



艾凯咨询
ICAN Consulting

2021-2026年中国食醋行业市场 评估分析及发展前景调研战略研 究报告

一、调研说明

《2021-2026年中国食醋行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/357455.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

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。 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。

报告目录：

第一章 食醋产业基本概述

第一节 醋的相关概述

一、醋的分类

二、醋的功能及原理

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 2020年全球食醋行业发展概况

一、全球主要名醋的特色分析

二、全球食醋市场运行状况分析

三、国外保健醋生产的发展状况

第二节 2020年全球食醋主要地区运行情况分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三节 2021-2026年全球食醋市场发展趋势分析

第三章 中国食醋行业运行环境分析

第一节 中国宏观经济发展环境分析

- 一、2020年中国GDP增长情况分析
- 二、2020年工业经济发展形势分析
- 三、2020年全社会固定资产投资分析
- 四、2020年社会消费品零售总额分析
- 五、2020年城乡居民收入与消费分析
- 六、2020年对外贸易的发展形势分析

第二节 中国食醋行业发展政策环境分析

- 一、管理体制及法律法规
- 二、食醋相关产业政策
- 三、食醋生产许可政策
- 四、食醋行业卫生标准
- 五、食醋行业其他政策

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、生态环境分析
- 六、中国城镇化率
- 七、居民消费观念和习惯

第四章 中国食醋行业运行形势解析

第一节 2020年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、年产10万吨千禾酱油食醋生产线竣工
- 四、太原打造国家级食醋产业创新基地

第二节 2020年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 2020年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 2020年中国醋业市场发展状况分析

一、中国名醋企业联手打造醋市场

二、山西醋市场发展及其品牌分布

三、中国食醋产业发展的重点分析

四、餐饮成为食醋行业发展的主引擎

第二节 2020年中国食醋市场供需状况统计分析

一、2020年中国食醋市场供给分析

二、2020年中国食醋需求量分析

三、2020年中国食醋市场规模分析

第六章 中国食醋制造所属行业运行数据监测分析

第一节 2016-2020年中国食醋制造所属行业发展分析

一、2019年中国食醋制造所属行业发展概况

二、2020年中国食醋制造所属行业发展概况

第二节 2016-2020年中国食醋制造所属行业规模分析

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 2016-2020年中国食醋制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2016-2020年中国食醋制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口 交货值分析

第五节 2016-2020年中国食醋制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、主要费用分析

第六节 2016-2020年中国食醋制造所属行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第七章 中国醋及用醋酸制得的醋代用品所属行业进出口状况分析

第一节 中国醋及用醋酸制得的醋代用品所属行业进口分析

一、进口数量情况

二、进口金额情况

第二节 中国醋及用醋酸制得的醋代用品所属行业出口分析

一、出口数量情况

二、出口金额情况

第三节 中国醋及用醋酸制得的醋代用品所属行业进出口均价分析

第四节 中国醋及用醋酸制得的醋代用品所属行业进出口流向分析

一、进口来源地情况

二、出口目的地情况

第五节 中国醋及用醋酸制得的醋代用品所属行业进出口省市分析

一、进口省市情况

二、出口省市情况

第八章 中国食醋行业市场消费者偏好调查

第一节 中国食醋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

四、不同食醋种类消费偏好调查

第二节 中国食醋产品的品牌市场调查

一、消费者对食醋产品品牌偏好调查

二、消费者选择食醋品牌的标准调查

三、消费者对食醋消费需求情况调查

四、消费者对食醋产品包装的偏好调查

五、消费者对食醋产品容量的偏好调查

六、消费者对食醋价格的接受情况调查

七、消费者对食醋品牌的首要认知渠道

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

第九章 中国食醋行业市场竞争格局分析

第一节 2020年中国食醋行业竞争现状分析

一、酿醋行业面临市场竞争激烈

二、食醋区域竞争分析

三、中小型醋业如何提升竞争力

第二节 2020年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 2020年中国食醋行业重点区域竞争分析

第十章 中国食醋行业优势企业竞争力与关键性数据分析

第一节 江苏恒顺醋业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第二节 山西水塔老陈醋股份有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节 山西老陈醋集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 四川保宁醋有限责任公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 石家庄市星泽企业管理服务有限责任公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第六节 王致和集团龙门醋业有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第七节 山东玉兔食品有限责任公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八节 天津市天立独流老醋股份有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第九节 山西紫林食品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十节 四川省阆州醋业有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十一章 中国食醋原料市场运行走势分析

第一节 大豆

一、中国大豆产业发展综述

二、中国大豆种植区域分布

三、中国大豆供需平衡情况

第二节 小麦

一、中国的小麦播种及产量

二、中国小麦市场消费分析

三、中国小麦价格走势分析

第三节 玉米

一、中国玉米播种及产量

二、中国玉米市场消费情况

三、中国玉米价格走势分析

第四节 稻米

一、中国稻米播种及产量

二、中国稻米市场消费情况

三、中国稻米价格走势分析

第十二章 中国调味品行业市场运行局势探讨

第一节 中国调味品行业发展概况

- 一、中国调味品业整体发展状况
- 二、中国调味品行业零售规模分析
- 三、中国调味品行业竞争格局分析
- 四、中国调味品行业技术水平分析
- 五、中国餐饮业发展拉动调味品增长
- 六、中国调味品行业发展存在的问题

第二节 中国调味品市场运行分析

- 一、中国调味品的产品市场特性
- 二、中国调味品市场迎来整合高峰
- 三、中国调味品行业规范影响分析
- 四、西餐食品市场对调味品需求分析

第三节 中国调味品相关产业链发展分析

第十三章 2021-2026年中国食醋行业发展趋势预测分析

第一节 2021-2026年中国食醋行业发展前景展望

- 一、调味品行业趋势分析
- 二、山西醋产业前景分析
- 三、开发果醋未来潜力巨大
- 四、食醋酿造技术趋势分析

第二节 2021-2026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、食醋市场规模预测分析
- 三、食醋进出口预测分析

第三节 2021-2026年中国食醋行业市场盈利预测分析

第十四章 2021-2026年中国食醋行业投资机会与风险分析

第一节 2021-2026年中国食醋行业投资环境分析

- 一、"十四五"期间中国经济形势
- 二、"十四五"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 2021-2026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、未来食醋市场发展的驱动力

四、中式食醋在国外需求逐渐增加

第三节 2021-2026年中国食醋行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、食品安全风险

三、市场原材料风险

四、生产技术风险

第四节 2021-2026年中国食醋行业投资策略及建议

一、加大科研开发

二、实施大集团战略

三、加大醋文化宣扬

四、重视品牌建设

五、发展对外贸易

第十五章 中国食醋企业融资及IPO上市策略指导分析

第一节 食醋企业融资渠道与选择分析（AK ZJH）

一、食醋企业融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

四、适度债权融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 食醋企业境内IPO上市目的及条件

一、食醋企业境内上市主要目的

二、食醋企业上市需满足的条件

（一）企业境内主板 IPO 主要条件

（二）企业境内中小板IPO主要条件

（三）企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节 食醋企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

- (一) 企业上市前综合评估
- (二) 企业的内部规范重组
- (三) 选择并配合中介机构
- (四) 应如何选择中介机构

第四节 食醋企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

第五节 食醋企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

图表目录：

图表 1 醋按制醋工艺流程来分类

图表 2 食醋功能及其原理

图表 3 2016-2020年全球食醋产量变化趋势图

图表 4 2016-2020年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 5 2016-2020年中国人均国内生产总值变化趋势图

图表 6 2016-2020年中国全部工业增加值及增长速度趋势图

图表 7 2020年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 8 2016-2020年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表 9 2020年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图

图表 10 2016-2020年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/357455.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）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。