

# 2008-2009年中国盐市场十 大品牌竞争力分析及竞争趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2008-2009年中国盐市场十大品牌竞争力分析及竞争趋势研究报告》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.abaogao.com/b/liangyou/E17161EWXS.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]2008-2009年中国[b]盐市场十大[b]品牌竞争力分析及竞争趋势研究报告 内容介绍：[/b]

### [b]第一章 盐市场竞争背景[/b]

#### 第一节 政策背景

- 一、宏观政策背景
- 二、财政货币政策背景
- 三、产业政策背景
- 四、行业政策背景
- 五、人力资源政策背景
- 六、政策变更对盐行业影响分析

#### 第二节 经济背景

- 一、经济发展状况
- 二、收入增长情况
- 三、固定资产投资
- 四、存贷款利率变化
- 五、人民币汇率变化
- 六、金融危机对盐行业影响分析

#### 第三节 社会背景

- 一、人口社会背景
- 二、社会年龄结构
- 三、社会学历结构
- 四、收入差距结构
- 五、其他社会因素
- 六、社会背景对盐行业影响分析

#### 第四节 技术背景

- 一、技术研发现状
- 二、新技术应用
- 三、技术发展趋势
- 四、技术创新对盐行业影响分析

#### 第五节 产业背景

- 一、产业链价值结构

二、盐行业产业链地位

三、前向一体化现状

四、后向一体化现状

五、产业价值链对盐行业影响分析

[b]第二章 2009年中国盐市场规模现状及趋势[/b]

第一节 2009年盐市场发展现状

一、市场阶段性分析

二、市场增长性现状

三、市场平衡性现状

四、市场结构性现状

五、市场博弈状况

第二节 中国盐市场供需规模现状及趋势

一、2005-2010年盐市场供给规模及预测

二、2005-2010年盐市场需求规模及预测

三、2005-2010年盐市场进出口规模及预测

四、2005-2010年盐市场价格走势现状及预测

第三节 中国盐市场区域(盐市场区域市场分析)市场结构现状及趋势

一、2005-2010年东北市场规模及预测

二、2005-2010年华北市场规模及预测

三、2005-2010年华东市场规模及预测

四、2005-2010年华中市场规模及预测

五、2005-2010年华南市场规模及预测

六、2005-2010年西部市场规模及预测

第四节 中国盐市场细分(盐市场细分市场分析)市场结构现状及趋势

[b]第三章 2009年中国盐市场竞争现状及趋势[/b]

第一节 中国盐行业竞争核心要素调研分析

第二节 中国盐行业竞争现状及特性分析

第三节 中国盐市场品牌竞争核心要素调研分析

第四节 中国盐市场主要品牌内涵建设现状及趋势

第五节 中国盐市场主要品牌外延建设现状及趋势

第六节 我国盐市场主要品牌(盐市场主要品牌竞争力)竞争格局现状及趋势

[b]第四章 2009年中国盐品牌消费群体及满意度分析[/b]

## 第一节 品牌消费者偏好分析

一、消费者对不同地域品牌的偏好分析

二、消费者对不同档次品牌的偏好分析

三、不同阶层消费者的品牌偏好分析

## 第二节 不同客户品牌消费态度分析

一、金融危机对品牌消费态度的影响

二、不同收入客户品牌消费态度

三、不同年龄客户品牌消费态度

四、不同地区客户品牌消费态度

五、不同学历客户品牌消费态度

六、不同性别客户品牌消费态度

## 第三节 不同客户品牌意识分析

一、不同收入客户的品牌意识

二、不同年龄客户的品牌意识

三、不同地区客户的品牌意识

四、不同学历客户的品牌意识

五、不同性别客户的品牌意识

## 第四节 不同客户品牌关注点分析

一、不同收入客户的品牌关注点

二、不同年龄客户的品牌关注点

三、不同地区客户的品牌关注点

四、不同学历客户的品牌关注点

五、不同性别客户的品牌关注点

## 第五节 品牌消费对盐产品的建议

一、品牌内涵建设建议

二、品牌外延建设建议

## [b]第五章 十大盐品牌竞争力及趋势分析[/b]

### 第一节 中盐

一、品牌概述

二、2005-2009年企业经营业绩

三、2005-2009年品牌市场业绩

四、品牌建设现状

五、品牌核心竞争力分析

六、品牌竞争策略

第二节 淮牌

第三节 宏博

第四节 自流井

第五节 迎客松

第六节 白象牌

第七节 雪天

第八节 康力源

第九节 云鹤

第十节 长芦

[b]第六章 品牌经营机会及风险分析[/b]

第一节 盐市场品牌SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第二节 品牌定位风险

第三节 品牌竞争风险

第四节 品牌文化风险

第五节 品牌信任风险

第六节 品牌资源风险

第七节 品牌同质风险

[b]第七章 盐市场品牌建设及策略建议[/b]

第一节 品牌推广策略建议

第二节 品牌文化策略建议

第三节 品牌外延策略建议

第四节 品牌风险规避建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/liangyou/E17161EWS.html>