

2017-2022年中国酿造醋行业分析及投资可行性报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国酿造醋行业分析及投资可行性报告》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.abaogao.com/b/diaoweipin/W91894E14T.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、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。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国酿造醋行业分析及投资可行性报告》共十七章。首先介绍了酿造醋行业市场发展环境、酿造醋整体运行态势等，接着分析了酿造醋行业市场运行的现状，然后介绍了酿造醋市场竞争格局。随后，报告对酿造醋做了重点企业经营状况分析，最后分析了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。

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 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 2013-2016年中国酿造醋制造行业数据监测分析（1462）

第一节 2013-2016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 2016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 2013-2016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、出货值分析

第四节 2013-2016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 2013-2016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 2016年中国酿造醋重点品牌市场分析

第一节 山西陈醋

一、产品特色

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

第十章 2012-2016年中国酿造醋进出口数据监测分析（22090000）

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国酿造醋进出口平均单价分析

第四节 2012-2016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 2016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 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、2010-2016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 (ZY GXH)

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（ZY GXH）

图表目录：

图表：2012-2016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：2012-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2012-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2012-2015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：2012-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）

图表：2012-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2012-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2012-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业企业数量增长趋势图

图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业从业人数增长趋势图

图表：2013-2016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：2013-2016年我国酿造醋制造行业产成品增长趋势图
图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业工业销售产值增长趋势图
图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业出货值增长趋势图
图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业销售成本增长趋势图
图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业费用使用统计图
图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业主要盈利指标统计图
图表：2013-2016年我国酿造醋制造行业主要盈利指标增长趋势图
图表：2012-2016年中国酿造醋进口数量分析
图表：2012-2016年中国酿造醋进口金额分析
图表：2012-2016年中国酿造醋出口数量分析
图表：2012-2016年中国酿造醋出口金额分析
图表：2012-2016年中国酿造醋进出口平均单价分析
图表：2012-2016年中国酿造醋进口国家及地区分析
图表：2012-2016年中国酿造醋出口国家及地区分析
图表：2017-2022年中国酿造醋市场规模及增长预测分析
图表：2017-2022年中国酿造醋市场产销形势预测分析
图表：2017-2022年中国酿造醋进出口贸易预测分析
图表：2017-2022年中国酿造醋市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/W91894E14T.html>