

2013-2018年中国食醋市场 竞争格局及发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2018年中国食醋市场竞争格局及发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201310/99539.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

醋是用各种酵后产生的酸味调味剂，化学式： CH_3COOH ，是弱电解质。酿醋主要使用大米或高粱为原料。适当的酵可使用含碳水化合物（糖、淀粉）的液体转化成酒精和二氧化碳，酒精再受某种细菌的作用与空气中氧结合即生成醋酸和水。所以说，酿醋的过程就是使酒精进一步氧化成醋酸的过程。食醋的味酸而醇厚，液香而柔和，它是烹饪中一种必不可少的调味品，主要成分为乙酸、高级醇类等。现用食醋主要有“米醋”、“熏醋”、“特醋”、“糖醋”、“酒醋”、“白醋”等，根据产地品种的不同，食醋中所含醋酸的量也不同，一般大概在5~8%之间，食醋的酸味强度的高低主要是其中所含醋酸量的大小所决定。

中国酿造醋有两千多年的悠久历史，品种繁多，由于酿造的地理环境、原料与工艺不同，也就出现许多不同地区及不同风味的食醋。随着人们对醋的认识，醋已从单纯的调味品发展成为烹调型、佐餐型、保健型和饮料型等系列。

烹调型：这种醋酸度为5%左右，味浓、醇香，具有解腥去膻助鲜的作用。对烹调鱼、肉类及海味等非常适合。若用酿造的白醋，还不会影响菜原有的色调。

佐餐型：这种醋酸度为4%左右，味较甜，适合拌凉菜、蘸吃，如凉拌黄瓜，点心，油炸食品等，它都具有较强的助鲜作用。这类醋有玫瑰米醋、纯酿米醋与佐餐醋等。

保健型：这种醋酸度较低，一般为3%左右。口味较好，每天早晚或饭后服1匙（10毫升）为佳，可起到强身和防治疾病的作用，这类醋有康乐醋、红果健身醋等。制醋蛋液的醋也属于保健型的一种，酸度较浓为9%。这类醋的保健作用更明显。

饮料型：这种醋酸度只有1%左右。在发酵过程中加入蔗糖、水果等，形成新型的被称为第四代饮料的醋酸饮料（第一代为柠檬酸饮料、第二代为可乐饮料、第三代为乳酸饮料）。具有防暑降温、生津止渴、增进食欲和消除疲劳的作用，这类饮料型米醋尚有甜酸适中、爽口不粘等特点，为人们所喜欢。这类饮料有山楂、苹果、蜜梨、刺梨等浓汁，在冲入冰水和二氧化碳后就成为味感更佳饮料了。

中企顾问发布的《2013-2018年中国食醋市场竞争格局及发展趋势研究报告》共十二章，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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。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。

第一章 食醋的定义与分类

第一节 醋的分类

- 一、按制醋工艺流程分
- 二、按原料处理方法分类
- 第二节醋的历史和文化
- 第三节中国四大名醋
- 第四节醋的加工技术
- 一、果醋的生产加工技术
- 二、发酵醋的生产技术

第二章全球食醋行业发展动态分析

- 第一节全球食醋行业发展概况
- 一、全球食醋行业特点分析
- 二、全球食醋市场运行状况分析
- 三、全球食醋行业主要产品价格走势分析
- 第二节全球食醋主要国家运行情况分析
- 第三节全球食醋市场发展趋势分析

第三章中国食醋行业运行环境分析

- 第一节中国经济环境发展分析
- 第二节中国食醋行业发展政策环境分析
- 第三节中国食醋行业发展社会环境分析
- 第四节中国食醋行业发展技术环境分析

第四章中国食醋行业运行形势解析

- 第一节中国食醋行业发展综述
- 一、中国食醋行业运行特点
- 二、中国食醋行业技术分析
- 三、中国食醋行业市场价格走势分析
- 第二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

第三节中国食醋行业解决问题的对策分析

第五章中国食醋行业市场运行态势分析

第一节中国醋业市场发展状况分析

一、中国名醋企业联手打造醋市场

二、山西醋品牌的市场分布

三、香港名醋进军内地醋市场

第二节中国食醋市场产销状况统计分析

一、中国食醋市场供给分析

二、中国食醋需求量分析

三、中国食醋市场产销平衡分析

第三节中国食醋进出口状况分析

第六章中国食醋行业市场消费者偏好调查

第一节中国食醋产品目标客户群体调查

第二节中国食醋产品的品牌市场调查

第三节中国不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第七章中国食醋行业市场竞争格局分析

第一节中国食醋行业竞争现状分析

一、酿醋行业面临市场竞争激烈

二、市场竞争热点分析

三、中小型醋业如何提升竞争力

第二节中国食醋行业市场竞争格局分析

一、品牌集中度分析

二、技术竞争分析

三、销售市场集中度分析

第三节中国食醋行业重点区域竞争分析

第八章中国食醋行业优势企业分析

第一节北京王致和食品集团有限公司

第二节山西水塔老陈醋股份有限公司

第三节江苏恒顺集团有限公司

第四节天津市天立独流老醋股份有限公司

第五节山西老陈醋集团

第九章中国食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、国内小麦市场走势分析

三、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、稻米市场走势预测

第十章中国调味品行业市场运行局势探讨

第一节中国调味品行业发展概况

一、中国调味品业整体发展状况

二、中国调味品行业出现专业化兼并重组现象

三、中国餐饮业发展拉动调味品增长

第二节中国调味品市场运行分析

一、中国调味品的产品市场特性

二、中国调味品市场迎来整合高峰

三、中国软包装调味品俏销农村市场

四、解析西餐食品市场的发展对调味品的需求

第三节中国调味品相关产业链发展分析

第十一章中国食醋行业发展趋势预测分析

第一节中国食醋行业发展前景展望

一、山西醋业发展的前景光明

二、开发潜力巨大

三、食醋酿造技术趋势

第二节中国食醋行业市场预测分析

第三节中国食醋行业市场盈利预测分析

第十二章中国食醋行业投资机会与风险分析

第一节中国食醋行业投资环境分析

第二节中国食醋行业投资机会分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201310/99539.html>