展政策环境分析

一、行业监管体制及法律法规

一、行业管理体制和行业政策

1、行业主管部门及行业监管体制

食品制造行业遵循市场化的发展规律，各企业实行自主经营，由政府职能部门承担行业宏观管理和具体监管职能，由行业协会对企业进行自律规范与管理。

1) 政府职能部门

商务部门负责包括食品在内的重要消费品市场调控和重要生产资料流通管理。发改及工信部门负责组织拟定食品行业发展规划和产业政策；食品、质量监督部门、环保部门负责对企业生产过程进行监管；卫生部门负责食品安全综合协调、组织查处食品安全重大事故，组织

制定食品安全标准；工商行政管理部门主要负责监管流通环节食品安全。

## 2) 行业协会

中国调味品协会作为调味品行业自律性管理机构对行业进行自律管理。中国食品添加剂和配料协会作为食品添加剂行业自律性管理机构对行业进行自律管理。相关国家标准的归口单位为全国食品工业标准化技术委员会。

## 二、行业主要法律法规及政策

### 1) 主要法律法规

调味品和食品添加剂均属于食品行业，生产经营所涉及的主要法律法规如下表所列：我国食醋行业主要法律法规

序号

法律法规

发布单位

开始实施日期

1

《中华人民共和国食品安全法》

国家主席令第9号

2009年6月1日

2

《中华人民共和国食品安全法实施条例》

国务院令557号

2009年7月20日

3

《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》

国务院令503号

2007年7月26日

4

《食品生产许可管理办法》

国家质检总局令129号

2010年6月1日

5

《食品生产许可审查通则》

国家质检总局2010年第88号公告

2010年8月23日

6

《流通领域食品安全管理办法》

商务部令2007年第1号

2007年5月1日

7

《食品添加剂卫生管理办法》

卫生部令第26号

2002年7月1日

8

《食品安全国家标准管理办法》

卫生部令第77号

2010年12月1日

9

《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则》(试行)

国家质检总局令第79号

2005年9月1日

10

《食品标识管理规定》(修订版)

国家质检总局令第123号

2009年10月22日

11

《食品广告发布暂行规定》(修订)

工商行政管理局令第72号

1998年12月3日 资料来源：艾凯咨询网整理 食醋行业主要标准简介

标准编号

标准名称

发布部门

状态

DB14/ 741-2013

酿造食醋单位产品综合能耗限额

山西省质量技术监督局

现行

DB37/T 1273-2009

纯粮酿造食醋生产技术规范

山东省质量技术监督局

现行

DB37/T 863-2007

食醋生产企业HACCP应用指南

现行

DB37/T 895-2007

食醋生产质量安全控制

现行

GB 18187-2000

酿造食醋

国家质量监督检验检疫.

现行

GB 2719-2003

食醋卫生标准

国家质量监督检验检疫.

现行

GB 2719-2003/XG1-2006

食醋卫生标准

卫生部 中国国家标准.

现行

GB/T 5009.41-2003

食醋卫生标准的分析方法

卫生部 中国国家标准.

现行

GB 8954-1988

食醋厂卫生规范

卫生部

现行

SB/T 10174-1993

食醋的分类

现行

SB/T 10300-1999

调味品名词术语食醋

现行

SB/T 10337-2012

配制食醋

商务部

现行

SN/T 1051-2002

出口食醋检验鉴定规程

国家质量监督检验检疫.

现行

SN/T 2012-2007

进出口食醋中苯甲酸、山梨酸检测方法 液相色谱法

现行

ZB 66004-1986

液态法食醋质量标准

现行

ZB 66015-1987

固态发酵食醋

现行 资料来源：艾凯咨询网整理

### 三、产业政策

2006年10月19日，国家发改委、农业部、国家科学技术部联合发布的《全国食品工业"十一五"发展纲要》明确提出："对拥有区域性和全国性知名商标的企业要给予必要支持和保护，



帮助企业牢固树立商标意识，做好商标宣传，提高产品竞争力"，"鼓励有实力的食品企业在国内外资本市场上市融资，发行企业债券"。

2011年12月31日，国家发改委、工信部联合发布《食品工业"十二五"发展规划》明确提出：通过"提高重点行业准入门槛"、"健全食品安全监管体制机制"、"完善食品标准体系"、"加强检（监）测能力建设"、"健全食品召回及退市制度"、"落实企业食品安全主体责任"等手段"强化食品质量安全"，"鼓励食品工业企业积极向上、下游产业延伸和相互协作，建立从原料生产到终端消费各环节在内的全产业链"，"加快发展功能性食品添加剂，鼓励和支持天然色素、植物提取物、天然防腐剂和抗氧化剂、功能性食品配料等行业的发展"。

2006年5月，中国食品工业协会发布《2006～2016年食品行业科技发展纲要建议》提出"食醋行业应加强基础理论研究，如食醋生产过程中化学反应、微生物的作用、风味物质的组分及形成机理；研究选育高产醋酸工程菌株，用于食醋生产；研究推广翻醋机，解决固态制醋工艺繁重的体力劳动，提高出品率及风味；研究高浓度醋酸发酵技术，生产高浓度食醋；研究分离保鲜技术，解决食醋储存易发生的混浊问题"。

## 二、食品行业质量监督管理

## 三、食醋生产许可证实施细则

## 四、食醋行业卫生标准

## 五、进出口政策分析

### 第三节 中国食醋行业发展社会环境分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、科技环境分析

#### 五、中国城镇化率

## 第四章 中国食醋行业运行形势解析

### 第一节 中国食醋行业发展综述

#### 一、中国食醋行业运行特点

#### 二、中国食醋行业技术分析

#### 三、中国食醋行业市场价格分析

### 第二节 中国醋产业发展面临问题分析

#### 一、企业数量多、规模小

#### 二、企业生产卫生状况较差

三、技术落后科研投入不足

四、企业之间存在不正当竞争

第三节 中国食醋行业解决问题的对策分析

第五章 中国食醋行业市场运行态势分析

第一节 中国醋业市场发展状况分析

一、国内制醋市场发展现状

二、老传统工艺酿造已不适应发展

三、开发安全卫生的食醋成趋势

第二节 中国食醋市场产销状况分析

一、中国食醋市场供给分析

二、中国食醋市场需求分析

三、中国食醋品牌排名分析

第三节 山西醋业市场发展状况分析

一、山西食醋市场发展现状

二、山西食醋产销规模分析

三、山西食醋项目投资建设

四、山西食醋行业发展策略

第六章 2013-2014年中国食醋制造行业主要数据监测分析

第一节 2013-2014年中国食醋制造行业发展分析

第二节 2013-2014年中国食醋制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2013-2014年中国食醋制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售规模结构分析

三、利润规模结构分析

第四节 2013-2014年中国食醋制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

## 二、主要费用统计

### 第五节 2013-2014年中国食醋制造行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要运营指标分析

## 第七章 中国食醋行业市场消费者偏好调查

### 第一节 中国食醋消费者购买考虑因素调查

#### 一、消费者购买食醋考虑因素分析

#### 二、不同性别消费者购买食醋考虑因素

#### 三、不同年龄消费者购买食醋考虑因素

#### 四、不同收入消费者购买食醋考虑因素

### 第二节 中国食醋产品的品牌市场调查

#### 一、消费者家里吃最多的食醋种类

#### 二、消费者对食醋产品品牌偏好调查

#### 三、消费者选择食醋品牌的标准调查

#### 四、消费者对食醋消费需求情况调查

#### 五、消费者对食醋的总花费情况调查

#### 六、消费者对食醋品牌的首要认知渠道

#### 七、消费者对食醋产品包装的偏好调查

### 第三节 中国不同客户购买相关的态度及影响分析

#### 一、价格敏感程度

#### 二、品牌影响程度

#### 三、购买方便的影响

#### 四、广告的影响程度

#### 五、包装的影响程度

## 第八章 中国食醋行业市场竞争格局分析

### 第一节 中国食醋行业竞争现状分析

#### 一、食醋行业市场竞争现状

#### 二、食醋市场品牌竞争格局 2014年我国主要食醋生产商食醋产量统计表：万吨 排名

#### 单位名称

## 产量

1

江苏恒顺醋业股份有限公司

25

2

山西水塔老陈醋股份有限公司

20.85

3

江苏苏美食品有限公司

9.12

4

天津市天立独流老醋股份有限公司

7.71

5

四川保宁醋有限公司

6.02

6

佛山市海天调味品食品股份有限公司

5.6

7

山东玉兔食品有限责任公司

5.49

8

河北天赐调料有限公司

4.96

9

北京二商金狮龙门食品有限公司

3.82

10

统万珍极食品有限公司

3.61 资料来源：公司公告、艾凯咨询网整理

食醋行业高度分散，CR5 不足15%，龙头恒顺市场占有率仅有5%。食醋行业CR5 不足15%，

集中度为调味品各子行业中最低水平，行业整合空间巨大（据中国调味品协会统计，目前作坊式小企业占比高达70%）。即使是行业龙头恒顺，2014 年收入12 亿元，市场占有率不到行业总规模250 亿的5%。 中国食醋行业竞争格局

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。

恒顺的高端陈醋产品——3年陈、5年陈、6年陈

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。

### 三、食醋行业市场竞争趋势

#### 第二节 中国食醋行业市场竞争格局分析

##### 一、企业集中度分析

##### 二、市场集中度分析

#### 第三节 中国食醋行业重点区域竞争分析

## 第九章 中国食醋行业优势企业竞争力与关键性数据分析

### 第一节 山西水塔老陈醋股份有限公司

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营情况分析

#### 四、企业竞争优势分析

#### 五、企业发展战略分析

### 第二节 山西老陈醋集团有限公司

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业发展进程分析

#### 三、企业主要产品分析

#### 四、企业经营情况分析

#### 五、企业发展优势分析

### 第三节 江苏恒顺醋业股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业经济指标分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业偿债能力分析
- 七、企业运营能力分析
- 八、企业成本费用分析

#### 第四节 四川保宁醋有限责任公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业产品功效分析
- 五、企业发展态势分析

#### 第五节 石家庄珍极酿造集团有限责任公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业营销网络分析

#### 第六节 王致和集团（三河）龙门醋业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程分析
- 三、企业主要产品分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业发展战略分析

#### 第七节 山东玉兔食品有限责任公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展进程分析
- 三、企业组织结构分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、企业经营情况分析

## 第八节 天津市天立独流老醋股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主营产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业营销网络分析
- 六、企业品牌战略分析

## 第九节 山西紫林食品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业发展战略分析

## 第十节 四川省阆州醋业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主营产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析

## 第十章 中国食醋原料市场运行走势分析

### 第一节 大豆

- 一、大豆播种面积及产量情况
- 二、中国大豆市场消费情况
- 三、大豆市场价格走势分析

### 第二节 小麦

- 一、小麦播种面积及产量情况
- 二、中国小麦市场消费情况
- 三、小麦市场价格走势分析

### 第三节 玉米

- 一、玉米播种面积及产量情况
- 二、中国玉米需求量情况分析
- 三、玉米市场价格走势分析

#### 第四节 稻米

##### 一、稻米播种面积及产量

##### 二、中国稻米市场消费情况

##### 三、稻米市场价格走势分析

### 第十一章 2014年中国调味品行业市场运行局势探讨

#### 第一节 2014年中国调味品行业发展概况

##### 一、中国调味品业整体发展状况

调味品在食品产业中占有非常重要的作用，不仅是消费者一日三餐的必需品，同时也广泛地应用于食品加工领域。根据中国调味品协会数据，我国每年调味品营业额约占食品工业额的10%左右，是典型的"小产品、大市场"，调味品行业保持了稳健的发展。尤其是在2003年以后，调味品行业进入了高速发展期，调味品市场的产品将朝着产品多样、复合方便、营养健康等方向发展。随着人们生活质量的提高，调味品使用量逐渐增加，从趋势上看，单一调味品市场需求下降，复合调味料市场需求及产销量上升，在全世界占据了调味品市场80%的份额。

作为一个与人民生活密切相关的行业，行业平均增长率达到15%，新兴产品增长率更是超过30%，成为食品行业中新的经济增长点。

调味品按终端产品分类体系表

调味品按产品功能分类体系表

从调味品当前的产品产量和品种结构方面进行分析，我国调味品市场不仅产量增长快，同时消费领域也不断拓宽。调味品不再仅仅为"调料"和"佐料"，而是作为不可或缺的日常消费品，食品工业、餐饮业的原料，需求的深度和广度在不断发展。2014年我国调味品行业销售收入占餐饮业收入总额的9.5%

餐饮业收入：亿元

调味品销售收入：亿元

调味品占餐饮业比重：%

2009年

17998

1242.55

6.9%

2010年



17648  
1654.49  
9.4%  
2011年  
20635  
1917.89  
9.3%  
2012年  
23448  
2058.77  
8.8%  
2013年  
25392  
2349.29  
9.3%  
2014年  
27860  
2649.06

9.5% 资料来源：国家统计局 注：2009-2010年调味品行业收入采取年化计算

随着食品工业的发展，现代餐饮行业所需要的调味品种类已经从原来单一的酱、油、醋、鸡精、味精，扩展到增香产品、增鲜产品、复合调味料、餐料等复合产品等。随着中国餐饮业、食品工业的稳步发展，我国调味品行业亦得到了较快发展，特别是新型复合调味品取得了较快地发展。根据中国调味品协会的数据统计显示，我国目前复合调味品占调味品生产总量的10%左右，相比全球市上复合调味品占调味品市场80%的份额有很大的成长空间，市场潜力巨大。

据统计：2014年我国调味品总产量达到2235万吨，产量较上年同期增长11.75%，酱醋类产品产量的快速增长是推动我国调味品产量上升的主要动力。 2006-2014年我国调味品产量走势图

资料来源：艾凯咨询网整理

2014年我国酱油产量达到939万吨，占国内调味品总产量的42.01%；食醋产量为395万吨，产量占比为17.67%；味精产量为211万吨，占2014年我国调味品总产量的9.44%。 2014年我国调味品产量结构图

资料来源：艾凯咨询网整理

二、中国调味品行业总体特征

三、中国调味品市场需求增长

四、中国调味品行业制约因素

第二节 2014年中国调味品市场运行分析

一、国内调味品行业生产情况分析

二、国内调味品行业市场需求分析

三、国内调味品行业需求结构分析

四、西餐市场的发展对调味品的需求

第三节 中国调味品相关产业链发展分析

第十二章 2016-2022年中国食醋行业投资机会与风险分析

第一节 2016-2022年中国食醋行业投资环境分析

一、期间中国经济形势

二、餐饮业发展规划

三、中国调味品进入门槛提高

四、政策支持调味品行业发展

五、中国食醋业的进入壁垒分析

第二节 2016-2022年中国食醋行业投资机会分析

一、中国食醋消费需求潜力分析

二、零售渠道发展促进消费分析

三、中式食醋在国外需求逐渐增加

第三节 2016-2022年中国食醋行业投资风险分析

一、行业政策风险

二、市场竞争风险

三、技术风险分析

四、原材料风险分析

五、行业质量控制风险

第四节 中国食醋行业投资策略分析

第十三章 2016-2022年中国食醋行业发展趋势预测分析

第一节 2016-2022年中国食醋行业发展前景展望

一、中国食醋市场发展趋势

二、中国食醋酿造技术走向

三、山西醋产业前景分析

四、开发果醋未来潜力巨大

第二节 2016-2022年中国食醋行业市场预测分析

一、食醋市场供给预测分析

二、食醋市场需求预测分析

三、食醋进出口预测分析

第三节 2016-2022年中国食醋行业市场盈利预测分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：食醋行业产业链

图表：2011-2015年年我国食醋行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国食醋行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国食醋行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国食醋行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国食醋行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国食醋行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国食醋行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国食醋行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国食醋行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国食醋行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业&hellip;&hellip;

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年食醋行业市场供给

图表：2011-2015年食醋行业市场需求

图表：2011-2015年食醋行业市场规模

图表：食醋所属行业生命周期判断

图表：食醋所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国食醋行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国食醋行业供给预测

图表：2016-2022年中国食醋行业需求预测

图表：2016-2022年中国食醋行业价格指数预测

图表：&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276356.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。