

# 2009-2012年鸡精行业竞争格局与投资战略研究咨 询报告

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年鸡精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/qitayinshiyanju/6063160631.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

在发达国家例如欧美地区鸡精与味精的使用比例为90：10，中国香港地区的比例大约是85：15，即使是在人口不超过6000万的非洲国家纳米比亚地区，其鸡精的销量为8000吨。鸡精行业在中国风行还是最近几年的事情，它的诞生伴随着消费者生活水平的提高，健康饮食习惯的形成。消费者在追求的吃饱、吃好的同时要求菜肴更有鲜味、更有营养、更加健康。随着粤厨、粤菜在神州大地的流行，鸡精逐步成为一个巨大的产业发展起来。在众多的调味品中，消费者选择了鸡精，是因为鸡精有以下特性：原料上来说他是鸡肉与鸡蛋复合产生，既有鸡的鲜味又有鸡的香味；其化学成分上将是核苷酸与谷氨酸钠复合，鲜度相乘，实现增鲜调味二合一；鲜度与味精相比是味精的1.5-2倍，是营养成分更高的健康食品，这些优点使得鸡精取代味精只是时间上的问题。根据上海太太乐提供的数据，鸡精在上海、沿海地区超市鸡精与味精的销量对比显示，其销量已经与味精不相上下。鸡精行业在短短的几年时间里，便涌现了一大批优秀的企业。在这些企业中，企业的年平均增长率大部分都超过了50%。

在区域市场上，太太乐凭借鸡精市场的第一品牌，迅速占据了华东、华北、东北、西北的市场并具有主导地位；在华中地区则是百家争鸣，有太太乐，百佳味、王牌、南家春等；在西南市场有是豪吉占有主导地位，其他品牌有金宫、太太乐、百信、顶益等；华南由家乐唱主角。在川内市场鸡精的品牌有二百家以上，而本地市场多以作坊模式的居多。真正形成品牌、并且有一定占有率的不过十家左右。目前川内市场豪吉、金宫（百信）、的市场销售网络相对完善。尤其是豪吉，建立起了相对扁平的通路终端，以酒店供应和家庭消费两条渠道为主要渠道，致力于渠道扁平化建设。在各大商场超市、大小干杂店、农贸市场产品的出样率良好，市场价格稳定。其分销深度已经渗透到周边二、三级市场，渠道的宽度与深度都已经健全。江苏以及华东其他地区，鸡精正在成为日益重要的调味品，主要原因来自于太太乐的市场引导。太太乐在渠道建设方面的模式和豪吉鸡精大体相似。但是，在渠道的深度和市场占有率方面，太太乐已经在缺乏竞争的市场建立了强大的品牌忠诚。

随着生活水平的提高，消费者在吃好的基础上开始追求菜肴的更加鲜美，更富有营养。鸡精以其增鲜，增香不串味，迅速赢得消费者的喜爱。在经济发达的沿海城市，使用鸡精的消费者越来越多。探究城市里的鸡精能够迅速普及有一个重要的原因，发现与餐饮行业的推广有密切的关系。与此同时，由于消费者长期使用味精调味，再加上第二代味精也具有99%的增鲜功能，仍然有很多的消费者习惯用味精。尤其在比较落后的地方，还不知道鸡精是什么的消费者比比皆是。看来鸡精完全取代味精还有一定的时间，需要消费者对鸡精的了解，需要更多的鸡精企业参与到市场终端的竞争中去，因此鸡精企业任重道远。虽然鸡精行业从整体上讲，还处于一种市场的导入阶段。然而鸡精企业的发展很迅猛。纵观全国市场，根据市场占有率来看，分别是太太乐、豪吉、家乐位于前三位。其余品牌则是在各自的企业周边建设渠道，图谋发展。经过《中国鸡精行业标准》五年的实施，国内鸡精已大大趋于有序竞争

状态，以太太乐品牌为代表的优质达标鸡精，正在以自己的独特方式渗入并提升消费者的生活“口味”与“品味”，最终为良性循环的鸡精行业市场奠定良好基础。

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、多角度地对中国鸡精市场进行了分析研究。报告对国际、国内鸡精行业市场发展状况、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。报告在总结中国鸡精行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国鸡精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，为鸡精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 鸡精行业发展概述

###### 第一节 鸡精的定义及分类

###### 一、鸡精的定义

###### 二、鸡精的分类

###### 三、鸡精的特性

###### 第二节 鸡精产业链分析

###### 一、市场特点

###### 二、行业经济特性

###### 三、产业链结构分析

###### 第三节 鸡精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 我国鸡精市场发展现状

##### 第一节 我国鸡精市场发展现状

###### 一、鸡精市场品牌发展现状

###### 二、鸡精市场消费市场现状

###### 三、鸡精市场消费层次分析

###### 四、我国鸡精市场走向分析

##### 第二节 2006-2009年鸡精业发展情况分析

一、2006年鸡精市场发展情况分析

二、2007年鸡精市场发展情况分析

三、2008年鸡精市场发展情况分析

三、2009年鸡精市场发展形势分析

第三节 2008-2009年鸡精市场运行分析

一、2008-2009年鸡精业产销存运行分析

二、2008-2009年鸡精市场利润情况分析

三、2008-2009年鸡精市场发展周期分析

四、2009-2012年鸡精市场发展机遇分析

五、2009-2012年鸡精市场利润增速预测

第三章 我国鸡精市场发展研究

第一节 2008年我国鸡精市场研究

一、2008年我国鸡精产销情况

二、2008年我国鸡精市场价格情况

三、2008年重点城市鸡精市场发展情况

四、2008年我国鸡精市场发展情况

第二节 2009年我国鸡精业市场发展特点分析

一、2009年我国鸡精市场格局特点

二、2009年我国鸡精产品创新特点

三、2009年我国鸡精市场服务特点

四、2009年我国鸡精市场品牌特点

第四章 我国鸡精市场调查分析

第一节 2008年我国鸡精市场调查分析

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年我国鸡精市场调查分析

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 鸡精行业经济运行分析

第一节 2008-2009年鸡精产量分析

一、2008年鸡精产量分析

二、2009年1-5月鸡精产量分析

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年我国鸡精行业绩效分析

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 我国鸡精行业进出口分析

第一节 我国鸡精进口分析

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 我国鸡精出口分析

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 我国鸡精进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年鸡精进口预测

四、2009年鸡精出口预测

第七章 鸡精区域市场情况分析

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 中国鸡精行业消费市场分析

#### 第一节 中国鸡精消费者收入分析

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 鸡精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 鸡精市场消费需求分析

一、鸡精市场的消费需求变化

二、鸡精行业的需求情况分析

三、2009年鸡精品牌市场消费需求分析

#### 第四节 鸡精消费市场状况分析

一、鸡精行业消费特点

二、鸡精消费者分析

三、鸡精消费结构分析

四、鸡精消费的市场变化

五、鸡精市场的消费方向

#### 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 鸡精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、鸡精行业品牌忠诚度调查
- 六、鸡精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 鸡精行业竞争格局分析

#### 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 中国鸡精行业竞争格局综述

- 一、2008年鸡精行业集中度
- 二、2008年鸡精行业竞争程度
- 三、2008年鸡精企业与品牌数量
- 四、2008年鸡精行业竞争格局分析

#### 第四节 2008-2009年鸡精行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外鸡精竞争分析
- 二、2008-2009年我国鸡精市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国鸡精市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要鸡精企业动向
- 五、2009年国内鸡精拟在建项目分析

### 第十章 鸡精企业竞争策略分析

#### 第一节 鸡精市场竞争策略分析

- 一、2009年鸡精市场增长潜力分析

## 二、2009年鸡精主要潜力品种分析

### 三、现有鸡精产品竞争策略分析

### 四、潜力鸡精品种竞争策略选择

### 五、典型企业产品竞争策略分析

## 第二节 鸡精企业竞争策略分析

### 一、金融危机对鸡精行业竞争格局的影响

### 二、金融危机后鸡精行业竞争格局的变化

### 三、2009-2012年我国鸡精市场竞争趋势

### 四、2009-2012年鸡精行业竞争格局展望

### 五、2009-2012年鸡精行业竞争策略分析

### 六、2009-2012年鸡精企业竞争策略分析

## 第十一章 主要鸡精品牌竞争分析

### 第一节 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

### 第二节 豪吉

#### 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 家乐

#### 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

### 第四节 白兰氏

#### 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 史云生

#### 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 太桥-亚太味业

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 冰花-成福

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 佳隆

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 百味佳

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 美极鲜

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 鸡精行业发展趋势分析

第一节 我国鸡精行业前景与机遇分析

一、我国鸡精行业发展前景

二、我国鸡精发展机遇分析

三、2009年鸡精的发展机遇分析

四、金融危机对鸡精行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国鸡精市场趋势分析

- 一、2008-2009年鸡精市场趋势总结
- 二、2009-2012年鸡精发展趋势分析
- 三、2009-2012年鸡精市场发展空间
- 四、2009-2012年鸡精产业政策趋向
- 五、2009-2012年鸡精技术革新趋势
- 六、2009-2012年鸡精价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

### 第十三章 未来鸡精行业发展预测

#### 第一节 未来鸡精需求与消费预测

- 一、2009-2012年鸡精产品消费预测
- 二、2009-2012年鸡精市场规模预测
- 三、2009-2012年鸡精行业总产值预测
- 四、2009-2012年鸡精行业销售收入预测
- 五、2009-2012年鸡精行业总资产预测

#### 第二节 2009-2012年中国鸡精行业供需预测

- 一、2008-2012年中国鸡精供给预测
- 二、2009-2012年中国鸡精产量预测
- 三、2009-2012年中国鸡精需求预测
- 四、2009-2012年中国鸡精供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国鸡精产品价格预测
- 六、2009-2012年主要鸡精产品进出口预测

### 第四部分 投资战略研究

#### 第十四章 鸡精行业投资现状分析

##### 第一节 2008年鸡精行业投资情况分析

- 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月鸡精行业投资情况分析

- 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 鸡精行业投资环境分析

## 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年鸡精行业政策环境分析

### 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、国内鸡精技术现状

### 二、2009年鸡精技术发展分析

### 三、2009-2012年鸡精技术发展趋势分析

## 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 鸡精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 鸡精行业投资效益分析

### 一、2008-2009年鸡精行业投资状况分析

### 二、2009-2012年鸡精行业投资效益分析

### 三、2009-2012年鸡精行业投资趋势预测

### 四、2009-2012年鸡精行业的投资方向

### 五、2009-2012年鸡精行业投资的建议

### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

## 第四节 影响鸡精行业发展的主要因素

### 一、2009-2012年影响鸡精行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响鸡精行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响鸡精行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国鸡精行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国鸡精行业发展面临的机遇分析

第五节 鸡精行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年鸡精行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年鸡精行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年鸡精行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年鸡精行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年鸡精行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年鸡精行业其他风险及控制策略

第十七章 鸡精行业投资战略研究

第一节 鸡精行业发展战略研究

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 对我国鸡精品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、鸡精实施品牌战略的意义

三、鸡精企业品牌的现状分析

四、我国鸡精企业的品牌战略

五、鸡精品牌战略管理的策略

第三节 鸡精经营策略分析

一、鸡精市场细分策略

二、鸡精市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、鸡精新产品差异化战略

第四节 鸡精行业投资战略研究

一、2009年调味品行业投资战略

二、2009年鸡精行业投资战略

三、2009-2012年鸡精行业投资战略

#### 四、2009-2012年细分行业投资战略

##### 图表目录

图表：鸡精产业链分析

图表：国际鸡精市场规模

图表：国际鸡精生命周期

图表：2003-2008年中国鸡精行业市场规模

图表：2002-2008年全球鸡精产业市场规模

图表：2006-2008年鸡精重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国鸡精行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国鸡精行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国鸡精行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国鸡精发展能力分析

图表：2008-2009年中国鸡精竞争力分析

图表：2009-2012年中国鸡精产能预测

图表：2009-2012年中国鸡精消费量预测

图表：2009-2012年中国鸡精市场前景预测

图表：2009-2012年中国鸡精市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国鸡精发展前景预测

图表：2008年1-12月鸡精产量全国合计

图表：2008年1-12月鸡精产量北京市合计

图表：2008年1-12月鸡精产量天津市合计

图表：2008年1-12月鸡精产量河北省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量山西省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量吉林省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月鸡精产量上海市合计

图表：2008年1-12月鸡精产量江苏省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量浙江省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量安徽省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量福建省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量江西省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量山东省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量河南省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量湖北省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量湖南省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量广东省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量广西区合计

图表：2008年1-12月鸡精产量海南省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量重庆市合计

图表：2008年1-12月鸡精产量四川省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量贵州省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量云南省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量陕西省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月鸡精产量新疆区合计

图表：2008年1-12月鸡精产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月鸡精产量全国合计

图表：2009年1-5月鸡精产量北京市合计

图表：2009年1-5月鸡精产量天津市合计

图表：2009年1-5月鸡精产量河北省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量山西省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量吉林省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月鸡精产量上海市合计

图表：2009年1-5月鸡精产量江苏省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量浙江省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量安徽省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量福建省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量江西省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量山东省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量河南省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量湖北省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量湖南省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量广东省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量广西区合计

图表：2009年1-5月鸡精产量海南省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量重庆市合计

图表：2009年1-5月鸡精产量四川省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量贵州省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量云南省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量陕西省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月鸡精产量新疆区合计

图表：2009年1-5月鸡精产量内蒙古合计

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月鸡精进口数据

图表：2008年1季度鸡精进口数据

- 图表：2008年1月鸡精进口数据
- 图表：2008年2月鸡精进口数据
- 图表：2008年3月鸡精进口数据
- 图表：2008年2季度鸡精进口数据
- 图表：2008年4月鸡精进口数据
- 图表：2008年5月鸡精进口数据
- 图表：2008年6月鸡精进口数据
- 图表：2008年3季度鸡精进口数据
- 图表：2008年7月鸡精进口数据
- 图表：2008年8月鸡精进口数据
- 图表：2008年9月鸡精进口数据
- 图表：2008年4季度鸡精进口数据
- 图表：2008年10月鸡精进口数据
- 图表：2008年11月鸡精进口数据
- 图表：2008年12月鸡精进口数据
- 图表：2008年1-12月鸡精出口数据
- 图表：2008年1季度鸡精出口数据
- 图表：2008年1月鸡精出口数据
- 图表：2008年2月鸡精出口数据
- 图表：2008年3月鸡精出口数据
- 图表：2008年2季度鸡精出口数据
- 图表：2008年4月鸡精出口数据
- 图表：2008年5月鸡精出口数据
- 图表：2008年6月鸡精出口数据
- 图表：2008年3季度鸡精出口数据
- 图表：2008年7月鸡精出口数据
- 图表：2008年8月鸡精出口数据
- 图表：2008年9月鸡精出口数据
- 图表：2008年4季度鸡精出口数据
- 图表：2008年10月鸡精出口数据
- 图表：2008年11月鸡精出口数据
- 图表：2008年12月鸡精出口数据
- 图表：2009年1-5月鸡精进口数据
- 图表：2009年1季度鸡精进口数据
- 图表：2009年1月鸡精进口数据

- 图表：2009年2月鸡精进口数据
- 图表：2009年3月鸡精进口数据
- 图表：2009年2季度鸡精进口数据
- 图表：2009年4月鸡精进口数据
- 图表：2009年5月鸡精进口数据
- 图表：2009年1-5月鸡精出口数据
- 图表：2009年1季度鸡精出口数据
- 图表：2009年1月鸡精出口数据
- 图表：2009年2月鸡精出口数据
- 图表：2009年3月鸡精出口数据
- 图表：2009年2季度鸡精出口数据
- 图表：2009年4月鸡精出口数据
- 图表：2009年5月鸡精出口数据
- 图表：鸡精市场调查对象情况分析
- 图表：鸡精消费者消费习惯调查
- 图表：消费者对鸡精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：鸡精消费者品牌状况调查分析
- 图表：2008-2009年中国消费者鸡精品牌构成
- 图表：鸡精消费者性别比例
- 图表：鸡精消费者年龄分布
- 图表：鸡精消费者购买频率分析
- 图表：鸡精消费者购买鸡精的规格
- 图表：鸡精消费者购买鸡精消费金额
- 图表：消费者鸡精关注度调查分析
- 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/qitayinshiyanju/6063160631.html>