

2014-2018年中国酿造醋市 场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国酿造醋市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1401/K24775RU2Q.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国酿造醋市场分析与投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了全球酿造醋产业市场运营状况、中国食醋行业市场发展环境，接着分析了中国食醋行业市场运行的现状，然后介绍了中国酿造醋市场竞争格局。随后，报告对中国酿造醋做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酿造醋行业发展趋势与投资预测。您若想对酿造醋产业有个系统的了解或者想投资酿造醋行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

醋一般按造制作方式可分成三种，包括酿造醋、合成醋、加工醋，其中以酿造醋品质最好，多用于直接烹饪或凉拌之用。酿造食醋是指单独或混合使用各种含有淀粉、糖的物料或酒精，经微生物发酵酿制而成的液体调味品。

酿造醋应用广泛。酿造醋已在农业上广泛应用：酿造醋是优良的叶面肥；酿造醋有植物保护剂作用等等。酿造食醋也应用在医药中：酿造醋消炎抗菌功效；酿造醋缓解心血管疾病的功效；酿造醋抗肿瘤和抗氧化功效；酿造醋增加药效、消减毒副作用等等。

酿造食醋在中药中的应用是前人留下的宝贵的用药经验，我们应该利用现代生物技术和手段研究醋在中药炮制过程中的成分变化，加强醋制中药的临床研究，进一步发掘和开发酿造醋在中药中的使用范围。

从近些年我国酿造醋市场发展来看，未来我国酿造醋市场将有着良好的发展空间。

第一章 2012-2013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 2012-2013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 2014-2018年全球酿造醋市场前景预测

第二章 2012-2013年中国食醋行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013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 2012-2013年中国食醋市场社会环境分析

第三章 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2011-2013年中国酿造醋制造行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国酿造醋制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国酿造醋制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国酿造醋制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国酿造醋制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国酿造醋制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国酿造醋制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国酿造醋制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国酿造醋制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国酿造醋制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国酿造醋制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国酿造醋制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国酿造醋制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国酿造醋营销策略解析

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 2012-2013年中国酿造醋市场竞争格局分析

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 2014-2018年中国酿造醋竞争趋势预测分析

第十二章 2012-2013年中国酿造醋优势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

第十三章 2012-2013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、2012-2013年国内小麦市场走势分析

三、2014-2018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、2014-2018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

第十四章 2012-2013年中国酿造醋包装市场分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2014-2018年中国酿造醋行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2014-2018年中国酿造醋加工产业前景预测

第二节 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018年中国酿造醋市场盈利预测分析

第十六章 2014-2018年中国酿造醋市场投资前景预测分析

第一节 2014-2018年中国酿造醋投资环境分析

第二节 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1401/K24775RU2Q.html>