

2009-2012年酱油行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年酱油行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayinshiyanjiu/6062960629.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

酱油在我们日常生活的开门七件事“柴、米、油、盐、酱、醋、茶”中排名第五位。我国早在三千多年前的周朝就有制酱的记载，最早使用“酱油”名称是在宋朝。酱油从古至今一直是中国人饮食生活中不可或缺的调味品之一，它可同时影响一道菜之色、香、味。酱油产品在我国存在稳定和巨大的市场容量和消费潜力，随着现在人们消费需求的不断差异化，酱油产品也呈现出需要进一步细分的消费趋势。酱油是日常生活的必需品，烹调食品时加入一定量的酱油，会增加食物的色香味，增进食客的食欲。过去只能在粮油店这一个渠道购买5角一斤的酱油，如今随着百姓生活水平的提高，市场上销售酱油的种类也多了起来，不但有5角、1元的普通酱油，而且还有海鲜酱油、红烧酱油、凉拌酱油等功能酱油。调查显示，在北京酱油市场众多的知名品牌中，海天以30.7%的提名率排在消费者吃的最多酱油品牌的首位；排在消费者吃的最多酱油品牌第二位的是知名调味品品牌李锦记，占消费者选择比率的18.6%；往下依次是北京知名酱油品牌金狮，占消费者选择比率的16.9%；宽牌也以13.2%的提名率位居消费者吃的最多酱油品牌的第四位；加加的消费者选择比率为8.5%；接下来是老才臣和龙菲分别占消费者选择比率的3.2%；其它消费者吃的最多的酱油品牌合计只占5.7%。海天、李锦记、金狮、宽牌、加加、老才臣和龙菲均是国内酱油市场的知名品牌，可见北京酱油市场处在激烈的竞争状态。海天能在众多强手竞争的市场格局中反超其它品牌，占据消费者吃的最多酱油品牌第一的位置，在品牌传播，产品线架构和市场推广等许多方面值得中小酱油企业学习和借鉴。

在吃老抽酱油的消费者中男性比率略大于女性，男性占65.0%，女性占55.7%。吃生抽的消费者中男性和女性的比率几乎相等，男性占22.0%，女性占21.5%。在女性被访者中间有22.8%的消费者区分不清老抽和生抽酱油的差异；而男性消费者中只有12.2%分不清老抽和生抽的区别。一般来说在家里做饭是女性占大多数，但女性对老抽和生抽酱油分不清的比率要明显大于男性。56-65岁消费者分不清老抽和生抽酱油差异的比率最高，占42.9%；其次是36-45岁的消费者，占27.8%；在16-25岁消费者中也有23.5%不能正确区分老抽和生抽酱油的差异；26-35岁的消费者比率为8.8%；46-55岁消费者中区分不清老抽和生抽酱油的消费者比率最少，只有4.8%，说明这个年龄段的消费者对酱油产品的了解程度最高。酱油按生产方法分为酿造酱油（用黄豆、谷类等或其副产品发酵而成）和配制酱油（水+盐+酸水解蛋白+色素等）两种。酿造酱油的质量要好于配制酱油。消费者认为好的酱油产品首先要口味好，占消费者选择比率的36.75%；其次是质量要有保证，占23.45%；排在第三位的是酱油的色泽要正，占消费者选择比率的20.55%；价格合理以11.85%位居第四；品牌、营养、不含色素和其它条件所占的比率很少，合计只有7.4%。因此口味、质量、色泽和价格是消费者判断酱油产品好坏的核心标准。

有50.6%的消费者认为酱油产品需要按菜品做进一步的市场细分。比如可以将酱油产品细分为红烧肉酱油、海鲜酱油、炖鱼酱油、做蔬菜酱油、凉拌酱油等等，针对做不同的菜品推

出适合的酱油品种。做红烧肉的酱油要具备很好的提色、提香的作用；做海鲜和炖鱼的酱油需要具备去腥的功能；而做蔬菜的酱油色泽要淡，看上去要通透等等。同时也有9.7%的消费者认为酱油产品需要按职业做进一步的细分。这部分消费者主要是年轻的白领群体，理由是酱油保存期限在常温不直接受日光照射情况下，玻璃瓶装可保存2-3年，塑料瓶装可保存1-2年，开瓶后因接触空气易产生口味变差或生霉现象，保存一个月后酱油的味道就会发生改变。自己和配偶工作都很忙，只有周末有时间做饭，一瓶酱油往往要吃2-3个月甚至更长的时间，酱油吃到最后口味越来越差，扔掉又觉得浪费。因此希望酱油生产企业能推出小瓶装，质量好的酱油产品，如250ml左右的，价格贵一点也没关系。有15.6%的消费者认为酱油产品需要按年龄细分。希望酱油生产企业可以根据儿童、老年人或年轻女性的生理和消费差异分别推出适合儿童、老年人和年轻女性等不同消费群体的酱油产品。也有3.8%的消费者表示酱油产品可以按收入做进一步的细分，认为现在高端酱油是市场空缺，希望酱油企业推出更高端、优质的酱油产品，满足高收入群体的消费需求。同时也提出酱油企业可以借助高端产品提升品牌的知名度和品牌价值。在被调查对象中有9.7%的消费者觉得酱油产品并不需要按菜品、年龄、职业、收入做这样的细分。认为现在市场上按老抽、生抽、蒸鱼、加铁等方式细分产品就已经够了，能满足消费者对酱油产品的市场需求。也有10.6%的消费者认为酱油产品同时需要按菜品、消费者的年龄、职业和收入做市场细分，针对不同消费群体的个性化需求，酱油生产企业可以分别推出不同的产品进行差异化的营销，应该会取得优于竞争对手的市场回报。

对于中小酱油生产企业，要想逐步成为中国酱油市场的强势品牌，需要在营销方面注意以下几点：学习和借鉴知名酱油品牌的成功经验；逐步在消费者心智资源中建立酱油生产专家的品牌形象；产品的品质和口味是酱油企业生存发展的根本；可以按菜品的不同把产品细分为红烧肉酱油、海鲜酱油、炖鱼酱油、做蔬菜酱油、凉拌酱油等品类；按消费者年龄的不同把产品细分为儿童酱油和老年人酱油等种类；按消费者职业的不同推出适合年轻白领需求的小容量、优质、价格较高的酱油产品；按收入的不同推出适合高收入人群的新概念、高端酱油产品等。通过对消费需求的进一步市场细分，分别做大不同的细分，领先竞争对手；多做250 ml、350 ml和500 ml的中小容量包装的酱油产品；根据不同细分市场消费群体的个性需求，产品的价格分别定位在4-10元这个价格区间最适合；克服酱油产品在质量、口味、色泽、包装和产品有沉淀五个方面的不足；中小酱油生产企业品牌和产品的重点宣传应放在各类产品的销售终端；在二、三类重点城市也可以适当投放一些电视广告。终端传播加适当的电视广告使自己酱油产品逐步从地方性品牌向区域性品牌，再向全国性品牌过渡，最终成为酱油市场的强势品牌。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家食品药品监督管理局、中国食品工业协会、中国烹饪协会、中国餐饮协会、中国消费者协会、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国酱油市场进行了分析研究。报告对国际

、国内酱油行业市场发展状况、行业细分市场发展现状、行业消费现状、企业竞争格局、行业营销策略以及行业发展趋势进行了深入的分析。报告在总结中国酱油行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国酱油行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为酱油企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对于行业研究规律、行业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据。

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 酱油行业发展概述

第一节 酱油的定义及分类

一、酱油的定义

二、酱油的分类

三、酱油的特性

第二节 酱油产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 酱油行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 我国酱油市场发展现状

第一节 我国酱油市场发展现状

一、酱油市场品牌发展现状

二、酱油市场消费市场现状

三、酱油市场消费层次分析

四、我国酱油市场走向分析

第二节 2006-2009年酱油业发展情况分析

一、2006年酱油市场发展情况分析

二、2007年酱油市场发展情况分析

三、2008年酱油市场发展情况分析

三、2009年酱油市场发展形势分析

第三节 2008-2009年酱油市场运行分析

一、2008-2009年酱油业产销存运行分析

二、2008-2009年酱油市场利润情况分析

三、2008-2009年酱油市场发展周期分析

四、2009-2012年酱油市场发展机遇分析

五、2009-2012年酱油市场利润增速预测

第三章 我国酱油市场发展研究

第一节 2008年我国酱油市场研究

一、2008年我国酱油产销情况

二、2008年我国酱油市场价格情况

三、2008年重点城市酱油市场发展情况

四、2008年我国酱油市场发展情况

第二节 2009年我国酱油业市场发展特点分析

一、2009年我国酱油市场格局特点

二、2009年我国酱油产品创新特点

三、2009年我国酱油市场服务特点

四、2009年我国酱油市场品牌特点

第四章 我国酱油市场调查分析

第一节 2008年我国酱油市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第二节 2009年我国酱油市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第五章 酱油行业经济运行分析

第一节 2008-2009年酱油产量分析

一、2008年酱油产量分析

二、2009年1-5月酱油产量分析

第二节 2008-2009年行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年焙烤食品行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月焙烤食品行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国酱油行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第六章 我国酱油行业进出口分析

第一节 我国酱油进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国酱油出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国酱油进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年酱油进口预测

四、2009年酱油出口预测

第七章 酱油区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第八章 中国酱油行业消费市场分析

第一节 中国酱油消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

第二节 酱油行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 酱油市场消费需求分析

一、酱油市场的消费需求变化

二、酱油行业的需求情况分析

三、2009年酱油品牌市场消费需求分析

第四节 酱油消费市场状况分析

一、酱油行业消费特点

二、酱油消费者分析

三、酱油消费结构分析

四、酱油消费的市场变化

五、酱油市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 酱油行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、酱油行业品牌忠诚度调查

六、酱油行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第九章 酱油行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国酱油行业竞争格局综述

一、2008年酱油行业集中度

二、2008年酱油行业竞争程度

三、2008年酱油企业与品牌数量

四、2008年酱油行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年酱油行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外酱油竞争分析

二、2008-2009年我国酱油市场竞争分析

三、2008-2009年我国酱油市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要酱油企业动向

五、2009年国内酱油拟在建项目分析

第十章 酱油企业竞争策略分析

第一节 酱油市场竞争策略分析

一、2009年酱油市场增长潜力分析

二、2009年酱油主要潜力品种分析

三、现有酱油产品竞争策略分析

四、潜力酱油品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 酱油企业竞争策略分析

一、金融危机对酱油行业竞争格局的影响

二、金融危机后酱油行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国酱油市场竞争趋势

四、2009-2012年酱油行业竞争格局展望

五、2009-2012年酱油行业竞争策略分析

六、2009-2012年酱油企业竞争策略分析

第十一章 主要酱油品牌竞争分析

第一节 海天

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 加加

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 李锦记

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 淘大

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 厨邦-岐江桥

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 金狮

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 珍极

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 珠江桥

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 味事达

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 太太乐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十二章 酱油行业发展趋势分析

第一节 我国酱油行业前景与机遇分析

一、我国酱油行业发展前景

二、我国酱油发展机遇分析

三、2009年酱油的发展机遇分析

四、金融危机对酱油行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国酱油市场趋势分析

一、2008-2009年酱油市场趋势总结

二、2009-2012年酱油发展趋势分析

三、2009-2012年酱油市场发展空间

四、2009-2012年酱油产业政策趋向

五、2009-2012年酱油技术革新趋势

六、2009-2012年酱油价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十三章 未来酱油行业发展预测

第一节 未来酱油需求与消费预测

一、2009-2012年酱油产品消费预测

二、2009-2012年酱油市场规模预测

三、2009-2012年酱油行业总产值预测

四、2009-2012年酱油行业销售收入预测

五、2009-2012年酱油行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国酱油行业供需预测

一、2008-2012年中国酱油供给预测

二、2009-2012年中国酱油产量预测

三、2009-2012年中国酱油需求预测

四、2009-2012年中国酱油供需平衡预测

五、2009-2012年中国酱油产品价格预测

六、2009-2012年主要酱油产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十四章 酱油行业投资现状分析

第一节 2008年酱油行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月酱油行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

第十五章 酱油行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年酱油行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内酱油技术现状

二、2009年酱油技术发展分析

三、2009-2012年酱油技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十六章 酱油行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 酱油行业投资效益分析

一、2008-2009年酱油行业投资状况分析

二、2009-2012年酱油行业投资效益分析

三、2009-2012年酱油行业投资趋势预测

四、2009-2012年酱油行业的投资方向

五、2009-2012年酱油行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响酱油行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响酱油行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响酱油行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响酱油行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国酱油行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国酱油行业发展面临的机遇分析

第五节 酱油行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年酱油行业市场风险及控制策略

- 二、2009-2012年酱油行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年酱油行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年酱油行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年酱油行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年酱油行业其他风险及控制策略

第十七章 酱油行业投资战略研究

第一节 酱油行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国酱油品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、酱油实施品牌战略的意义
- 三、酱油企业品牌的现状分析
- 四、我国酱油企业的品牌战略
- 五、酱油品牌战略管理的策略

第三节 酱油经营策略分析

- 一、酱油市场细分策略
- 二、酱油市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、酱油新产品差异化战略

第四节 酱油行业投资战略研究

- 一、2009年调味品行业投资战略
- 二、2009年酱油行业投资战略
- 三、2009-2012年酱油行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：酱油产业链分析

图表：国际酱油市场规模

图表：国际酱油生命周期

图表：2003-2008年中国酱油行业市场规模

图表：2002-2008年全球酱油产业市场规模

图表：2006-2008年酱油重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国酱油行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国酱油行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国酱油行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国酱油发展能力分析

图表：2008-2009年中国酱油竞争力分析

图表：2009-2012年中国酱油产能预测

图表：2009-2012年中国酱油消费量预测

图表：2009-2012年中国酱油市场前景预测

图表：2009-2012年中国酱油市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国酱油发展前景预测

图表：2008年1-12月酱油产量全国合计

图表：2008年1-12月酱油产量北京市合计

图表：2008年1-12月酱油产量天津市合计

图表：2008年1-12月酱油产量河北省合计

图表：2008年1-12月酱油产量山西省合计

图表：2008年1-12月酱油产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月酱油产量吉林省合计

图表：2008年1-12月酱油产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月酱油产量上海市合计

图表：2008年1-12月酱油产量江苏省合计

图表：2008年1-12月酱油产量浙江省合计

图表：2008年1-12月酱油产量安徽省合计

图表：2008年1-12月酱油产量福建省合计

图表：2008年1-12月酱油产量江西省合计

图表：2008年1-12月酱油产量山东省合计

图表：2008年1-12月酱油产量河南省合计

图表：2008年1-12月酱油产量湖北省合计

图表：2008年1-12月酱油产量湖南省合计

图表：2008年1-12月酱油产量广东省合计

图表：2008年1-12月酱油产量广西区合计

图表：2008年1-12月酱油产量海南省合计

图表：2008年1-12月酱油产量重庆市合计

图表：2008年1-12月酱油产量四川省合计

图表：2008年1-12月酱油产量贵州省合计

图表：2008年1-12月酱油产量云南省合计

图表：2008年1-12月酱油产量陕西省合计

图表：2008年1-12月酱油产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月酱油产量新疆区合计

图表：2008年1-12月酱油产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月酱油产量全国合计

图表：2009年1-5月酱油产量北京市合计

图表：2009年1-5月酱油产量天津市合计

图表：2009年1-5月酱油产量河北省合计

图表：2009年1-5月酱油产量山西省合计

图表：2009年1-5月酱油产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月酱油产量吉林省合计

图表：2009年1-5月酱油产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月酱油产量上海市合计

图表：2009年1-5月酱油产量江苏省合计

图表：2009年1-5月酱油产量浙江省合计

图表：2009年1-5月酱油产量安徽省合计

图表：2009年1-5月酱油产量福建省合计

图表：2009年1-5月酱油产量江西省合计

图表：2009年1-5月酱油产量山东省合计

图表：2009年1-5月酱油产量河南省合计

图表：2009年1-5月酱油产量湖北省合计

图表：2009年1-5月酱油产量湖南省合计

图表：2009年1-5月酱油产量广东省合计

图表：2009年1-5月酱油产量广西区合计

图表：2009年1-5月酱油产量海南省合计

图表：2009年1-5月酱油产量重庆市合计

图表：2009年1-5月酱油产量四川省合计

图表：2009年1-5月酱油产量贵州省合计

图表：2009年1-5月酱油产量云南省合计

图表：2009年1-5月酱油产量陕西省合计

图表：2009年1-5月酱油产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月酱油产量新疆区合计

图表：2009年1-5月酱油产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月调味品行业经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月调味品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月酱油进口数据

图表：2008年1季度酱油进口数据

图表：2008年1月酱油进口数据

图表：2008年2月酱油进口数据

图表：2008年3月酱油进口数据

图表：2008年2季度酱油进口数据

图表：2008年4月酱油进口数据

图表：2008年5月酱油进口数据

图表：2008年6月酱油进口数据

图表：2008年3季度酱油进口数据

图表：2008年7月酱油进口数据

图表：2008年8月酱油进口数据

图表：2008年9月酱油进口数据

图表：2008年4季度酱油进口数据

图表：2008年10月酱油进口数据

图表：2008年11月酱油进口数据

图表：2008年12月酱油进口数据

图表：2008年1-12月酱油出口数据

图表：2008年1季度酱油出口数据

图表：2008年1月酱油出口数据

图表：2008年2月酱油出口数据

图表：2008年3月酱油出口数据

图表：2008年2季度酱油出口数据

图表：2008年4月酱油出口数据

图表：2008年5月酱油出口数据

图表：2008年6月酱油出口数据

图表：2008年3季度酱油出口数据

图表：2008年7月酱油出口数据

图表：2008年8月酱油出口数据

图表：2008年9月酱油出口数据

图表：2008年4季度酱油出口数据

图表：2008年10月酱油出口数据

图表：2008年11月酱油出口数据

图表：2008年12月酱油出口数据

图表：2009年1-5月酱油进口数据

图表：2009年1季度酱油进口数据

图表：2009年1月酱油进口数据

图表：2009年2月酱油进口数据

图表：2009年3月酱油进口数据

图表：2009年2季度酱油进口数据

图表：2009年4月酱油进口数据

图表：2009年5月酱油进口数据

图表：2009年1-5月酱油出口数据

图表：2009年1季度酱油出口数据

图表：2009年1月酱油出口数据

图表：2009年2月酱油出口数据

图表：2009年3月酱油出口数据

图表：2009年2季度酱油出口数据

图表：2009年4月酱油出口数据

图表：2009年5月酱油出口数据

图表：酱油市场调查对象情况分析

图表：酱油消费者消费习惯调查

图表：消费者对酱油产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：酱油消费者品牌状况调查分析

图表：2008-2009年中国消费者酱油品牌构成

图表：酱油消费者性别比例

图表：酱油消费者年龄分布

图表：酱油消费者购买频率分析

图表：酱油消费者购买酱油的规格

图表：酱油消费者购买酱油消费金额

图表：消费者酱油关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayinshiyanjiu/6062960629.html>