

# 2009-2012年中国香精香料 行业市场调研与前景发展预测报告

## 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

《2009-2012年中国香精香料行业市场调研与前景发展预测报告》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/hzhp/l485327W66.html>

报告价格：纸质版：8000元 电子版：8600元 纸质+电子版：9000元

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

2009-2012年中国香精香料行业市场调研与前景发展预测报告 内容介绍：

### 第一章 香精香料行业发展概述

#### 第一节 香精的概念

- 一、香精的定义
- 二、香精的分类
- 三、香精原料及其加工工艺
- 四、香精调配流程
- 五、应用范围和参考用量
- 六、香精的其他概念

#### 第二节 香料的概念

- 一、香料的定义
- 二、香料的生产
- 三、香料的历史
- 四、中国古代香料
- 五、反应结晶技术在香料生产中的应用解析

#### 第三节 食用及日用香精香料的定义及分类

- 一、食用香精的种类及应用
- 二、食用高冲击性香料定义及特性介绍
- 三、日化用香精（应用香精）的概念及调配

#### 第四节 香料香精工业概述

### 第二章 世界香精香料市场发展分析

#### 第一节 2009年世界香精香料市场分析

- 一、世界香精香料市场回顾
- 二、全球香精香料技术分析

#### 第二节 2009年国外香料香精行业发展现状

- 一、国际香料香精工业发展现状及特点
- 二、国外香料香精市场分析
  - 一、美国
  - 二、意大利

### 三、法国

## 第三章 中国香精香料发展问题

### 第四节2008-2009年中国热带香料植物开发状况

- 一、中国热带香料植物产地与主要品种
- 二、中国热带香料植物资源开发利用状况不理想
- 三、中国热带香料植物开发利用的思路及目标

### 第五节2008-2009年中国香精香料行业竞争格局分析

#### 第一节 香精香料行业竞争结构分析

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

#### 第二节 香精香料行业国际竞争力影响因素分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、相关和支持性产业
- 四、企业的战略、结构和竞争对手

### 第三节2008-2009年中国主要地区香精香料产业格局分析

- 一、云南
- 二、江苏省昆山
- 三、浙江食用香精香料行业业绩良好
- 四、原料不足制约福建香料企业发展
- 五、江西金溪县香料产业迅速崛起

## 第十章 香精香料行业竞争策略分析

### 第一节 香精香料行业品牌竞争策略分析

- 一、产品策略
- 二、价格策略
- 三、渠道策略
- 四、推广策略
- 五、信息策略
- 六、服务策略

## 第二节 我国香精香料企业竞争策略分析

一、坚守核心主业

二、构建优质渠道

三、整合优质资源

四、提升经营能力

五、明确品牌形象

六、调整市场策略

## 第三节 领先者市场竞争策略

一、维护高质量形象

二、扩大市场需求总量

三、保护市场份额

四、扩大市场份额

## 第四节 挑战者市场竞争策略

一、正面进攻

二、侧翼攻击

三、包围进攻

四、迂回攻击

五、游击战

## 第五节 追随者的市场竞争策略

一、紧密追随策略

二、距离追随策略

三、选择追随策略

## 第六节 补缺者的市场竞争策略

一、市场补缺者的特征

二、市场补缺者的策略

## 第十一章 国内香精香料企业竞争分析

### 第一节 嘉兴市中华化工有限责任公司

### 第二节 中核建中核燃料元件公司

### 第三节 无锡嘉华香精香料有限公司

### 第四节 上海奇华顿有限公司

### 第五节 国际香料（中国）有限公司

### 第六节 华宝食用香精香料行业发展前景与趋势

## 第一节 世界香精香料市场前景

### 二、全球食品香料发展前景与趋势

### 三、世界树脂香精市场发展趋势

## 第二节 中国香精香料发展前景分析

### 二、未来中国香精香料产业发展潜力

### 三、中国食用香精香料发展趋势

### 四、我国市场主导食用香精香料研发趋势

## 第十三章 未来香精香料行业发展预测

### 第一节 世界各类香料市场预测

### 第二节 中国香精香料行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

##### 一、2008年我国宏观经济运行情况分析

##### 二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析

##### 三、2008-2009年我国固定资产投资

##### 四、2009年中国宏观经济发展情况分析

##### 五、2009年我国经济走势分析

##### 六、2009年1-6月份我国工业利润情况

##### 七、当前我国经济运行中的结构性矛盾与对策分析

##### 八、2009-2012年我国宏观经济形势分析

#### 第二节 政策法规环境分析

##### 一、我国食用香料香精标准和管理

##### 二、2009年我国食用香精的标签要求新规定

##### 三、国内香料香精行业发展主要措施与政策建议

#### 第三节 社会发展环境分析

##### 一、2008年我国居民收入增长情况

##### 二、2009年居民生活水平分析

##### 三、2009年零售市场情况分析

##### 四、当前广东劳动力就业结构变化趋势分析

## 第十五章 香精香料行业投资机遇与风险

### 第一节 金融危机给我国企业带来的机遇分析

#### 一、为享受调控政策带来机遇

#### 二、为搞好战略转型带来机遇

- 三、为吸引国际投资带来机遇
- 四、为招聘高端人才带来机遇
- 五、为实施战略重组带来机遇
- 六、为降低制造成本带来机遇

## 第二节 金融危机下香精香料行业发展机遇分析

- 一、金融危机为香精香料企业提供了并购国外企业的机会
- 二、金融危机导致部分经营不善的香精香料企业退出市场
- 三、金融危机中中国香精香料企业发展机遇分析

## 第三节 香精香料企业战略规划不确定性风险分析

- 一、客观事件的不确定性风险
- 二、市场的不确定性风险
- 三、行业发展的不确定性风险
- 四、技术发展的不确定性风险
- 五、战略规划者的主观不确定性风险
- 六、执行过程的不确定性风险
- 七、工具方法的局限性风险
- 八、战略规划系统的不确定性风险

## 第四节 2009-2012年香精香料市场发展机遇与挑战

## 第十六章 香精香料行业发展战略研究

### 第一节 香精香料行业发展战略研究

- 一、技术开发战略
- 二、产业战略规划
- 三、业务组合战略
- 四、营销战略规划
- 五、区域战略规划
- 六、企业信息化战略规划

### 第二节 香精香料行业品牌战略分析

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性
- 三、香精香料品牌的特性和作用
- 四、香精香料品牌的价值战略
- 五、我国香精香料品牌竞争趋势

六、香精香料企业品牌发展战略

七、香精香料行业品牌竞争策略

第三节 香精香料企业经营管理策略

一、企业经营策略综述

二、企业产品经营策略

三、企业渠道经营策略

四、企业并购策略分析

五、经济危机下企业经营管理策略

第十七章 香精香料行业投资战略研究

第一节 香精香料行业投资战略研究

第二节 金融危机下香精香料发展与投资策略分析

一、对症下药

二、程序科学

三、控制成本

四、以市场为中心

五、讲求效益

六、可持续发展

七、遵守法律

部分图表目录

图表、红烧排骨味馅料参考配料及制作方法

图表、蟹黄鲍鱼味馅料参考配料及制作方法

图表、目前咸味食品香精可提供月饼馅料用的主要品种及其特点

图表、2008年我国人口数及其构成

图表、2009年1-6月我国消费者信心指数

图表、广告在品牌传播中对消费者的影响作用

图表、2004-2009年6月国内生产总值统计

图表、2004-2009年6月国内生产总值增长趋势图

图表、2004-2009年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速

图表、2006-2009年6月我国出口累计同比增速对比

图表、2008-2009年6月我国CPI情况

图表、2008-2009年6月中国PPI发展情况

图表、2008-2009年6月中国PPI和CPI走势图



图表、2007-2009年6月我国规模以上工业增加值情况

图表、2007-2009年6月我国轻重工业增加值情况

图表、2007-2009年6月中国工业(工业出口数据)出口交货值情况

图表、2006-2009年6月我国工业企业实现利润情况

图表、2006-2009年6月我国工业企业亏损情况

图表、2007-2009年6月我国工业生产资料价格变化情况

图表、2007-2009年6月我国工业品和原燃料价格变化情况

图表、2008年1-12月国家宏观经济景气指数

图表、2008年1-12月我国企业景气指数

图表、2004-2009年6月我国固定资产投资及其增长速度

图表、2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表、2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表、2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表、2004-2009年6月我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表、2004-2009年6月我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表、2009年1-6月我国居民消费价格分类指数

图表、2009年1-6月我国各地居民消费价格指数

图表、2009年1-6月我国社会消费品零售总额情况

图表、2008年全广东省及各市社会从业人员的三大产业结构

图表、2007-2009年6月全广东省结构偏离度

图表、2007-2009年6月各市结构偏离度

图表、2007、2008年全广东省及各市三次产业社会从业人员年末人数

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业企业数量

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业企业规模及所有制分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业从业人数调查分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业总体从业人数分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业不同规模企业从业人员分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业不同所有制企业比较分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业工业总产值分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业产成品分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业总销售收入分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业工业利润总额分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业工业利润总额分析

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业不同规模企业工业利润总额

图表、2006-2009年6月中国香料、香精制造行业不同所有制企业比较

图表、区域发展战略咨询流程图

图表、区域SWOT战略分析图

图表、企业经营策略层次分析

略.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/l485327W66.html>