

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

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>