

2011年中国调味品市场研究报告

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

《2011年中国调味品市场研究报告》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/K77161HRQV.html>

报告价格：纸质版：6600元 电子版：6600元 纸质+电子版：7600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

[b]2011年中国[b]调味品[/b]市场研究报告 内容介绍：[/b]

[b]第一部分 市场现状[/b]

[b]第一章 金融危机对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、2009年世界胡椒市场分析

二、2009-2010年越南胡椒市场分析

第三节 中国胡椒发展趋势

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

第三节 2010年3月调味品消费者市场调查分析

第四节 2009年酱油消费者市场调查分析

[b]第十六章 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和问题分析

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]第十七章 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 2011-2012年中国调味品行业共有生产企业

图表 新疆大小型番茄加工企业数量统计

图表 我国胡椒总产量世界排名

图表 胡椒人均年消费量

图表 2009年越南、印度胡椒价格

图表 2009年越南出口胡椒统计

图表 2010年1-3月越南出口胡椒统计

图表 2009年越南胡椒产量统计

图表 相关国家胡椒单产对比)

图表 相关国家胡椒收获面积对比

图表 相关国家胡椒产量对比

图表 2009年海南胡椒种植面积、收获面积、收获产量

图表 武汉市场各渠道调味品销售排名

图表 消费者认为最好的调味品品牌所占百分比

图表 消费者购买调味品价位分析

图表 单个家庭每月购买调味品的花费

图表 2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表 2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表 2003-2008年农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 2003-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2009年我国全年城乡居民人均可支配收入统计

图表 城镇居民主要食品消费量 单位：公斤

图表 消费者购买食品选择的途径

图表 消费者购买食品选择的场所

图表 消费者购买食品细心比例

图表 消费者在厨房吃调味品占的比例

图表 消费者认为吃调味品的各类好处百分比

图表 消费者在购买调味品时最关注的因素

图表 消费者最喜欢吃的调味品类别占比情况

图表 味精品牌上海市场占有率排名

图表 鸡精品牌上海市场占有率排名

图表 食醋品牌上海市场占有率排名

图表 酱油品牌上海市场占有率排名

图表 调味酱品牌上海市场占有率排名

图表 2010年消费者最信赖的调味品品牌

图表 2010年调味品消费者经常用调味品的比例

图表 2010年调味品消费者遇到质量问题的频率

图表 2010年消费者遇到食品安全问题解决方式

图表 2010年消费者遇到食品安全问题不能得到满意解决选择投诉的单位

图表 2010年消费者对调味品行业整体满意度

图表 2009年消费者吃的最多的酱油品牌

图表 2009年消费者吃海天酱油的主要原因

图表 2009年消费者吃金狮酱油的主要原因

图表 2009年消费者吃李锦记酱油的主要原因

图表 2009年消费者吃老抽酱油多于生抽

图表 2009年消费者吃老抽、生抽的男女性比率

图表 2009年分不清老抽、生抽的消费者年龄对比

图表 2009年消费者认为好的酱油产品应具备的核心条件

图表 2009年消费者希望在酱油里加入铁这种微量元素的比例

图表 2009年消费者希望在酱油里加入铁元素的男女性比率

图表 2009年不希望在酱油里加入铁元素的消费者年龄对比

图表 2009年消费者认为酱油产品还需要做哪方面细分

图表 2009年消费者酱油产品的容量多少毫升一瓶最合适

图表 2009年消费者对酱油产品的价格认可

图表 2009年消费者认为现有酱油产品的主要不足

图表 上海太太乐调味品有限公司餐饮渔产售点细分和定位

图表 餐饮客户调味品进货一览表

图表 上海太太乐调味品有限公司产品相对应餐饮渠道售点细分和定位

图表 产品在零售渠道运用

图表 酱油十强品牌企业排名

图表 食醋十强品牌企业排名

图表 鸡精十强品牌企业排名

图表 腐乳十强品牌企业排名

图表 复合调味料十强品牌企业排名

图表 2010-2012年我国餐饮业销售预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/K77161HRQV.html>