

2010-2015年中国调味品市 场竞争态势与战略投资咨询报告

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

《2010-2015年中国调味品市场竞争态势与战略投资咨询报告》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/M93271AGYW.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]2010-2015年中国[b]调味品[/b]市场竞争态势与战略投资咨询报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 调味品行业概述[/b]

第一节 调味品相关概念

一、调味品的定义

二、调味品的分类

第二节 调味品特征及区别分析

一、调味品特征

二、调味品与调味食品区别

[b]第二章 2009年世界调味品市场调研)市场运行分析

一、英国

二、法国

三、俄罗斯

第三节 2010-2015年世界调味品业运行分析

[b]第三章 2009-2010年中国调味品发展的有效途径分析

三、中国食醋生产政策分析

第四节 鸡精市场分析

一、鸡精粉的生产技术和工艺

二、鸡精产业特点及发展策略

三、高档鸡精产品市场潜力分析

四、年鸡精行业发展亟须严格执行行业标准

第五节 其他调味品市场分析

一、中国复合调味品产业发展分析

二、调味酱竞争格局分析

[b]第十章 2009年中国调味品原辅料发展

二、国内连锁餐饮业持续快速发展

三、中国餐饮业发展仍存六大问题

四、中国餐饮业渐走向多元化和国际化

五、2010-2015年中国餐饮业发展预测

第二节 方便食品市场

一、方便食品逐渐成生活必备

二、简述中国调味品发展走势分析

五、速冻食品市场规模与竞争分析

六、速冻食品行业发展机会解析

第三节 食品添加剂行业

一、中国食品添加剂发展概况

三、功能性食品添加剂的发展助推保健食品业进步

四、抗风险能力弱食品添加剂业承需变大为强

五、未来食品添加剂的发展趋势

[b]第十二章 2010-2015年中国调味品发展前景分析

一、香辛料调味品市场前景分析

二、调味品市场发展趋势及消费趋势分析

三、调味品市场容量预测

四、年调味品的细分与整合趋势

第二节 2010-2015年中国调味品行业发展的趋势探析

一、行业洗牌太极化

二、品类经营专业化

三、品项创新细分化

四、产品研发高端化

五、渠道运营多样化

六、区域品牌全国化

七、企业整合航母化

[b]第十四章 2010-2015年中国调味品行业投资机会与风险预警[/b]

第一节 2009年中国调味品行业投资概况

一、调味品行业投资特性

二、调味品行业投资政策解读

第二节 2010-2015年中国调味品各子行业投资潜力分析

一、酱油产业投资情况

二、食醋产业投资情况

三、鸡精、味精产业投资情况

四、复合调味品投资情况

第三节 2010-2015年中国调味品业投资风险预警

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2009-2010年调味品、发酵制品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2009-2010年中国调味品、发酵制品制造行业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2009-2010年调味品、发酵制品制造行业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2009年中国调味品、发酵制品制造行业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2009年中国调味品、发酵制品制造行业毛利率变化趋势图

图表：2005-2009年中国调味品、发酵制品制造行业利润总额及增长趋势图

图表：2009-2010年中国调味品、发酵制品制造行业总资产利润率变化图

图表：2005-2009年中国调味品、发酵制品制造行业总资产及增长趋势图

图表：2009-2010年中国调味品、发酵制品制造行业亏损企业对比图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业不同规模企业分布结构图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业不同所有制企业比例分布图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业收入前五位省市比例对比表

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业利润总额及与上年同期对比图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业利润总额前五位省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业利润总额前五位省市对比图

图表：2009年中国调味品、发酵制品制造行业利润总额增长幅度最快的省市统计表单位：千元

图表：2009年中国调味品、发酵制品制造行业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业从业人数与上年同期对比图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业资产总计及与上年同期对比图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业资产总计前五位省市统计表

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业资产总计前五省市资产情况对比图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业资产总计前五位省市分布结构图

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-8月中国调味品、发酵制品制造行业资产增速前五省市资产总计及增长趋势

图表：2009-2010年4月中国大豆月度(大豆月度进口数据)进口量价走势图

图表：2009年8月全国主要粮油批发市场调研市场成交价格情况表

图表：2009年7月中国各粮油品种分国别(各粮油品种分国别进口数据)进口数量表

图表：2009年7月中国各粮油品种分国别(各粮油品种分国别出口数据)出口数量表

图表：2009年7月全国主要粮油批发市场调研市场成交价格情况表

图表：2009年6月中国各粮油品种分国别(各粮油品种分国别出口数据)出口数量表

图表：2009-2010年全国及重点省市大米产量分析

图表：2009年2-8月大米产量全国合计

图表：2009年2-8月大米产量北京市合计

图表：2009年2-8月大米产量天津市合计

图表：2009年2-8月大米产量河北省合计

图表：2009年2-8月大米产量山西省合计

图表：2009年2-8月大米产量辽宁省合计

图表：2009年2-8月大米产量吉林省合计

图表：2009年2-8月大米产量黑龙江合计

图表：2009年2-8月大米产量上海市合计

图表：2009年2-8月大米产量江苏省合计

图表：2009年2-8月大米产量浙江省合计

图表：2009年2-8月大米产量安徽省合计

图表：2009年2-8月大米产量福建省合计

图表：2009年2-8月大米产量江西省合计

图表：2009年2-8月大米产量山东省合计

图表：2009年2-8月大米产量河南省合计

图表：2009年2-8月大米产量湖北省合计

图表：2009年2-8月大米产量湖南省合计

图表：2009年2-8月大米产量广东省合计

图表：2009年2-8月大米产量广西区合计

图表：2009年2-8月大米产量海南省合计

图表：2009年2-8月大米产量重庆市合计

图表：2009年2-8月大米产量四川省合计

图表：2009年2-8月大米产量贵州省合计

图表：2009年2-8月大米产量云南省合计

图表：2009年2-8月大米产量陕西省合计

图表：2009年2-8月大米产量甘肃省合计

图表：2009年2-8月大米产量新疆区合计

图表：2009年2-8月大米产量宁夏区合计

图表：2009年2-8月大米产量内蒙古合计

图表：2009年8月份国内主要批发(主要批发市场考察)市场大米行情表

图表：2009年8月全国主要粮油批发市场调研市场成交价格情况表

图表：2009年7月中国大米分国别(大米分国别进口数据)进口数量表

图表：2009年7月中国各粮油品种分国别(各粮油品种分国别出口数据)出口数量表

图表：2009-2010年全国及重点省市酱油产量分析

图表：2009年2-8月酱油产量全国合计

图表：2009年2-8月酱油产量北京市合计

图表：2009年2-8月酱油产量天津市合计

图表：2009年2-8月酱油产量河北省合计

图表：2009年2-8月酱油产量山西省合计

图表：2009年2-8月酱油产量辽宁省合计

图表：2009年2-8月酱油产量吉林省合计

图表：2009年2-8月酱油产量黑龙江合计

图表：2009年2-8月酱油产量上海市合计

图表：2009年2-8月酱油产量江苏省合计

图表：2009年2-8月酱油产量浙江省合计

图表：2009年2-8月酱油产量安徽省合计

图表：2009年2-8月酱油产量福建省合计

图表：2009年2-8月酱油产量江西省合计

图表：2009年2-8月酱油产量山东省合计

图表：2009年2-8月酱油产量河南省合计

图表：2009年2-8月酱油产量湖北省合计

图表：2009年2-8月酱油产量湖南省合计

图表：2009年2-8月酱油产量广东省合计

图表：2009年2-8月酱油产量广西区合计

图表：2009年2-8月酱油产量重庆市合计

图表：2009年2-8月酱油产量四川省合计

图表：2009年2-8月酱油产量贵州省合计

图表：2009年2-8月酱油产量云南省合计

图表：2009年2-8月酱油产量陕西省合计

图表：2009年2-8月酱油产量甘肃省合计

图表：2009年2-8月酱油产量新疆区合计

图表：2009年2-8月酱油产量内蒙古合计

图表：消费者吃的最多酱油品牌

图表：消费者吃海天酱油的主要原因

图表：消费者吃金狮酱油的主要原因

图表：消费者吃李锦记酱油的主要原因

图表：消费者吃老抽酱油多于生抽

图表：吃老抽、生抽酱油的男性和女性比率

图表：分不清老抽和生抽酱油的消费者年龄对比

图表：好的酱油产品应具备的核心条件

图表：是否希望在酱油里加入铁这种微量元素

图表：希望在酱油里加入铁元素的男女性比率

图表：不希望在酱油中加入铁元素的消费者年龄对比

图表：酱油产品还需要做哪方面的市场细分

图表：酱油产品的容量多少毫升一瓶最合适

图表：酱油产品多少钱一瓶最合适

图表：消费者认为现有酱油产品的主要不足

图表：2009-2010年全国及重点省市味精产量分析

图表：2009年2-8月味精产量全国合计

图表：2009年2-8月味精产量天津市合计

图表：2009年2-8月味精产量河北省合计

图表：2009年2-8月味精产量辽宁省合计

图表：2009年2-8月味精产量黑龙江合计

图表：2009年2-8月味精产量上海市合计

图表：2009年2-8月味精产量江苏省合计

图表：2009年2-8月味精产量浙江省合计

图表：2009年2-8月味精产量安徽省合计

图表：2009年2-8月味精产量福建省合计

图表：2009年2-8月味精产量江西省合计

图表：2009年2-8月味精产量山东省合计

图表：2009年2-8月味精产量河南省合计

图表：2009年2-8月味精产量湖北省合计

图表：2009年2-8月味精产量湖南省合计

图表：2009年2-8月味精产量广东省合计

图表：2009年2-8月味精产量广西区合计

图表：2009年2-8月味精产量重庆市合计

图表：2009年2-8月味精产量四川省合计

图表：2009年2-8月味精产量云南省合计

图表：2009年2-8月味精产量新疆区合计

图表：2009年2-8月味精产量宁夏区合计

图表：2009年2-8月味精产量内蒙古合计

图表：食醋理化指标标准

图表：食醋微生物指标标准

图表：2009年上半年GDP累计增速

图表：2009年6月CPI增速情况

图表：2009年上半年货币供应量情况

图表：2009年上半年投资、消费及出口增长情况

图表：2009年上半年工业增加值增速情况

图表：2009年上半年经济数据分析

图表：2009年2月工业增加值增长速度

图表：2009年3月工业增加值增长速度

图表：2009年4月工业增加值增长速度

图表：2009年5月工业增加值增长速度

图表：2009年6月工业增加值增长速度

图表：2009年7月工业增加值增长速度

图表：2009年上半年宏观经济价格指标

图表：2009年上半年宏观经济增长指标

图表：2009年上半年宏观经济外贸指标

图表：2009年上半年宏观经济金融指标

图表：1995-2009年6月中国CPI走势图

图表：1995-2009年6月中国PPI走势图

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势

图表：2009-2010年6月CPI PPI走势图

图表：2009-2010年上半年银行新增信贷走势

图表：2009-2010年上半年中国进出口增幅走势图

图表：2009-2010年上半年外储余额走势图

图表：2009-2010年上半年FDI趋势图

图表：2009-2010年上半年工业增加值增幅走势

图表：2009-2010年上半年中国主要税种同比增幅

图表：2009-2010年7月中国财政收入同比、环比增长速度走势图

图表：2008

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/M93271AGYW.html>