

# 2009-2012年中国沙拉酱行业投资分析及深度研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2009-2012年中国沙拉酱行业投资分析及深度研究咨询报告》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/W91894IBPT.html>

报告价格：纸质版：7000元 电子版：7500元 纸质+电子版：8000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]2009-2012年中国[b]沙拉酱[/b]行业投资分析及深度研究咨询报告 内容介绍：[/b]

改革开放后沙拉酱进入大陆市场。随着我国经济的不断增长和人民生活水平的提高，沙拉酱已经不再是只能在西式饭店中才能看见的调味品了。特别是近几年，沙拉酱已经被摆上了千家万户的餐桌。沙拉酱这一西方人餐桌上必不可少的调味酱，在西方国家需求量很大。相比较，我国的沙拉酱产量还处于发展初期，作为一种西式调味品，沙拉酱进入我国只有二三十年左右时间，若想使我国居民接受并喜爱沙拉酱的独特口味，时间还太少，这同时意味着我国沙拉酱的发展存在着很大的市场空间。近年来中国沙拉酱发展状况

### 一、2009年中国调味品发展趋势分析

#### 第三节 辣椒酱

##### 一、中国辣椒酱行业市场竞争策略分析 [/b]

#### 第一节 沙拉酱行业竞争结构分析

##### 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 沙拉酱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 2009年调味品市场竞争分析

##### 一、2008年我国调味品企业排名

##### 二、2009年细分市场品牌竞争分析

##### 三、2009年内外资角逐调味品市场

##### 四、2009年中国调味品发展分析

##### 二、2009年11月全国各地鸡蛋价格走势

##### 三、2009年12月全国各地鸡蛋价格走势

#### 第四节 食醋

##### 一、中国食醋发展的有效途径分析

### 三、我国食醋生产政策分析

#### 第五节 成品糖

一、2009年中国成品糖产量及进发展及供应分析

二、2009年乳品原料价格走势分析

三、2009年奶业生产及贸易发展趋势

#### 第七节 食用香料

一、食品业推动食用香料香精行业发展

二、2009年我国香精香料产量情况分析

三、中国食用香料香精发展趋势分析

一、调味品市场发展趋势分析

二、2009年调味品市场容量预测

三、2009年调味品的细分与整合趋势

四、调味品行业未来发展趋势分析

#### 第二节 沙拉酱未来发展预测分析

一、中国沙拉酱行业发展策略研究 [b]

##### 第一节 中国调味品行业发展策略

一、调味品业应对餐饮遇冷的策略

二、调味品企业产品设计策略

三、调味品行业品牌策略

四、调味品系统经营策略

##### 第二节 中型调味品企业突破品牌瓶颈的策略

一、品牌再塑并确定战略方向

二、确立品牌精神

三、调整品牌组合模式

四、产品创新之道

五、渠道整合

#### [b]图表目录[/b]

图表：沙拉酱的稳定性及其保质期

图表：沙拉酱不同贮存期微生物、过氧化值及感官鉴定结果

图表：2009年上半年GDP累计增速

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数

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月我国CPI走势图

图表：1995-2009年6月我国PPI走势图

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势

图表：2008-2009年6月CPI&PPI走势图

图表：2008-2009年上半年银行新增信贷走势

图表：2008-2009年上半年我国进出口增幅走势图

图表：2008-2009年上半年外储余额走势图

图表：2008-2009年上半年FDI趋势图

图表：2008-2009年上半年工业增加值增幅走势

图表：2008-2009年上半年我国主要税种同比增幅

图表：2008-2009年7月我国财政收入同比、环比增长速度走势图

图表：2008-2009年7月进出口总值

图表：2008-2009年7月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2009年7月工业增加值增幅走势

图表：2008-2009年7月房价走势图

图表：2008-2009年7月银行新增信贷走势

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数

图表：2009年5月我国居民消费价格分类指数

图表：2009年6月我国居民消费价格分类指数

图表：2009年7月我国居民消费价格分类指数

图表：2009年8月我国居民消费价格分类指数

图表：2008年1月我国消费者信心指数

图表：2008年2月我国消费者信心指数

图表：2008年3月我国消费者信心指数

图表：2008年4月我国消费者信心指数

图表：2008年5月我国消费者信心指数

图表：2008年6月我国消费者信心指数

图表：2008年7月我国消费者信心指数

图表：2008年8月我国消费者信心指数

图表：2008年9月我国消费者信心指数

图表：2008年10月我国消费者信心指数

图表：2008年11月我国消费者信心指数

图表：2008年12月我国消费者信心指数

图表：2009年1月我国消费者信心指数

图表：2009年2月我国消费者信心指数

图表：2009年3月我国消费者信心指数

图表：2009年4月我国消费者信心指数

图表：2009年5月我国消费者信心指数

图表：2009年6月我国消费者信心指数

图表：2009年7月我国消费者信心指数

图表：沙拉酱中食品添加剂最大允许使用量最大允许残留量标准

图表：本测定所采用设备

图表：确定工艺的基础配方

图表：沙拉酱生产工艺一

图表：沙拉酱生产工艺二

图表：沙拉酱生产工艺三

图表：工艺对沙拉酱体态的影响

图表：水分对沙拉告稀稠度及析油性的影响

图表：因素水平表

图表：试验方案与数据

图表：沙拉酱生产较为理想的工艺

图表：蛋黄酱和沙拉酱配方

图表：蛋黄酱和沙拉酱工艺流程

图表：2008年1-12月沙拉酱等调味产品进口数量

图表：2008年1-12月沙拉酱等调味产品出口数量

图表：2008年1-12月沙拉酱等调味产品进口金额

图表：2008年1-12月沙拉酱等调味产品出口金额

图表：2009年辣酱产品畅销指数排名

图表：2009年辣酱市场畅销排名统计图

图表：2009年辣酱企业市场占有份额

图表：2009年辣酱市场占有份额统计图

图表：2009年循化县天香两椒有限公司辣酱产品及市场份额

图表：2009年南昌朝阳酿造厂辣酱产品及市场份额

图表：2009年鞍山味邦集团有限公司辣酱产品及市场份额

图表：2009年珠海市宝门食品企业有限公司辣酱产品及市场份额

图表：2009年长沙好韵味实业发展有限公司辣酱产品及市场份额

图表：2009年湖南娄底百雄堂高科技农业有限责任公司辣酱产品及市场份额

图表：2009年荆州市皇冠调味品有限公司辣酱产品及市场份额

图表：2009年武冈市罐头厂辣酱产品及市场份额

图表：2009年慈光食品行业销售收入预测

图表：上海味全公司销售网络

图表：北京丘比食品有限公司概况

图表：丘比沙拉酱

图表：丘比沙拉酱（香甜味）

图表：丘比千岛酱

图表：丘比沙拉酱（脂肪减半半香甜味）

图表：东莞市鸿兴食品有限公司组织架构

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/W91894IBPT.html>