

2022-2028年中国食醋市场 分析与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国食醋市场分析与战略咨询报告》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.cction.com/report/202208/315988.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

食醋是一种酸味调味剂，按生产方法的不同有酿造食醋和人工合成食醋。酿造食醋是用含淀粉多粮食原料、糖类原料、食用酒精等经过微生物发酵制成的。人工合成食醋是以冰乙酸为主要原料勾兑而成的。按食醋酿造工艺、原料、风味的不同，又可分为“陈醋”、“香醋”、“米醋”、“熏醋”、“特醋”、“糖醋”、“麸醋”、“酒醋”、“白醋”等等。食醋的品种不同，酸度也有高有低，一般在2-9%之间。我国著名的食醋有山西老陈醋、镇江香醋、河南老鳖一特醋、四川保宁醋、天津独流老醋、连云港滴醋、福建红曲老醋等。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国食醋市场分析与战略咨询报告》共十三章。首先介绍了食醋行业市场发展环境、食醋整体运行态势等，接着分析了食醋行业市场运行的现状，然后介绍了食醋市场竞争格局。随后，报告对食醋做了重点企业经营状况分析，最后分析了食醋行业发展趋势与投资预测。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。

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 食醋产业相关概述

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

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 2020年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、全球食醋行业特点分析

二、全球食醋市场运行状况分析

三、全球食醋行业主要产品价格走势分析

第二节 2020年全球食醋主要国家运行情况分析

一、美国

二、日本

三、韩国

第三节 2022-2028年全球食醋市场发展趋势分析

第三章 2020年中国食醋行业运行环境分析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、中国宏观经济发展预测分析

第二节 2020年中国食醋行业发展政策环境分析

一、关于中国“食醋”生产许可证实施细则

二、食醋卫生标准

三、进出口政策分析

第三节 2020年中国食醋行业发展社会环境分析

第四章 中国食醋行业运行形势分析

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

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、中国名醋企业联手打造醋市场

二、山西醋品牌的市场分布

三、香港名醋进军内地醋市场

第二节 中国食醋市场产销状况统计分析

一、中国食醋市场供给分析

二、中国食醋需求量分析

三、中国食醋市场产销平衡分析

第六章 2016-2020年中国食醋制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2016-2020年中国食醋制造所属行业总体数据分析

一、2019年中国食醋制造所属行业全部企业数据分析

二、2018年中国食醋制造所属行业全部企业数据分析

三、2020年中国食醋制造所属行业全部企业数据分析

第二节 2016-2020年中国食醋制造所属行业不同规模企业数据分析

一、2019年中国食醋制造所属行业不同规模企业数据分析

二、2018年中国食醋制造所属行业不同规模企业数据分析

三、2020年中国食醋制造所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2016-2020年中国食醋制造所属行业不同所有制企业数据分析

一、2018年中国食醋制造所属行业不同所有制企业数据分析

二、2019年中国食醋制造所属行业不同所有制企业数据分析

三、2020年中国食醋制造所属行业不同所有制企业数据分析

第七章 2020年中国食醋行业市场消费者偏好调查分析

第一节 2020年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、不同地区的消费者偏好调查

第二节 2020年中国食醋产品的品牌市场调查

一、消费者对食醋品牌认知度宏观调查

二、消费者对食醋产品的品牌偏好调查

三、消费者对食醋品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、食醋品牌忠诚度调查

六、食醋品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 2020年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

第八章 2020年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、市场竞争热点分析

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

第九章 中国食醋行业优势企业竞争力分析

第一节 山西水塔老陈醋股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第二节 山西老陈醋集团有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第三节 江苏恒顺集团有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第四节 四川保宁醋有限责任公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第五节 石家庄珍极酿造集团有限责任公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第六节 王致和集团（三河）龙门醋业有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第七节 山东玉兔食品有限责任公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第八节 天津市天立独流老醋股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第九节 山西紫林食品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第十节 四川省阆州醋业有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第十章 2020年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、中国大豆产业“短腿”现象亟待解决
- 三、中国民族大豆产业发展的对策

第二节 小麦

- 一、中国的小麦分布及产量状况
- 二、2016-2020年国内小麦市场走势分析
- 三、2022-2028年中国小麦市场走势预测

第三节 玉米

- 一、中国玉米生产技术及产量情况
- 二、中国对玉米的需求量大于生产
- 三、提高玉米产量的四种对策
- 四、中国玉米生产发展趋势

第四节 稻米

- 一、中国稻米市场发展综述
- 二、稻米产量下滑引发粮食忧患
- 三、2022-2028年稻米市场走势预测

第十一章 2020年中国调味品行业市场运行态势分析

第一节 2020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
- 二、中国调味品行业出现专业化兼并重组现象
- 三、中国餐饮业发展拉动调味品增长

第二节 2020年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、中国软包装调味品俏销农村市场
- 四、解析西餐食品市场的发展对调味品的需求

第三节 2020年中国调味品相关产业链发展分析

第十二章 2022-2028年中国食醋行业发展趋势预测分析

第一节 2022-2028年中国食醋行业发展前景展望

一、山西醋业发展的前景光明

二、开发潜力巨大

三、食醋酿造技术趋势

第二节 2022-2028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 2022-2028年中国食醋行业市场盈利预测分析

第十三章 2022-2028年中国食醋行业投资机会与风险分析（ ）

第一节 2022-2028年中国食醋行业投资环境分析

第二节 2022-2028年中国食醋行业投资机会分析

第三节 2022-2028年中国食醋行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、市场原材料风险

三、政策风险

四、进入退出风险

第四节 建议

一、加大科研开发力度

二、积极实施大集团战略，为我国醋业参与国际竞争奠定基础

三、加大醋文化宣扬力度，挖掘老陈醋历史文化内涵

四、高度重视品牌建设，打造世界品牌

五、努力发展对外贸易，扩大老陈醋出口量

部分图表目录：

图表：2016-2020年国内生产总值

图表：2016-2020年居民消费价格涨跌幅度

图表：2020年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2016-2020年国家外汇储备

图表：2016-2020年财政收入

图表：2016-2020年全社会固定资产投资

图表：2020年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2020年固定资产投资新增主要生产能力

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/315988.html>