

2009年中国调味品市场趋势观察 研究报告

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

《2009年中国调味品市场趋势观察研究报告》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.abaogao.com/b/diaoweipin/D04382REOV.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

[b]2009年中国[b]调味品[b]市场趋势观察研究报告 内容介绍：[/b]

行业现状根据国家统计局的数据显示：2008年1-12月全国调味品、发酵制品制造工业总产值为亿元1158.91亿元，比去年同期增长28.07%；2008年1-12月全国调味品、发酵制品制造产品销售收入为975.21亿元，比去年同期增长27.79%；2008年1-12月全国调味品、发酵制品制造利润总额为63.73亿元；2008年1-12月全国调味品、发酵制品制造税金总额34.86亿元，比去年同期增长14.93%。……

市场竞争从行业竞争来看，中国调味品市场影响

一、中国调味品市场调研市场在全球市场影响

三、世界化对中国调味品市场分析

一、2008年世界胡椒市场分析

二、2009年全球胡椒产量预测

第三节中国胡椒发展趋势

四、2009年中国城乡居民人均收入预测

第二节消费者行为分析

一、消费者细分

二、城市消费者渠道选择

三、消费者购买调味品心理

四、调味品选择偏好度分析

五、重点调味品消费市场调查

[b]第二十二章中国调味品营销分析[/b]

第一节中国调味品品牌营销分析

第二节渠道售点定位分析—上海太太乐渠道研究

一、餐饮渠道的售点细分和定位

二、零售渠道的售点细分和定位

第三节酱醋行业营销渠道分析

一、酱醋酿造行业营销渠道概述

二、酱醋酿造行业营销渠道的现状及其问题分析

三、酱醋酿造行业营销渠道存在问题及对策

第四节营销案例分析

一、山西老陈醋——营销的缺失

二、成功案例——加加酱油等小企业

第五节调味品区域市场营销分析

[b]第四部分市场竞争[/b]

[b]第二十三章中国调味品发展趋势

第四节中国调味品包装发展趋势

第五节调味品营销趋势

第六节2010年中国调味品行业共有生产企业

表1612007年新疆大小型番茄加工企业数量统计

表162我国胡椒总产量均世界排名

表163胡椒人均年消费量

表1642008年4月胡椒出口分国别排名

表1652008年11月份越南胡椒量出口、出口额统计

表1662008年越南胡椒量出口、出口额统计

表1672009年越南出口胡椒预计

表168相关国家胡椒单产对比

表169相关国家胡椒收获面积对比

表170相关国家胡椒产量对比)

表171武汉市场各渠道调味品销售排名

表1722007年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

表1732008年我国全年城乡居民人均可支配收入统计

表174城镇居民主要食品消费量

表1752009年我国农村居民人均纯收入预计

表176消费者最喜欢吃的调味品类别占比情况

表177味精品牌上海市场占有率排名

表178鸡精品牌上海市场占有率排名

表179食醋品牌上海市场占有率排名

表180酱油品牌上海市场占有率排名

表181调味酱品牌上海市场占有率排名

表182酱油十强品牌企业排名

表183食醋十强品牌企业排名

表184鸡精十强品牌企业排名

表185腐乳十强品牌企业排名

表186复合调味料十强品牌企业排名

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/D04382REOV.html>