2025-2031年中国酿造醋产业竞争现状及发展趋势分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2025-2031年中国酿造醋产业竞争现状及发展趋势分析报告》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态势、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://www.chyxx.com/research/202110/981238.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-600-8596、400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

智研咨询专家团队倾力打造的《2025-2031年中国酿造醋产业竞争现状及发展趋势分析报告》（以下简称《报告》）正式揭晓，自2023年出版以来，已连续畅销3年，成功成为企业了解和开拓市场，制定战略方向的得力参考资料。报告从国家经济与产业发展的宏观战略视角出发，深入剖析了酿造醋行业未来的市场动向，精准挖掘了行业的发展潜力，并对酿造醋行业的未来前景进行研判。
本报告分为发展概述、运行环境、产业现状、贸易态势、竞争格局、重点厂商、发展战略、产业趋势等主要篇章，共计16章。涉及酿造醋产量、市场规模、消费量等核心数据。
报告中所有数据，均来自官方机构、行业协会等公开资料以及深入调研获取所得，并且数据经过详细核实和多方求证，以期为行业提供精准、可靠和有效价值信息！
食醋是单独或混合使用各种含有淀粉、糖的物料、食用酒精,经微生物发酵酿制而成的液体酸性调味品。中华人民共和国行业标准《食醋的分类》（SB/T10174—1993）中规定：食醋分为酿造醋和调配醋，其中，酿造醋又分为酒精醋、糖醋、酒醋、粮谷醋、再制醋和果醋，其中粮谷醋又分为陈醋、香醋、麸醋、米醋、熏醋和谷薯醋。
随着国民健康意识不断提升，消费者越来越注重健康饮食，酿造醋富含多种营养成分，如醋酸、氨基酸、维生素、矿物质等，具有帮助消化、增强免疫力、降低血脂等保健功能，契合了消费者对健康食品的追求，近年来市场需求持续增长，据统计，2023年我国酿造醋产量和消费量分别达254.1万吨和253.2万吨，同比增长11.34%和11.26%，庞大的市场需求带动我国酿造醋市场规模持续扩容，据统计，2023年我国酿造醋出厂规模达103.8亿元，同比增长17.0%。

由于酿造醋种类繁多，因此上游原材料也十分丰富，如：大米、玉米、高粱、小麦等粮食类原材料是粮谷醋的主要原料，苹果、葡萄、梨等水果类原材料是果醋的主要原料，此外，酿造醋生产还需要食盐、白砂糖、香料等各种辅料，用于调节醋的风味和口感；行业下游为消费市场，主要包括食品加工、餐饮、个人及家庭等领域，其中，餐饮为最大下游市场，占比超45%，其次为个人及家庭领域，约占34.96%，食品加工占比不足16%。

受市场前景吸引，众多跨品类甚至跨行业企业纷纷开始进入酿造醋市场，导致我国酿造醋企业数量众多，市场竞争日益激烈，目前，我国酿造醋行业内参与者大致可以分为三个梯队，以恒顺醋业、紫林醋业、水塔醋业为代表的单一品类生产企业，凭借独特的酿造工艺、风味和文化底蕴，产品深受消费者喜爱，位于第一梯队；第二梯队为以中炬高新、海天味业、李锦记为代表的国内全品类调味品生产企业；第三梯队为其他中小型地方酿造醋生产企业。

作为一个见证了中国酿造醋十余年发展的专业机构，智研咨询希望能够与所有致力于与酿造

醋行业企业携手共进，提供更多有效信息、专业咨询与个性化定制的行业解决方案，为行业的发展尽绵薄之力。

报告目录：

第一章 2024年全球酿造醋产业市场运营状况分析
第一节 全球酿造醋产业发展概况
一、世界名醋特色简介
二、全球流行的食醋养生法
三、全球醋酿造技术分析
四、全球食醋生产与消费情况
五、全球食醋贸易市场分析
第二节 2024年全球酿造醋重点国发展分析
一、日本醋的酿造技术
二、英国麦芽醋
三、西班牙雪利醋
四、奥地利苹果醋
第三节 2025-2031年全球酿造醋市场前景预测

第二章 2024年中国食醋行业市场发展环境解析
第一节 2024年中国宏观经济环境分析
一、国民经济运行情况GDP
二、消费价格指数CPI、PPI
三、全国居民收入情况
四、恩格尔系数
五、工业发展形势
六、固定资产投资情况
七、社会消费品零售总额
八、对外贸易&进出口
第二节 2024年中国食醋市场政策环境分析
一、关于中国“食醋”生产许可证实施细则
二、酿造醋标准
三、进出口政策分析
四、调味品卫生管理办法
五、配制醋国标明确标示:添加合成冰醋酸违规

第三节 2024年中国食醋市场社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、居民的各种消费观念和习惯

第三章 中国食醋行业市场运行态势剖析
第一节 中国食醋行业发展动态分析
第二节 中国食醋市场发展现状分析
第三节 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
第四节 中国食醋行业解决问题的对策分析

第四章 酿造醋与配制食醋生产比较
第一节 酿造醋
一、原料
二、生产工艺
三、内容物的成份
四、成品性状
五、滋味
六、原料成本
七、售价
第二节 配制食醋
一、原料
二、生产工艺
三、内容物的成份
四、成品性状
五、滋味
六、原料成本
七、售价

第五章 2024年中国酿造醋生产技术与工艺研究
第一节 醋的分类
一、按制醋工艺流程
二、按原料处理方法分类
第二节 中国酿造醋技术发展概况
一、传统食醋的酿造方法
二、发酵醋的生产技术
第三节 中国食醋行业技术与工艺介绍
一、中国食醋酿造技术概况
二、固态发酵法生产食醋技术
三、食醋酿造技术的革新与发展
四、我国食醋酿造技术发展趋势
五、杂粮酿醋技术

第六章 2020-2024年中国酿造醋制造所属行业数据监测分析
第一节 2020-2024年中国酿造醋制造所属行业规模分析
一、企业数量增长分析
二、从业人数增长分析
三、资产规模增长分析
第二节 2024年中国酿造醋制造所属行业结构分析
一、企业数量结构分析
1、不同类型分析
2、不同所有制分析
二、销售收入结构分析
1、不同类型分析
2、不同所有制分析
第三节 2020-2024年中国酿造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、出货值分析
第四节 2020-2024年中国酿造醋制造所属行业成本费用分析
一、销售成本统计
二、费用统计
第五节 2020-2024年中国酿造醋制造所属行业盈利能力分析
一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章 中国酿造醋重点品牌市场分析
第一节 山西陈醋
第二节 镇江香醋
第三节 四川麸醋
第四节 江浙玫瑰米醋
第五节 东北白醋
第六节 福建红曲醋

第八章 2024年中国酿造醋热点产品市场分析
第一节 糙米醋
一、产品特色
二、生产原料
三、营养价值
四、消费者评价
五、市场销售状况
六、市场营销策略分析
第二节 糯米醋
第三节 米醋
第四节 水果醋
第五节 酒精醋

第九章 2020-2024年中国酿造醋所属行业进出口数据监测分析
第一节 2020-2024年中国酿造醋所属行业进口数据分析
一、进口数量分析
二、进口金额分析
第二节 2020-2024年中国酿造醋所属行业出口数据分析
一、出口数量分析
二、出口金额分析
第三节 2020-2024年中国酿造醋所属行业进出口平均单价分析
第四节 2020-2024年中国酿造醋所属行业进出口国家及地区分析
一、进口国家及地区分析
二、出口国家及地区分析

第十章 2024年中国酿造醋市场营销策略解析
第一节 中国酿造醋行业的营销渠道
一、家庭消费渠道分析
二、餐饮业渠道分析
第二节 酿造醋行业消费者分析
一、消费者如何认定产品品质
二、消费者是怎么看待品牌
三、消费结构与使用的理由
第三节 酿造醋行业经销商分析
一、酿造醋经销商简述
二、大型酿造醋经销商的经营特点
三、酿造醋经销商逐步转型
四、家族式酿造醋经销商发展策略
第四节 以山西陈醋为例分析酿造醋售点营销模式
一、主要终端渠道的售点细分和定位
二、餐饮渠道的售点细分和定位
三、零售渠道的售点细分和定位
第五节 酿造醋行业营销案例分析
第六节 酿造醋行业营销策略
一、酿造醋行业品牌营销的基本原则
二、酿造醋市场中小企业的营销策略
三、酿造醋市场弱势品牌的终端营销
四、酿造醋行业的数据库营销策略

第十一章 2024年中国酿造醋市场竞争新格局分析
第一节 中国酿造醋竞争总况
一、中国酿造醋竞争环境
二、中国酿造醋竞争优势
三、中国酿造醋品牌竞争格局
四、中国酿造醋价格及营销方式竞争分析
第二节 中国酿造醋与替代品竞争分析
一、合成醋
二、再制醋
第三节 中国酿造醋市场集中度分析
第四节 中国酿造醋提升竞争力策略分析

第五节 2025-2031年中国酿造醋竞争趋势预测分析

第十二章 中国酿造醋代表企业运营财务指标分析
第一节 山西水塔醋业股份有限公司
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 江苏恒顺醋业股份有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析
第四节 四川保宁醋有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析
第五节 山西紫林醋业股份有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析
第六节 佛山市海天调味食品股份有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析

第十三章 2024年中国酿造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、2020-2024年国内小麦市场走势分析
三、2025-2031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、2025-2031年稻米市场走势预测
第五节 甘薯
第六节 马铃薯
第七节 糯米
第八节 大米
第九节 高粱
第十节 小米

第十四章 2024年中国酿造醋包装市场分析
第一节 2024年中国酿造醋包装现状综述
一、酿造醋包装特点
二、酿造醋包装占成本比重
三、酿造醋包装材料
四、酿造醋包装机械分析
第二节 2024年中国酿造醋包装细分市场分析
一、瓶装
二、桶装
三、袋装

第十五章 2025-2031年中国酿造醋行业发展趋势与前景展望
第一节 2025-2031年中国酿造醋加工产业前景预测
第二节 2025-2031年中国酿造醋行业发展趋势分析
一、酿造醋产业未来发展方向
二、酿造醋仍将占据市场主导地位
三、酿造醋生产工艺与技术趋势预测

第三节 2025-2031年中国酿造醋行业市场预测分析
一、酿造醋市场规模及增长预测分析
二、酿造醋市场产销形势预测分析
三、酿造醋进出口贸易预测分析
第四节 2025-2031年中国酿造醋市场盈利预测分析

第十六章 2025-2031年中国酿造醋市场投资前景预测
第一节 中国酿造醋投资环境
第二节 中国酿造醋行业投资周期分析
一、经济周期
二、增长性与波动性
三、成熟度分析
第三节 2025-2031年中国酿造醋行业投资机会分析
一、酿造醋投资吸引力
二、酿造醋区域投资潜力分析
三、与产业链相关的投资热点研究
第四节 2025-2031年中国酿造醋行业投资风险预警
一、宏观调控政策风险
二、市场竞争风险
三、原料供给风险
四、市场运营机制风险
第五节 投资观点

图表目录：

图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业企业数量增长趋势图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业亏损企业数量增长趋势图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业从业人数增长趋势图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业资产规模增长趋势图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业产成品增长趋势图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业工业销售产值增长趋势图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业出货值增长趋势图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造所属行业销售成本增长趋势图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造所属行业费用使用统计图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业主要盈利指标统计图
图表：2020-2024年我国酿造醋制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2020-2024年中国酿造醋进口数量分析
图表：2020-2024年中国酿造醋进口金额分析
图表：2020-2024年中国酿造醋出口数量分析
图表：2020-2024年中国酿造醋出口金额分析
图表：2020-2024年中国酿造醋进出口平均单价分析
图表：2020-2024年中国酿造醋进口国家及地区分析
图表：2020-2024年中国酿造醋出口国家及地区分析
图表：2025-2031年中国酿造醋市场规模及增长预测分析
图表：2025-2031年中国酿造醋市场产销形势预测分析
图表：2025-2031年中国酿造醋进出口贸易预测分析
图表：2025-2031年中国酿造醋市场盈利预测分析
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202110/981238.html