

2009-2012年味精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年味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/6102361023.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

在我国，资源消耗高、浪费大、环境污染严重等问题依然存在，随着经济的快速增长和人口的不断增加，淡水、土地、能源、矿产等资源不足的矛盾更加突出，环保压力日益显著。事实上，对于国内目前的味精行业，如果还是采用老生产工艺，环保达标的难度非常高；而采用新生产工艺，基本上需要推倒原来的厂房，重新建设，这将是一个两难的选择。由于国内味精行业生产壁垒不大，壁垒主要还在品牌及渠道方面。部分小企业不治理污染，生产成本相对较低，但是如果国家严格执行环保标准，国内接近50%左右的味精产能将被迫关闭。可以预期的是，随着环保压力凸现，大力发展循环经济将成为国内味精行业未来发展的主要途径。在环保监管愈发严格的社会压力之下，国内调味品行业中无疑将面临新一轮的“大洗牌”。而那些率先大力发展环保产业和循环经济的调味品生产企业将会脱颖而出，成为国内调味品行业新的领航者。因此，在国内调味品行业面临严峻的环保压力考验之下，作为具有明显的规模和技术优势龙头企业——莲花味精将迎来新一轮发展机遇。凭借在环保和循环经济中的优势，莲花味精有望脱颖而出，进一步确立其在行业内的领先地位。

香港和日本人均年消费味精都超过1000克，我国内地仅为500克。目前在家庭消费市场上，国外的鸡精对味精取代率超过60%，而中国的取代率不到10%。未来五年，国内市场鸡精对味精取代率也不会超过30%。鸡精市场虽然有较大的市场潜力，但味精产品的市场份额在今后很长的时期内会一直大于鸡精产品，味精企业还远没有到盲目悲观的地步。不断升级味精产品，提炼全新的产品概念，进行精准的品牌传播是味精生产厂家未来的营销方向。2009年调查结果显示，在消费者最喜欢吃的味精品牌中莲花和红梅排在前两位，而且比率非常接近，分别占38.4%和36.5%，远远高于其它味精品牌的选择比率。可以说莲花、红梅双双领跑北京味精市场。排在消费者最喜欢吃的味精品牌第三位的是太太乐，占被调查对象选择比率的15.4%。往下依次是梅花味精占6.7%，菱花、豪吉和其它味精品牌消费者的提名率分别仅有1.0%。太太乐不仅占据北京鸡精市场的第一位，在味精消费者最经常吃的品牌中也进了前三甲。

消费者购买味精产品与购买鸡精产品一样，首先考虑的因素也是品牌排第一位，其次是产品质量。品牌占消费者考虑因素的41.2%，质量占31.9%。随后才是价格占14.9%，鲜度占14.8%，卫生占14.10%，购买方便占6.2%以及其它因素占1.0%。从该项消费者调查结果可以看出，品牌知名度高，产品质量好，价格合适和产品味鲜的味精产品代表消费者对味精产品的需求方向。味精生产企业要做大味精市场，做强味精品牌，以上四个方面是最优先考虑的因素。消费者认为味精相对于鸡精的主要优点是口感好，味精是粮食制造的，口味纯正。因此有51.7%的消费者认为味精比鸡精的口感更好；认为味精比鸡精更适合拌凉菜，更适合炒菜的消费者比率也占到18.3%。味精相对于鸡精的优点还有价格便宜占10.0%，符合传统的消费习惯占6.7%，粮食制造占5.0%，其它优点占8.3%。可见在消费者心中味精产品有许多鸡精产品不可能取代的优点。在被问及味精产品是否会被鸡精产品取代时，回答不会和肯

定不会的消费者分别占21.4%和6.8%，两项合计28.2%；而回答会和肯定会分别为18.4%和4.9%，两项合计23.3%，低于前面持否定观点的消费者比率。回答可能会的消费者占48.5%，意思是可能会也可能不会，属于中性的答案。通过综合分析可以得出这样一个客观的结论，味精产品并不会被鸡精产品取代。在我国鸡精对味精取代率不到10%。未来五年，国内市场鸡精对味精取代率也不会超过30%。味精将在今后相当长的时期占据半壁以上的市场份额，未来五年内味精市场不会被鸡精超越。在更远的将来谁能保证消费者是更青睐于鸡精产品还是更青睐于味精产品，一切可能都要取决于谁的市场营销更为成功。

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

第一节 味精的定义及分类

一、味精的定义

二、味精的分类

三、味精的特性

第二节 味精产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 味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 我国味精市场发展现状

第一节 我国味精市场发展现状

- 一、味精市场品牌发展现状
- 二、味精市场消费市场现状
- 三、味精市场消费层次分析
- 四、我国味精市场走向分析
- 第二节 2006-2009年味精业发展情况分析
 - 一、2006年味精市场发展情况分析
 - 二、2007年味精市场发展情况分析
 - 三、2008年味精市场发展情况分析
 - 三、2009年味精市场发展形势分析
- 第三节 2008-2009年味精市场运行分析
 - 一、2008-2009年味精业产销存运行分析
 - 二、2008-2009年味精市场利润情况分析
 - 三、2008-2009年味精市场发展周期分析
 - 四、2009-2012年味精市场发展机遇分析
 - 五、2009-2012年味精市场利润增速预测
- 第三章 我国味精市场发展研究
 - 第一节 2008年我国味精市场研究
 - 一、2008年我国味精产销情况
 - 二、2008年我国味精市场价格情况
 - 三、2008年重点城市味精市场发展情况
 - 四、2008年我国味精市场发展情况
 - 第二节 2009年我国味精业市场发展特点分析
 - 一、2009年我国味精市场格局特点
 - 二、2009年我国味精产品创新特点
 - 三、2009年我国味精市场服务特点
 - 四、2009年我国味精市场品牌特点
- 第四章 我国味精市场调查分析
 - 第一节 2008年我国味精市场调查分析
 - 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年我国味精市场调查分析

- 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 味精行业经济运行分析

第一节 2008-2009年味精产量分析

- 一、2008年味精产量分析
- 二、2009年1-5月味精产量分析

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年我国味精行业绩效分析

- 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 我国味精行业进出口分析

第一节 我国味精进口分析

- 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 我国味精出口分析

- 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 我国味精进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年味精进口预测

四、2009年味精出口预测

第七章 味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 中国味精行业消费市场分析

第一节 中国味精消费者收入分析

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 味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 味精市场消费需求分析

一、味精市场的消费需求变化

二、味精行业的需求情况分析

三、2009年味精品牌市场消费需求分析

第四节 味精消费市场状况分析

一、味精行业消费特点

二、味精消费者分析

三、味精消费结构分析

四、味精消费的市场变化

五、味精市场的消费方向

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 味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、味精行业品牌忠诚度调查
- 六、味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 味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 中国味精行业竞争格局综述

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

第四节 2008-2009年味精行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外味精竞争分析
- 二、2008-2009年我国味精市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国味精市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要味精企业动向

五、2009年国内味精拟在建项目分析

第十章 味精企业竞争策略分析

第一节 味精市场竞争策略分析

一、2009年味精市场增长潜力分析

二、2009年味精主要潜力品种分析

三、现有味精产品竞争策略分析

四、潜力味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 味精企业竞争策略分析

一、金融危机对味精行业竞争格局的影响

二、金融危机后味精行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国味精市场竞争趋势

四、2009-2012年味精行业竞争格局展望

五、2009-2012年味精行业竞争策略分析

六、2009-2012年味精企业竞争策略分析

第十一章 主要味精品牌竞争分析

第一节 莲花

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 梅花

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 菱花

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 红梅

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 双桥

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 国泰

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 大桥-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

第八节 骏马-齐鲁

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 菊花

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 信乐

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 味精行业发展趋势分析

第一节 我国味精行业前景与机遇分析

- 一、我国味精行业发展前景
- 二、我国味精发展机遇分析
- 三、2009年味精的发展机遇分析
- 四、金融危机对味精行业的影响分析
- 第二节 2009-2012年中国味精市场趋势分析
 - 一、2008-2009年味精市场趋势总结
 - 二、2009-2012年味精发展趋势分析
 - 三、2009-2012年味精市场发展空间
 - 四、2009-2012年味精产业政策趋向
 - 五、2009-2012年味精技术革新趋势
 - 六、2009-2012年味精价格走势分析
 - 七、2009-2012年国际环境对行业的影响
- 第十三章 未来味精行业发展预测
 - 第一节 未来味精需求与消费预测
 - 一、2009-2012年味精产品消费预测
 - 二、2009-2012年味精市场规模预测
 - 三、2009-2012年味精行业总产值预测
 - 四、2009-2012年味精行业销售收入预测
 - 五、2009-2012年味精行业总资产预测
 - 第二节 2009-2012年中国味精行业供需预测
 - 一、2008-2012年中国味精供给预测
 - 二、2009-2012年中国味精产量预测
 - 三、2009-2012年中国味精需求预测
 - 四、2009-2012年中国味精供需平衡预测
 - 五、2009-2012年中国味精产品价格预测
 - 六、2009-2012年主要味精产品进出口预测
- 第四部分 投资战略研究
 - 第十四章 味精行业投资现状分析
 - 第一节 2008年味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月味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 味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年味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、国内味精技术现状
- 二、2009年味精技术发展分析
- 三、2009-2012年味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 味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 味精行业投资效益分析

- 一、2008-2009年味精行业投资状况分析
- 二、2009-2012年味精行业投资效益分析
- 三、2009-2012年味精行业投资趋势预测

四、2009-2012年味精行业的投资方向

五、2009-2012年味精行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响味精行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响味精行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响味精行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响味精行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国味精行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国味精行业发展面临的机遇分析

第五节 味精行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年味精行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年味精行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年味精行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年味精行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年味精行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年味精行业其他风险及控制策略

第十七章 味精行业投资战略研究

第一节 味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 对我国味精品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、味精实施品牌战略的意义

三、味精企业品牌的现状分析

四、我国味精企业的品牌战略

五、味精品牌战略管理的策略

第三节 味精经营策略分析

一、味精市场细分策略

二、味精市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、味精新产品差异化战略

第四节 味精行业投资战略研究

一、2009年调味品行业投资战略

二、2009年味精行业投资战略

三、2009-2012年味精行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：味精产业链分析

图表：国际味精市场规模

图表：国际味精生命周期

图表：2003-2008年中国味精行业市场规模

图表：2002-2008年全球味精产业市场规模

图表：2006-2008年味精重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国味精行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国味精行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国味精行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国味精发展能力分析

图表：2008-2009年中国味精竞争力分析

图表：2009-2012年中国味精产能预测

图表：2009-2012年中国味精消费量预测

图表：2009-2012年中国味精市场前景预测

图表：2009-2012年中国味精市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国味精发展前景预测

图表：2008年1-12月味精产量全国合计

图表：2008年1-12月味精产量北京市合计

图表：2008年1-12月味精产量天津市合计

图表：2008年1-12月味精产量河北省合计

图表：2008年1-12月味精产量山西省合计

图表：2008年1-12月味精产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月味精产量吉林省合计

图表：2008年1-12月味精产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月味精产量上海市合计

图表：2008年1-12月味精产量江苏省合计

图表：2008年1-12月味精产量浙江省合计

图表：2008年1-12月味精产量安徽省合计

图表：2008年1-12月味精产量福建省合计

图表：2008年1-12月味精产量江西省合计

图表：2008年1-12月味精产量山东省合计

图表：2008年1-12月味精产量河南省合计

图表：2008年1-12月味精产量湖北省合计

图表：2008年1-12月味精产量湖南省合计

图表：2008年1-12月味精产量广东省合计

图表：2008年1-12月味精产量广西区合计

图表：2008年1-12月味精产量海南省合计

图表：2008年1-12月味精产量重庆市合计

图表：2008年1-12月味精产量四川省合计

图表：2008年1-12月味精产量贵州省合计

图表：2008年1-12月味精产量云南省合计

图表：2008年1-12月味精产量陕西省合计

图表：2008年1-12月味精产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月味精产量新疆区合计

图表：2008年1-12月味精产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月味精产量全国合计

图表：2009年1-5月味精产量北京市合计

图表：2009年1-5月味精产量天津市合计

图表：2009年1-5月味精产量河北省合计

图表：2009年1-5月味精产量山西省合计

图表：2009年1-5月味精产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月味精产量吉林省合计

图表：2009年1-5月味精产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月味精产量上海市合计

图表：2009年1-5月味精产量江苏省合计

图表：2009年1-5月味精产量浙江省合计

图表：2009年1-5月味精产量安徽省合计

图表：2009年1-5月味精产量福建省合计

图表：2009年1-5月味精产量江西省合计

图表：2009年1-5月味精产量山东省合计

图表：2009年1-5月味精产量河南省合计

图表：2009年1-5月味精产量湖北省合计

图表：2009年1-5月味精产量湖南省合计

图表：2009年1-5月味精产量广东省合计

图表：2009年1-5月味精产量广西区合计

图表：2009年1-5月味精产量海南省合计

图表：2009年1-5月味精产量重庆市合计

图表：2009年1-5月味精产量四川省合计

图表：2009年1-5月味精产量贵州省合计

图表：2009年1-5月味精产量云南省合计

图表：2009年1-5月味精产量陕西省合计

图表：2009年1-5月味精产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月味精产量新疆区合计

图表：2009年1-5月味精产量内蒙古合计

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月味精进口数据

图表：2008年1季度味精进口数据

图表：2008年1月味精进口数据

图表：2008年2月味精进口数据

图表：2008年3月味精进口数据

图表：2008年2季度味精进口数据

图表：2008年4月味精进口数据

图表：2008年5月味精进口数据

图表：2008年6月味精进口数据

图表：2008年3季度味精进口数据

图表：2008年7月味精进口数据

图表：2008年8月味精进口数据

图表：2008年9月味精进口数据

图表：2008年4季度味精进口数据

图表：2008年10月味精进口数据

图表：2008年11月味精进口数据

图表：2008年12月味精进口数据

图表：2008年1-12月味精出口数据

图表：2008年1季度味精出口数据

图表：2008年1月味精出口数据

图表：2008年2月味精出口数据

图表：2008年3月味精出口数据

图表：2008年2季度味精出口数据

图表：2008年4月味精出口数据

图表：2008年5月味精出口数据

图表：2008年6月味精出口数据

图表：2008年3季度味精出口数据

图表：2008年7月味精出口数据

图表：2008年8月味精出口数据

图表：2008年9月味精出口数据

图表：2008年4季度味精出口数据

图表：2008年10月味精出口数据

- 图表：2008年11月味精出口数据
- 图表：2008年12月味精出口数据
- 图表：2009年1-5月味精进口数据
- 图表：2009年1季度味精进口数据
- 图表：2009年1月味精进口数据
- 图表：2009年2月味精进口数据
- 图表：2009年3月味精进口数据
- 图表：2009年2季度味精进口数据
- 图表：2009年4月味精进口数据
- 图表：2009年5月味精进口数据
- 图表：2009年1-5月味精出口数据
- 图表：2009年1季度味精出口数据
- 图表：2009年1月味精出口数据
- 图表：2009年2月味精出口数据
- 图表：2009年3月味精出口数据
- 图表：2009年2季度味精出口数据
- 图表：2009年4月味精出口数据
- 图表：2009年5月味精出口数据
- 图表：味精市场调查对象情况分析
- 图表：味精消费者消费习惯调查
- 图表：消费者对味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：味精消费者品牌状况调查分析
- 图表：2008-2009年中国消费者味精品牌构成
- 图表：味精消费者性别比例
- 图表：味精消费者年龄分布
- 图表：味精消费者购买频率分析
- 图表：味精消费者购买味精的规格
- 图表：味精消费者购买味精消费金额
- 图表：消费者味精关注度调查分析
- 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/6102361023.html>