

2016-2022年中国酿造醋产业竞争态势与投资商机 研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国酿造醋产业竞争态势与投资商机研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/238372238372.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国酿造醋产业竞争态势与投资商机研究报告》首先介绍了酿造醋行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章 2015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 2015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 2016-2022年全球酿造醋市场前景预测

第二章 2015年中国食醋行业市场发展环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况gdp(季度更新)
- 二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2015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2015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2015年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

一、“三盛合”再掀高端食醋产业风潮

二、全国食醋生产技术培训班在镇江成功举办

三、西南最大年产10万吨千禾酱油食醋生产线竣工

第二节2015年中国食醋市场发展现状分析

一、我国主要食醋品牌市场运作情况

二、中国名醋企业联手打造醋市场

三、香港名醋进军内地食醋市场

第三节2015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

第四节 2015年中国食醋行业解决问题的对策分析

第四章“陈醋勾兑门”对中国酿造醋市场影响点评

第一节“陈醋勾兑门”事件回顾

第二节“陈醋勾兑门”对中国酿造醋影响

一、“陈醋勾兑门”曝醋业国标漏洞

二、“陈醋勾兑门”对中国醋业的影响

三、“陈醋勾兑门”重创山西酿造醋业

四、“陈醋勾兑门”对消费者影响

第五章 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

第六章 2015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

第七章 2013-2015年中国酿造醋制造行业数据监测分析（1462）

第一节 2013-2015年中国酿造醋制造行业规模分析

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 2015年中国酿造醋制造行业结构分析

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 2013-2015年中国酿造醋制造行业产值分析

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

第四节 2013-2015年中国酿造醋制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2013-2015年中国酿造醋制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章 2015年中国酿造醋重点品牌市场分析

第一节 山西陈醋

一、产品特点

二、酿造工艺

三、产品美誉度

四、市场营销网络

五、市场销售状况分析

六、市场前景预测分析

七、山西老陈醋的未来发展方向

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

第九章 2015年中国酿造醋热点产品市场分析

第一节 糙米醋

一、产品特点

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

第十章 2013-2015年中国酿造醋进出口数据监测分析（22090000）

第一节 2013-2015年中国酿造醋进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2013-2015年中国酿造醋出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2013-2015年中国酿造醋进出口平均单价分析

第四节 2013-2015年中国酿造醋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

第十一章 2015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

第十二章 2015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 2016-2022年中国酿造醋竞争趋势预测分析

第十三章 2015年中国酿造醋代表企业运营财务指标分析

第一节 山西水塔老陈醋股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 山西老陈醋集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 江苏恒顺集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 四川保宁醋有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 石家庄珍极酿造集团有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 王致和集团（三河）龙门醋业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 山东玉兔食品有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 天津市天立独流老醋股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九节 山西紫林食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 四川省阆州醋业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十四章 2015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、2013-2015年国内小麦市场走势分析
- 三、2016-2022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、2016-2022年稻米市场走势预测

第五节 甘薯

- 一、种植规模及产区分布
- 二、中国甘薯市场供需分析

三、中国甘薯市场收购价格

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

第十五章 2015年中国酿造醋包装市场分析

第一节 2015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 2015年中国酿造醋包装细分市场分析

一、瓶装

二、桶装

三、袋装

第十六章 2016-2022年中国酿造醋行业发展趋势与前景展望

第一节 2016-2022年中国酿造醋加工产业前景预测

第二节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国酿造醋市场盈利预测分析

第十七章 2016-2022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 2015年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 2016-2022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2016-2022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 权威专家投资观点

图表目录：（部分）

图表：2011-2015年中国gdp总量及增长趋势图

图表：2015年中国月度cpi、ppi指数走势图

图表：2011-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2010-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011.12-2015.12年我国工业增加值增速统计

图表：2011-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2015年不含农户）

图表：2011-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/238372238372.html>