

2017-2022年中国酿造醋行业市场发展现状及十三五发展定位分析报告

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《2017-2022年中国酿造醋行业市场发展现状及十三五发展定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/279368279368.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

食醋是烹饪中一种必不可少的调味品，由于我国各地酿醋工艺和风味的不同，形成了具有代表性的“山西老陈醋”、“镇江香醋”、“福建永春红醋”和“四川保宁醋”的我国“四大名醋”。

按照制醋工艺流程来分，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。固态发酵食醋是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。液态发酵食醋是以粮食、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。配制食醋是指用酿造醋和食用醋酸勾调而成的醋（其中酿造醋的比例以醋酸计不低于50%）。

酿造醋是区别合成醋和加工醋而提出的。酿造周期在5-10个月以上，混沌的金黄色，制作成本高，营养价值极高。

酿造醋，它是用粮食等淀粉质为原料，经微生物制曲、糖化、酒精发酵、醋酸发酵等阶段酿制而成，主要成分除醋酸(3%~5%)外，还含有各种氨基酸、有机酸、糖类、维生素、醇和酯等营养成分及风味成分，具有独特的色、香、味，不仅是调味佳品，经常食用对健康也有益。

酿造醋是以在制醋原料中加入醋酸菌或者利用天然的醋酸菌发酵后过滤而成。不同的原料，如五谷杂粮、水果等，不仅酿造出来的风味不同，且因通过酶、酵母、醋酸菌的作用，成分里除了醋酸外，还有其他挥发性有机酸类、糖类、脂类、氨基酸、有机酸，以及多种维生素、矿物质等，风味多样化，各有其特色及功效，受到大众喜爱。

口味甘醇，以及储存的越久，因醋酸菌与蛋白质所生的沉淀物会愈多，颜色会渐次变深，这是酿造醋有别于合成醋以及加工醋的最大差别之一，且因营养价值极高，可协助身体恢复健康的本质，借由醋与食物的自然搭配来补充营养，健全身体自身的机能，让身体更健康。

9月份全国居民消费价格走势（CPI）

9月份全国居民消费价格（CPI）同比走势情况

2006-2016年1-5月全社会固定资产投资及增速

中国报告网发布的《2017-2022年中国酿造醋行业市场发展现状及十三五发展定位分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公

司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章2016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2016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2017-2022年全球酿造醋市场前景预测

第二章2016年中国食醋行业市场发展环境解析

第一节 2016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2016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2016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2016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2016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2016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2016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2016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

第七章中国酿造醋制造行业数据监测分析

第一节中国酿造醋制造所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国酿造醋制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国酿造醋制造所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第八章2016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2016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2014-2016年中国酿造醋进出口数据监测分析

第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016年中国酿造醋进出口平均单价分析

第四节2014-2016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 2016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2016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2017-2022年中国酿造醋竞争趋势预测分析

第十三章中国酿造醋代表企业运营财务指标分析

第一节山西水塔老陈醋股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节山西老陈醋集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节江苏恒顺集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节四川保宁醋有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节石家庄珍极酿造集团有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节王致和集团（三河）龙门醋业有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节山东玉兔食品有限责任公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八节天津市天立独流老醋股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九节山西紫林食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十节四川省阆州醋业有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十四章2016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、2014-2016年国内小麦市场走势分析

三、2017-2022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、2017-2022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2016年中国酿造醋包装市场分析

第一节2016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2016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2017-2022年中国酿造醋行业发展趋势与前景展望

第一节2017-2022年中国酿造醋加工产业前景预测

第二节2017-2022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2017-2022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2017-2022年中国酿造醋市场盈利预测分析

第十七章2017-2022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2016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2017-2022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2017-2022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

第五节专家投资观点

图表目录：（部分）

图表：2014-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2014-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2014-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2012.12-2015.12年我国工业增加值增速统计

图表：2014-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）

图表：2014-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2014-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2014-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业企业数量增长趋势图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业从业人数增长趋势图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业资产规模增长趋势图

图表：2016年我国酿造醋制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2016年我国酿造醋制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2016年我国酿造醋制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2016年我国酿造醋制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业产成品增长趋势图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业出货值增长趋势图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业销售成本增长趋势图

图表：2014-2016年我国酿造醋制造行业费用使用统计图

（ GYZX ）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/279368279368.html>