

# 2014-2019年中国醋行业调 研与发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国醋行业调研与发展战略研究报告》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/201404/103167.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，是由古代酿酒大师杜康的儿子?? 鞠?矗?螯塔学会酿酒技术后，觉得酒糟扔掉可惜，由此不经意酿成了“醋”。我国著名的醋有山西老陈醋、镇江香醋、保宁醋及红曲米醋。经常喝醋能够起到消除疲劳、软化血管等作用。

醋是调味品中常用的一个品类，醋又称为食醋、醯、苦酒等，是烹饪中常用的一种液体酸味调味料。

醋的成分通常含有百分之三到五的醋酸，有的还有少量的酒石酸、柠檬酸等。理论上讲，几乎任何含有糖分的液体都可以发酵酿醋。今天，按食醋生产方法，食醋可分为酿造醋和人工合成醋。酿造醋，是以粮食、糖、乙醇为原料，通过微生物发酵酿造而成。人工合成醋是以食用醋酸，添加水、酸味剂、调味料，香辛料、食用色素勾兑而成。

醋由于在自然环境中可以自行生成，古代人类在世界各地从很早起就开始食用醋。一般而言，东方国家以谷物酿造醋，西方国家以水果和葡萄酒酿醋。在中国，通常认为醋在西周时开始被酿造，但也有人认为醋起于商朝或更早。汉朝时醯被称为醋。在西方，古埃及时期就已出现了醋。由于都是通过发酵酿造获得，在一定程度上，可以认为酒醋同源，凡是能够酿酒的古文明，一般都具有酿醋的能力。

由于原料，工艺，饮食习惯的不同，各地的醋的口味相差很大。在中国北方，最著名的醋种当属明朝时发明的山西老陈醋。山西人以爱好食用醋而全国闻名，有“缴枪不缴醋”的笑谈。在中国南方，影响最大的有镇江香醋等。此外较为有名的醋还有四川保宁醋，浙江米醋等。

醋在中国菜的烹饪中有举足轻重的地位，常用于溜菜、凉拌菜等，西餐中常用于配制沙拉的调味酱或浸制酸菜，日本料理中常用于制作寿司用的饭。另外有人相信它还具有保健、药用、医用等多种功用。

醋是日常生活中的必需品，醋的用途很多，通常用作调味品，但有时也以道具的身份出现，用于整蛊、惩罚、预防流感以及在某些场合被某些人吃醋。

醋产业市场调研报告内容严谨、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、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研究分析。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。

## 【 目录 】

### 第一章醋行业相关概述

#### 第一节醋行业概念

#### 第二节醋行业特点及分类

### 第二章 2013年全球醋行业发展分析

#### 第一节 2013年全球醋行业发展概况

#### 第二节 2013年球分地区醋行业发展分析

##### 一、欧洲

##### 二、北美

##### 三、亚洲

#### 第三节 2013年全球醋行业发展趋势分析

### 第三章 2013年中国醋行业发展环境分析

#### 第一节 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节醋行业主管部门、行业监管体

#### 第三节醋行业主要法律法规及政策

### 第四章 2013年中国醋行业市场发展状况分析

#### 第一节 2013年中国醋行业发展概述

#### 第二节 2011-2013年中国醋行业产销量分析

#### 第三节 未来我国醋行业发展趋势分析

## 第五章 2013年中国醋行业相关产业发展分析

### 第一节 2013年中国醋上游行业发展分析

### 第二节 2013年中国醋下游行业发展分析

### 第三节 2013年醋行业上下游产业关联性分析

## 第六章 醋行业技术发展分析

### 第一节 醋行业技术发展现状

### 第二节 醋行业技术特点分析

### 第三节 醋行业技术发展趋势

## 第七章 2013年醋行业竞争格局分析

### 第一节 醋行业SWOT分析

### 第二节 醋行业五力竞争模型分析

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第三节 醋行业行业集中度分析

#### 一、醋行业市场集中度分析

#### 二、醋行业区域集中度分析

## 第八章 中国醋行业重点企业竞争力分析

### 第一节 企业\*\*

#### 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 企业\*\*

#### 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

第三节企业\*\*

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

第四节企业\*\*

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

第五节企业\*\*

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

第六节企业\*\*

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

### 第九章 2014-2019年中国醋行业发展预测分析

#### 第一节 中国醋行业发展机会分析

#### 第二节 中国醋行业供需预测

##### 一、2014-2019年醋行业产量预测

##### 二、2014-2019年醋行业需求量预测

#### 第三节 中国醋行业发展趋势分析

### 第十章 2014-2019年中国醋行业投资风险分析

#### 第一节 政策和体制风险

#### 第二节 市场竞争风险

#### 第三节 原材料压力风险

#### 第四节 技术发展风险

#### 第五节 其他风险

### 第十一章 2014-2019年醋行业发展建议及投产策略分析

#### 第一节 醋行业发展策略分析

##### 一、坚持产品创新的领先战略

##### 二、坚持品牌建设的引导战略

##### 三、坚持工艺技术创新的支持战略。

##### 四、坚持市场营销创新的决胜战略

##### 五、坚持企业管理创新的保证战略

#### 第二节 醋行业市场的关键客户战略实施

##### 一、实施重点客户战略的必要性

##### 二、合理确立重点客户

##### 三、对重点客户的营销策略

##### 四、强化重点客户的管理

##### 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

#### 第三节 投资建议分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103167.html>