

(第3期)

朔州市人民政府发展研究中心

二〇二六年三月十二日

农村造醋业发展的瓶颈和亟待解决的问题

朔州市人民政府发展研究中心 朔州市发改委项目推进中心

醋，作为一种古老而重要的调味品，在中国饮食文化中占据着不可或缺的地位。农村造醋业历史悠久，源远流长，曾在人们的日常生活中扮演着关键角色。在过去，农村家家户户在夏秋时节使用黑陶瓮晒醋，这种传统的制醋方式不仅满足了家庭的日常需求，更承载着深厚的文化底蕴与民俗记忆。山西老陈醋，作为中国四大名醋之一，其历史可追溯至数千年前，在全国范围内享有盛誉。民国时期，晋军甚至流传着“宁可缴枪，也不交醋葫芦”的说法，足见醋在当时人们生活中的重要性。当前，在国家乡村振兴战略推动下，传统食醋酿造作为农村特色产业，兼具文化传承与经济价值。

然而，在工业化、市场化、城镇化快速发展的背景下，农村造醋业长期积累的深层次矛盾与结构性瓶颈日益凸显，严重制约了其向现代化、规模化、品牌化方向的转型升级。本报告旨在系统梳理当前农村造醋业发展的现状，深入剖析其在产业规模、传统生产模式、品牌竞争力、政策与产业链协同、技艺传承等五个核心维度面临的主要瓶颈与亟待解决的问题。在此基础上，报告提出了一系列旨在推动农村造醋业实现高质量发展的对策建议，以期为政府决策、行业引导和企业实践提供参考依据，助力乡村振兴战略的深入实施。

一、现状与发展瓶颈

结合朔州市鸿荣酿造食品有限责任公司的现状以及对类似农村酿醋企业现状进行分析，可以看出目前农村造醋业的主要发展瓶颈有：

（一）产业规模小而分散

朔州市鸿荣酿造食品有限责任公司位于朔州市平鲁区窑沟村卧厂火车站西南侧，是一家以造醋为主业的醋厂，醋厂于2019年建立，总投资约54万人民币，早期聘请忻州市偏关县沙圪旦村的酿醋老师傅作为醋厂的技术人员。目前，醋厂仅有一款名为“粟赐爽”的老陈醋产品，其包装为密封的塑料包装，醋厂曾经联系过更换透明瓷瓶包装，但因成本过高而作罢；鸿荣酿造食品有限责任公司造醋工艺分别为蒸料、曲化、拌料、醋化以及淋化，通过就地取材、改造传统造醋工艺，发展杂粮醋业产

业。酿醋师傅们进行原料挑选、粉碎搅拌、加水润料、反复搅拌发酵等工序，尤其是发酵环节，需不定时查看发酵缸内的原料，每天搅拌三到五次，持续一个月左右。利用村内天然的山泉水和莜麦、高粱、小麦、豌豆、黍子、黑豆等优质小杂粮，经过润料、拌料、滚水泼料、发酵、熏房等工序，进行“蒸、酵、搅、淋、陈”五个步骤，经过3至4个月手工做出的醋，不加任何防腐剂，存放时间越久，醋越香。一批醋从原料到原醋包装好需耗时一个月的时间，同时该醋厂的月产量可以达到6吨左右，但由于其位置偏僻以及季节性原因，自建厂以来平均年产量仅约12-13吨；同时醋厂紧挨货运火车轨道，火车经过时醋厂的手机信号以及无线网络均会受到较大的影响；同时由于朔州本地种植高粱与小麦的农户较少，醋厂的原材料均由山东高价购入。成品醋不但有酸味，还有一种醇厚的香味；相比“一闻就刺鼻、钻眼”的醋酸勾兑醋有天壤之别。销售渠道主要是平鲁区乡村和平朔露天二矿，也有一小部分销往新疆、日本和一些东南亚小国家。2024年因平鲁区未上销售平台，不能在二矿投标。

（二）传统生产模式式微

随着社会主义市场经济的蓬勃发展，农村造醋业面临着前所未有的挑战，逐渐陷入发展困境。2022年农业农村部数据显示，全国农村食醋作坊超2万家，但规模化企业占比不足5%。个人家庭自制醋的现象日益减少，取而代之的是瓶装或袋装的

成品醋消费。曾经遍布农村的家庭作坊式制醋模式，在工业化生产的冲击下逐渐式微，产业发展亟需突破瓶颈。

以山西省朔州市为例，历史上这里是山西老陈醋的重要发源地之一，民间制醋技艺传承悠久。民国时期，朔州几乎“家家有醋瓮，户户飘醋香”，但如今，90%以上的家庭已停止自制醋，仅少数偏远村庄仍保留着传统技艺，且产量仅供自用。当前，朔州农村造醋业的产业规模小而分散，现有注册醋厂约30家，但年产量超千吨的仅3家，其余多为家庭式小作坊，缺乏统一标准和规模效应。品牌竞争力薄弱，多以低价竞争本地市场，缺乏全国性品牌，在与浙江“恒顺醋业”等知名品牌的竞争中处于劣势。技艺传承也面临青黄不接的困境，70岁以上的老匠人掌握传统固态发酵工艺，但年轻人多外出务工，学习传统技艺的青年学徒不足10名。

过去朔州农村家庭普遍在夏秋季用黑陶瓮露天晒醋，传统的酿造工艺源远流长，承载着厚重的历史文化底蕴。但如今90%以上的家庭已停止自制醋，仅少数偏远村庄保留传统技艺，产量仅供自用，传统工艺正逐步丧失优势。

传统固态发酵法全程在固态环境下进行，制醋时需添加大量谷糠、小米壳、高粱壳及麸皮等，使醋醅疏松以容纳空气，糖化、酒化、醋化三边发酵同步进行，为食醋独特的色、香、味、体奠定基础。但这种方法依赖人工，生产耗时久，产量也相对有限。据相关数据统计，采用传统固态发酵法的农村小作

坊，月均产量约为 5-10 吨。液态发酵法则在液体状态下进行醋酸发酵，无需辅料，既能节省大量麸皮和谷糠，又能改善环境卫生，减轻劳动强度，便于管道输送，机械化程度大幅提高，生产周期较固态法显著缩短。根据百度百科“醋（以粮食为原料酿造成的含醋酸的液态酸味调味品）”词条，液态发酵法包含表面发酵法、淋浇发酵法、液态深层发酵法、固定化菌体连续发酵法等。不过，液态发酵法生产的食醋在风味、色泽和稠厚度上，与固态法相比仍有差距。传统与现代工艺的差异，致使传统生产模式难以满足不断增长的市场需求，当前市场对食醋的年需求量正以约 8% 的速度增长。

总之，农村造醋业目前依赖传统手工生产，标准化程度低，质量不稳定；缺乏现代灭菌、发酵控制技术，易受季节和环境因素影响导致其产量不足同时产品难以通过食品安全认证（如 ISO、HACCP），限制进入商超、电商等主流渠道。

（三）品牌竞争力薄弱

朔州醋企多以低价竞争本地市场，缺乏全国性品牌。经统计 83% 企业无注册商标，产品溢价率低于行业均值 40%，品牌定位模糊，包装设计粗糙，缺乏故事营销；市场局限于本地，线下销售占比超 85%，电商渗透率仅 6.2%，难以与工业化醋企竞争。对比之下，浙江“恒顺醋业”通过标准化生产占据中端市场，北京白醋凭借健康概念抢占年轻群体，而朔州醋仍以“土特产”形象在低端市场徘徊。

尽管朔州醋占据山西本地市场 30% 份额，但全国市场占有率不足 1.2%。对比浙江“恒顺”、四川“保宁”等品牌，朔州醋企缺乏地理标志认证，溢价能力低。据华经产业研究院发布的《2024 年中国食醋行业深度研究报告》分析，品牌认知度每提升 1%，市场份额可增加 0.8%，而朔州醋品牌认知度在全国排名中暂未上榜。

（四）政策与产业链协同不足

政策扶持碎片化，技术培训、税收优惠落地难；原料采购、物流配送等环节成本高，缺乏产业集群效应。

制醋的主要原料是小麦、高粱、麸皮、谷糠。虽在 1977 年前后曾在朔城区北邢家河照什八庄等多地种植墨西哥小麦，但本地这几年不再种植，所以只能从山东购买。高粱在本地应该能够种植，但由于政府部门协调不够，无人种植，也需要到山东购买，防伪商标则需要从浙江定制。这导致在原料采购领域，市场信息的严重不对称使得制醋企业难以全面掌握原材料的真实价格区间与供应动态。供应商分布零散，缺乏规模化、集中化的供应体系，制醋企业难以通过大规模采购获取价格优势，只能被迫接受较高的原料进价，这无疑大幅压缩了企业的利润空间。物流配送方面，基础设施建设的滞后与布局的不合理，导致运输路线迂回曲折，增加了不必要的运输时长与成本。同时，物流行业缺乏高效整合，不同物流企业间各自为政，无法实现资源共享与协同作业，进一步加剧了物流配送成本的攀升。

（五）技艺传承青黄不接

传统造醋技艺是朔州农村造醋业的核心竞争力之一，然而目前正面临传承困境。一方面，学习传统造醋技艺耗时较长，一般需要 3-5 年才能熟练掌握，且工作环境相对艰苦，年轻人对此兴趣不高；另一方面，部分老工匠年事已高，却后继无人，导致一些独特的酿造技艺面临失传风险。据统计，过去 5 年里，朔州农村造醋技艺传承人数减少了约 30%，且从业人员平均年龄 52 岁，大专以上学历者不足 3%，青年劳动力外流，技术传承断代；专业管理、营销和研发人严重匮乏。这种技艺传承的断层，对朔州农村造醋业的长远发展极为不利。

二、存在的问题

由于醋产业体量小，没有得到县、乡政府的重视；造成产业难以发展壮大。

（一）政策支持力度小，没有进入脱贫地区农副产品采购平台

农村酿醋企业往往规模较小，资金实力有限，难以承担大规模的技术改造和产业升级，然而，政府在资金扶持方面往往更侧重于大型企业或新兴产业，对于农村酿醋业的资金支持相对较少；税收优惠政策是推动产业发展的有效手段之一，然而，当前针对农村酿醋业的税收优惠政策并不完善，企业难以享受到足够的税收减免，从而增加了经营成本；农村酿醋业在技术创新和产品研发方面存在短板，而政府的技术支持体系往往更

侧重于高新技术产业或重点产业，这导致农村酿醋业在技术升级和产品质量提升方面面临困难。

朔州市尚未出台专项产业扶持政策，小作坊升级改造缺乏资金支持，企业贷款年利率高达 6%-8%，远高于江浙地区（3%-4%）。目前，农村酿醋企业的相关业务尚未进入政府采购平台的体系（脱贫地区农副产品销售平台——832 销售平台），尚未参与政府采购平台所涵盖的各类招投标活动以及相关业务流程，在拓展政府采购市场方面存在一定的滞后性。

（二）品牌定位模糊，营销渠道单一

许多农村酿醋企业和农户对品牌的重要性认识不足，缺乏品牌建设和推广的意识，这导致许多优质的酿醋产品没有得到有效宣传，市场知名度和影响力较低；一些农村酿醋业在品牌定位上缺乏明确性，没有突出自身的特色和优势，这使得产品在市场上难以与竞争对手区分开来，降低了市场份额。朔州醋企多采用“老陈醋”“香醋”等通用名称，缺乏差异化卖点。消费者对“朔州醋”认知度不足，甚至误认为太原东湖醋为山西唯一代表。

农村酿醋业往往依赖于传统的销售渠道，如农贸市场、零售店等，这些渠道覆盖面有限，难以满足日益增长的消费需求；尽管互联网和电子商务的快速发展为农产品销售提供了新的机遇，但许多农村酿醋企业在线上销售方面能力不足，这包括缺乏电商平台运营经验、物流配送体系不完善等问题。据调查，

90%的销售依赖本地农贸市场和土特产店，线上销售占比不足5%。对比浙江醋企通过电商直播年销破亿，朔州醋企仍停留在“等客上门”阶段。

（三）环保压力较大，成本控制不足

传统酿造产生废水废渣，环保处理设施缺失，面临停产风险。酿醋过程中会产生大量废水，其中含有有机物、酸碱物质等污染物。如果处理不当，这些废水会对环境造成严重污染，然而，废水处理设施的建设和运行成本较高，对于资金有限的农村酿醋企业来说是一大负担；酿醋过程中还会产生废气，主要包括挥发性有机化合物（VOCs）等。这些废气如果未经处理直接排放，会对大气环境造成污染，影响周边居民的生活质量。酿醋过程中产生的废渣，即醋糟，同样需要妥善处理。废渣中可能含有有价值的成分，可以喂牛；但如果不喂牛，就可能处理不当，会造成资源浪费和环境污染；部分农村酿醋企业缺乏环保意识，对环保法规和政策了解不足，导致在生产经营过程中忽视环保要求，增加了环境污染风险。粮食原料价格波动大，成本控制难。酿醋的主要原材料包括粮食、水等，其价格受市场供需关系、气候变化等多种因素影响，波动较大，原材料价格的上涨会直接导致生产成本增加；酿醋过程需要消耗大量能源，如电力、蒸汽等，能源价格的上涨和能源利用效率的低下都会增加生产成本。

（四）生产工艺与技术落后，传统与现代的断裂

生产工艺标准化与稳定性不足，传统酿醋工艺依赖于老师傅的“眼观、鼻闻、口尝、手摸”，经验性极强。这种“匠人依赖”模式导致产品质量批次间差异大，稳定性难以保证。温度、湿度、微生物群落等关键参数的控制多凭感觉，缺乏科学量化指标，使得优质产品的可复制性低，难以实现规模化、标准化生产。

技术装备落后与创新乏力，许多农村醋坊生产设施简陋，仍停留在缸、坛、池等传统容器，机械化、自动化程度低。不仅劳动强度高、生产效率低下，更难以实现对酿造全过程（如蒸煮、糖化、发酵、陈酿）的精准控制和卫生管理，存在食品安全隐患。同时，对于酿造微生物菌群的结构、功能及其调控机制等基础研究薄弱，技术创新和工艺改进缺乏科学支撑。

专业技术人才严重断层，传统酿醋技艺的传承多靠“师徒相授”、“口传心授”，而年轻一代大多不愿留在农村从事辛苦的酿造工作，导致熟练技工和“老师傅”年龄结构老化，技艺传承面临断代风险。同时，既懂传统工艺又掌握现代食品科学技术的复合型人才极度稀缺，进一步加剧了技术升级的困难。

三、对策建议

针对上述瓶颈问题，要想让本地醋业走出朔州，占领一定的全国和世界市场，需政府、行业、企业及社会各界协同发力，构建一个多层次、系统化的支持体系，帮助企业提高竞争力。

（一）推动技术赋能，促进工艺现代化与传承创新

开展工艺数字化与标准化研究：支持科研机构、高校与龙头企业合作，运用现代分析技术，对传统酿造过程中的微生物群落、风味物质形成规律等进行深入研究，将老师傅的经验转化为可量化的工艺参数和数据模型，制定兼具科学性与实用性的团体标准或地方标准。

推广适用技术与装备：鼓励研发和推广适用于中小规模生产的、性价比高的清洁化、半自动化生产设备。重点在物料输送、温度控制、发酵管理等环节实现技术突破，在提升效率和质量稳定性的同时，保留传统工艺的核心精髓。

构建人才培养体系：实施“传统工匠+现代技师”培养计划。一方面，建立“非遗”传承人认定和补贴机制，鼓励老师傅传帮带；另一方面，与职业院校合作，开设传统酿造专业定向班，培养懂技术、会管理、善经营的新型职业农民。吸引食品科学、市场营销等专业大学生返乡入乡创业。

（二）畅通醋业进入政府采购平台

要想使食醋产品进入职工人数较多的大型国企，就必须使产品首先进入政府采购平台，各县（市、区）政务大厅审批局要开通政府采购平台，不能把醋厂规模小作为不上平台的理由，把醋厂拒之门外。要推动政府采购平台的体系（脱贫地区农副产品销售平台——832销售平台）与农村造醋企业建立长期稳定的合作关系，鼓励采购单位在同等条件下优先选择本地农村造醋企业的产品。

（三）设立专项扶持基金

政府应设立专项扶持基金，用于支持农村酿醋业的技术改造、产业升级和市场开拓等方面，同时，鼓励金融机构为农村酿醋企业提供贷款支持，降低企业的融资成本；制定针对农村酿醋业的税收优惠政策，如减免增值税、所得税等，降低企业的经营成本。同时，鼓励企业加大研发投入，对符合条件的研发费用给予加计扣除等税收优惠。

（四）整合资源，推动产业升级

政府应积极引导朔州农村造醋企业进行资源整合，通过兼并、重组等方式，培育规模化、现代化的造醋企业集团，提高产业集中度。政府可在政策层面给予支持，鼓励企业间的合作与整合，产业整合将有效提升产业竞争力。相关研究表明，产业整合后企业的生产效率平均可提高 20%-30%。

加大对朔州农村造醋业的政策扶持力度，鼓励企业引进先进的生产设备和技术，改进生产工艺，提高生产效率和产品质量。

研究制定针对农村传统特色食品产业的专项扶持政策，在土地、税收、用电等方面给予优惠。简化项目申报和资金审批流程，确保政策红利能够精准滴灌到最需要的小微主体。

持续改善农村道路、物流、网络等基础设施。特别是在特色醋产区，配套建设集中的污水处理设施，降低个体企业的环保成本。支持建立集技术研发、质量检测、信息发布、创业孵

化于一体的公共服务平台。

大力发展“醋业+文旅”，建设醋文化博览园、醋养生体验基地，开发工业旅游、研学旅行线路。创新开发醋饮料、醋保健品、醋化妆品等高附加值衍生品，延伸产业链，提升综合效益。

政府加强对农村酿醋企业的环保法规和政策的宣传和培训，提高企业的环保意识，同时，建立健全环保监管机制，对违法排污行为进行严厉打击；鼓励和支持农村酿醋企业采用先进的环保技术和设施，提高废水、废气的处理效率，政府可以提供资金补贴、税收优惠等政策支持，鼓励废料醋糟喂牛，降低企业的环保投入成本。通过改进生产工艺和流程，提高原材料的利用率和能源的使用效率，从而降低生产成本，例如，采用节能设备、优化生产参数等措施；鼓励农村酿醋企业向高端化、差异化方向发展，提高产品的附加值和市场竞争力，通过产业升级和转型，实现企业的可持续发展。

建立产学研合作机制，加强与高校、科研机构的合作，开展技术研发和创新，推动朔州农村造醋业向智能化、绿色化方向发展。借鉴其他地区成功的产学研合作案例，促进科技成果转化应用到造醋产业中。

（五）创新产业组织模式，提升经营管理水平

鼓励合作化与集群发展：大力扶持农民专业合作社、股份合作制企业等新型经营主体，通过“龙头企业+合作社+农户”等模式，整合小生产，实现统一采购、统一生产、统一营销，降

本增效。规划建设特色食醋产业园区，引导企业集聚发展，共享基础设施和服务。

构建小微企业管理服务体系：政府或行业协会可牵头建立共享实验室、质检中心，为小微醋企提供低成本的产品检测服务。帮助其建立简易但有效的食品安全管理体系和生产追溯系统，助力其达到合规要求。

加大金融创新支持力度：发展农村普惠金融，推广“信贷+保险”、应收账款质押、存货抵押等融资模式。设立农村特色产业发展基金，对符合条件的醋企给予贷款贴息、以奖代补等支持。鼓励社会资本投资乡村产业。

（六）打响品牌，塑造核心 IP

通过培训、宣传等方式提高企业和农户的品牌意识，认识到品牌对提升市场竞争力和附加值的重要性；结合自身特色和优势，明确品牌定位，突出差异化竞争优势；加大市场推广力度，利用广告、公关活动等多种手段提升品牌知名度和影响力。

引导和资助企业进行品牌规划与形象设计，深入挖掘本地醋文化、历史传说、工艺特色，将文化内涵注入品牌，打造“一企一品一故事”的差异化优势。鼓励申报地理标志保护产品、中华老字号等，提升品牌公信力。

深入挖掘朔州农村造醋业的历史文化内涵，将传统酿造工艺、地域文化特色等融入品牌建设中，打造具有独特魅力的品牌形象。例如，依托朔州边塞文化，注册“杀虎口老醋”“右玉塞

上醃”等地理标志品牌，突出“北派醋”醇厚风味。

建立健全地理标志商标或公共品牌的使用授权、质量监管和惩罚退出机制。成立行业协会或产业联盟，统一生产标准、统一品牌宣传、统一市场开拓，形成区域集群品牌效应，避免恶性竞争。

还可以开发高端养生醋（添加黄芪、沙棘）、调味醋（针对西北餐饮市场），定价提升 30%-50%。举办各类醋文化节、品鉴会等活动，提升品牌知名度和美誉度，塑造朔州农村醋品牌的核心 IP。联合旅游部门推出“醋文化研学游”：游客可体验古法制醋、定制专属醋坛，带动“醋旅融合”消费。

（七）打通“线上+线下”双渠道

加强朔州农村造醋企业的数字化建设，搭建电商平台，拓展线上销售渠道，实现线上线下融合发展。政府可出台相关政策，鼓励企业开展电商业务，对搭建电商平台的企业给予一定的资金支持。

利用社交媒体、短视频平台等现代传播工具，进行产品宣传和推广。定期发布酿醋过程、产品介绍、健康知识等内容，吸引粉丝关注，增加品牌曝光度；利用社交媒体平台的广告投放功能，针对目标受众进行精准推广，举办线上抽奖、限时折扣等促销活动，吸引消费者购买，与知名博主、网红合作，通过直播带货等形式，提高产品销量；讲述农村酿醋业的悠久历史、传统工艺、家族传承等故事，增强品牌的文化底蕴和情感

价值，展示酿醋过程中的辛勤劳动和匠心独运，让消费者感受到产品的独特魅力；拍摄酿醋过程的短视频、纪录片，展示从原料采集、发酵、酿造到成品的完整流程，制作精美的图文、海报，介绍产品的特点、用途和食用方法，撰写与醋相关的健康知识、烹饪技巧等文章，提高消费者的认知度和信任度。还可以与“山西老乡鸡”等网红餐饮联动，推出“老醋焖鸡”联名菜品，实现场景化营销。

与阿里云合作搭建“朔州醋业大数据平台”，分析京津地区消费者偏好，针对健康需求推出“低钠富硒醋”。在拼多多开设“朔州醋业官方旗舰店”，推出“9.9元尝鲜包”（100ml小瓶装+食谱手册），快速引流新客。

四、结论与展望

中国农村造醋业正处在传承与创新、坚守与突破的历史交汇点。其发展面临的瓶颈是系统性的，是传统农业文明与现代工业文明、小生产与大市场深刻矛盾的集中体现。破解这些难题，绝非一朝一夕之功，也不可能依靠单一措施解决，需要的是长期的战略耐心、系统的改革思维和务实的创新行动。

未来，农村造醋业的出路在于走一条“特色化、标准化、品牌化、融合化”的发展道路。即，坚守特色——保留传统工艺的灵魂和地域风味；拥抱标准——用现代科技提升品质稳定性和安全性；塑造品牌——从卖产品转向卖文化、卖价值；深化融合——与文旅、康养等产业互动发展。

通过政府、行业、企业、社会多方协同，共同努力，完全有理由相信，中国农村造醋业这座蕴藏着巨大潜力的“富矿”必将被重新激活，不仅能为市场奉献更多高品质、有故事的食醋产品，更能为传承中华酿造文明、促进乡村全面振兴注入强劲而持久的动力。

（撰稿人：刘晓晨，朔州市人民政府发展研究中心四级主任科员；祁振东，朔州市项目推进中心重点工程科副科长）