

2009-2012年调味品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年调味品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/5918859188.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

2008年到现在调味品行业一直保持了较快的增长和发展，从目前监测的数据来看，2008年，有95%的企业业绩是有增长的，只有5%的企业有下降。从分行业来说，酱油行业增长区间在3-30%之间，说明市场仍有大的发展空间，企业之间的增长比例在拉大；食醋行业平均增长率在10-20%之间，有个别企业达到了70-80%；另外，各种花色酱的增长也比较快，在30-40%之间。虽然目前高档餐饮业消费下降，对中国的调味品工业发展产生了一些影响，但只是比例上有所变化，此消彼涨，中国调味品业总体上发展势头比较强劲。2008年世界性的金融危机以来，中国的经济没有独善其身，受到了一定的影响；但中国经济与世界经济有所不同，调味品行业做到了独树一帜。危机对调味品行业的影响是最小的。从调味品的分布来看，餐饮业占40%的比例，家庭、厨房各30%，现在根据各方面反馈情况来看，高档餐饮业受的影响比较多，但是从烹饪协会统计来看，他们2008年的增长率还是达到了20%，增长的幅度有所降低，但还是增长的。高档餐饮业里面必然用的是高档的调味品，这个比例下降了会使这个销量下降；但经济危机下，家庭和厨房的使用比例会上升，调味品的总量不会下降，这也是造成酱油行业增长有的幅度比较大、有的比较小的原因。

“小商品，大市场”，调味品业正成为食品行业中增幅最快的门类。据资料显示，2003年市场销售在380亿元水平，2004年590亿元，2005年880亿元，2006年销售额冲破1000亿元后，到2009年已经达到1500亿元的容量。如果金融海啸令消费者减少了10%外出吃饭的机会，那么家用调味品业务提升的10%市场，单单新增市场就将达到150亿元，巨大的市场潜能刺激内外资调味品巨头开始新一轮产能竞赛。日前，全球最大的调味食品企业佛山海天味业称，将投资20亿元扩建佛山高明生产基地二期工程，建成后综合产能300万吨，成为世界最大的调味品生产王国。而两个月前，国际食品巨头雀巢与上海太太乐刚投资3亿余元，在上海新建一个年产量达10万吨的鸡精生产工厂，令上海太太乐成为目前世界最大的鸡精生产基地。按国际上对调味品市场计算公式，2009年中国餐饮营业额大约在1.5万亿，其中10%也就是1500亿元为调味品销售额。中国调味品业现在还处在混战时代，但是随着行业加速整合，这个局面很快结束。未来5年，中国调味品业将由近10个巨头把持。2008年海天企业产值50亿元，海天在调味品业上的一股独大地位，短期内看不到太大的竞争对手。海天2009年销售将达到60亿元，行业排位第二至第五名四位竞争对手合并销售额也比不上海天一家多，近年来海天市场销售一直以20%的年增长速度上升，说明海天的内销市场并未因近期的消费紧缩而出现波动。然而，海天60亿元的销售额相对1500亿元这个整体市场，竞争对手仍有巨大的空间。中国调味品行业是中国公认的为数不多未完成市场整合的行业。因此，吸引国内外知名企业扎堆掘金。国内调味品市场已经陆续出现了数十个地方乃至全国性知名品牌，市场竞争越来越激烈。

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、国家商务部、国家海关总署、中国食品工业协会、中国调味品协会等公布的基础信息和提供的大量资料，对

国际、国内调味品行业的市场发展状况、供需状况、竞争格局、营销策略、发展趋势、领先企业以及投资策略等方面进行了深入的分析，并分门别类地对中国调味品行业主要细分市场予以了重点分析。结合新时期的各方面因素，用数字说话，对中国调味品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。全文列示了大量图表，图文并茂。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，是调味品行业生产经营企业、调味品零售企业及相关研究单位极具参考价值的专业性报告。

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 调味品行业发展概述

第一节 调味品的定义及分类

一、调味品的定义

二、调味品的分类

三、调味品的特性

第二节 调味品产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 调味品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 全球调味品市场发展分析

第一节 2008年全球调味品市场分析

一、2008年全球调味品市场回顾

二、2008年全球调味品消费情况

三、2008年全球调味品产销分析

四、2008年全球调味品市场规模

第二节 2009年全球调味品市场分析

一、2009年全球调味品需求分析

二、2009年全球调味品市场规模

三、2009年全球调味品品牌分析

四、2009年中外调味品市场对比

第三节 主要国家地区调味品市场分析

一、2008-2009年美国调味品市场分析

二、2008-2009年欧洲调味品市场分析

三、2008-2009年日本调味品市场分析

四、2008-2009年韩国调味品市场分析

五、2008-2009年其他国家调味品市场

第三章 我国调味品行业发展现状

第一节 我国调味品行业发展现状

一、调味品行业品牌发展现状

二、调味品行业消费市场现状

三、调味品市场消费层次分析

四、我国调味品市场走向分析

第二节 2007-2009年调味品业发展情况分析

一、2007年调味品行业发展情况分析

二、2008年调味品行业发展情况分析

三、2009年调味品行业发展特点分析

四、2009年1-5月调味品行业发展情况

第三节 2008-2009年调味品行业运行分析

一、2008-2009年调味品业产销存运行分析

二、2008-2009年调味品行业利润情况分析

三、2008-2009年调味品行业发展周期分析

四、2009-2012年调味品行业发展机遇分析

五、2009-2012年调味品行业利润增速预测

第四章 我国调味品市场发展研究

第一节 2008年我国调味品市场发展研究

一、2008年1季度我国调味品市场研究

二、2008年2季度我国调味品市场研究

三、2008年3季度我国调味品市场研究

四、2008年4季度我国调味品市场研究

第二节 2009年我国调味品市场情况

一、2009年1-5月我国调味品产销情况

二、2009年1-5月我国调味品市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市调味品市场发展情况

四、2009年1-5月我国调味品市场发展情况

第三节 2009年我国调味品市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国调味品市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国调味品市场结构分析

三、2009年Q1我国调味品市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国调味品市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国调味品市场结构分析

六、2009年1-5月我国调味品市场价格走势分析

第四节 2009年我国调味品业市场发展特点分析

一、2009年Q1我国调味品市场格局特点

二、2009年Q1我国调味品产品创新特点

三、2009年Q1我国调味品市场服务特点

四、2009年Q1我国调味品市场品牌特点

第五章 我国调味品市场调查分析

第一节 2008年我国调味品市场调查分析

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1季度我国调味品市场调查分析

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

第三节 2009年4月份中国调味品市场调查分析

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

第四节 2009年5月份中国调味品市场调查分析

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

第六章 调味品行业经济运行分析

第一节 2008-2009年调味品产量分析

一、2008年调味品产量分析

二、2009年1-5月调味品产量分析

第二节 2008-2009年调味品行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年调味品行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月调味品行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国调味品行业绩效分析

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

第七章 我国调味品行业进出口分析

第一节 我国调味品进口分析

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 我国调味品出口分析

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 我国调味品进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年调味品进口预测

四、2009年调味品出口预测

第八章 我国调味品行业细分市场分析

第一节 酱油市场分析

- 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 味精市场分析

- 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 鸡精市场分析

- 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 食醋市场分析

- 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 番茄酱市场分析

- 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 胡椒、辣椒干货类调味品市场分析

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 酱菜和酱类市场分析

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

第八节 香辛料调味品市场分析

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

第九章 调味品区域市场情况分析

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

第十章 中国调味品行业消费市场分析

第一节 中国调味品消费者收入分析

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 调味品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 调味品市场消费需求分析

一、调味品市场的消费需求变化

二、调味品行业的需求情况分析

三、2009年调味品品牌市场消费需求分析

第四节 调味品消费市场状况分析

一、调味品行业消费特点

二、调味品消费者分析

三、调味品消费结构分析

四、调味品消费的市场变化

五、调味品市场的消费方向

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 调味品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、调味品行业品牌忠诚度调查

六、调味品行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十一章 调味品市场营销分析

第一节 调味品消费者分析

- 一、消费者对调味品的利益认知
- 二、调味品选择偏好度
- 三、消费者购买行为分析
- 四、我国调味品城市消费者购买渠道选择

第二节 调味品营销的基本原则

- 一、单一品类创品牌
- 二、整合品牌形象包装
- 三、由点到面的精细化市场推广
- 四、决胜在终端

第三节 弱势调味品的终端营销攻略

- 一、前期以便利店和食杂店为主
- 二、合围卖场，选择有利时机进入超市
- 三、运用整合的宣传策略和更因引人入胜的促销手段

第四节 调味品打造营销系统竞争力的策略

- 一、产品层面
- 二、品牌层面
- 三、传播层面
- 四、销售层面
- 五、管控层面

第五节 酱醋酿造行业营销渠道存在的问题及对策

- 一、酱醋酿造行业营销渠道概述
- 二、酱醋酿造行业营销渠道的现状及其问题分析
- 三、酱醋酿造行业营销渠道存在问题的对策

第二部分 行业竞争格局

第十二章 调味品行业竞争格局分析

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 中国调味品行业竞争格局综述

一、2008年调味品行业集中度

二、2008年调味品行业竞争程度

三、2008年调味品企业与品牌数量

四、2008年调味品行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年调味品行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外调味品竞争分析

二、2008-2009年我国调味品市场竞争分析

三、2008-2009年我国调味品市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要调味品企业动向

五、2009年国内调味品拟在建项目分析

第十三章 调味品企业竞争策略分析

第一节 调味品市场竞争策略分析

一、2009年调味品市场增长潜力分析

二、2009年调味品主要潜力品种分析

三、现有调味品产品竞争策略分析

四、潜力调味品品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 调味品企业竞争策略分析

一、金融危机对调味品行业竞争格局的影响

二、金融危机后调味品行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国调味品市场竞争趋势

四、2009-2012年调味品行业竞争格局展望

五、2009-2012年调味品行业竞争策略分析

六、2009-2012年调味品企业竞争策略分析

第十四章 主要调味品企业竞争分析

第一节 佛山海天调味食品有限公司

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 河南莲花味精股份有限公司

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 江苏恒顺醋业股份有限公司

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 上海太太乐调味品有限公司

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 李锦记食品有限公司

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 香港加加集团（长沙）有限公司

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 北京王致和食品集团有限公司

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 石家庄珍极酿造集团

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

第十五章 调味品行业发展趋势分析

第一节 我国调味品行业前景与机遇分析

- 一、我国调味品行业发展前景
- 二、我国调味品发展机遇分析
- 三、2009年调味品的发展机遇分析
- 四、金融危机对调味品行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国调味品市场趋势分析

- 一、2008-2009年调味品市场趋势总结
- 二、2009-2012年调味品发展趋势分析
- 三、2009-2012年调味品市场发展空间
- 四、2009-2012年调味品产业政策趋向
- 五、2009-2012年调味品技术革新趋势
- 六、2009-2012年调味品价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十六章 未来调味品行业发展预测

第一节 未来调味品需求与消费预测

- 一、2009-2012年调味品产品消费预测
- 二、2009-2012年调味品市场规模预测
- 三、2009-2012年调味品行业总产值预测
- 四、2009-2012年调味品行业销售收入预测
- 五、2009-2012年调味品行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国调味品行业供需预测

- 一、2008-2012年中国调味品供给预测
- 二、2009-2012年中国调味品产量预测
- 三、2009-2012年中国调味品需求预测
- 四、2009-2012年中国调味品供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国调味品产品价格预测
- 六、2009-2012年主要调味品产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 调味品行业投资现状分析

第一节 2008年调味品行业投资情况分析

- 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月调味品行业投资情况分析

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

第十八章 调味品行业投资环境分析

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年调味品行业政策环境分析

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、国内调味品技术现状

二、2009年调味品技术发展分析

三、2009-2012年调味品技术发展趋势分析

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

第十九章 调味品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 调味品行业投资效益分析

一、2008-2009年调味品行业投资状况分析

二、2009-2012年调味品行业投资效益分析

三、2009-2012年调味品行业投资趋势预测

四、2009-2012年调味品行业的投资方向

五、2009-2012年调味品行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响调味品行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响调味品行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响调味品行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响调味品行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国调味品行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国调味品行业发展面临的机遇分析

第五节 调味品行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年调味品行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年调味品行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年调味品行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年调味品行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年调味品行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年调味品行业其他风险及控制策略

第二十章 调味品行业投资战略研究

第一节 调味品行业发展战略研究

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 对我国调味品品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、调味品实施品牌战略的意义

三、调味品企业品牌的现状分析

四、我国调味品企业的品牌战略

五、调味品品牌战略管理的策略

第三节 调味品行业投资战略研究

一、2009年食品行业投资战略

二、2009年调味品行业投资战略

三、2009-2012年调味品行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：调味品产业链分析

图表：国际调味品市场规模

图表：国际调味品生命周期

图表：2003-2008年中国调味品行业市场规模

图表：2002-2008年全球调味品产业市场规模

图表：2006-2008年调味品重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国调味品行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国调味品行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国调味品行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国调味品发展能力分析

图表：2008-2009年中国调味品竞争力分析

图表：2009-2012年中国调味品产能预测

图表：2009-2012年中国调味品消费量预测

图表：2009-2012年中国调味品市场前景预测

图表：2009-2012年中国调味品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国调味品发展前景预测

图表：2008年1-12月调味品产量全国合计

图表：2008年1-12月调味品产量北京市合计

图表：2008年1-12月调味品产量天津市合计

图表：2008年1-12月调味品产量河北省合计

图表：2008年1-12月调味品产量山西省合计

图表：2008年1-12月调味品产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月调味品产量吉林省合计

图表：2008年1-12月调味品产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月调味品产量上海市合计

图表：2008年1-12月调味品产量江苏省合计

图表：2008年1-12月调味品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月调味品产量安徽省合计

图表：2008年1-12月调味品产量福建省合计

图表：2008年1-12月调味品产量江西省合计

图表：2008年1-12月调味品产量山东省合计

图表：2008年1-12月调味品产量河南省合计

图表：2008年1-12月调味品产量湖北省合计

图表：2008年1-12月调味品产量湖南省合计

图表：2008年1-12月调味品产量广东省合计

图表：2008年1-12月调味品产量广西区合计

图表：2008年1-12月调味品产量海南省合计

图表：2008年1-12月调味品产量重庆市合计

图表：2008年1-12月调味品产量四川省合计

图表：2008年1-12月调味品产量贵州省合计

图表：2008年1-12月调味品产量云南省合计

图表：2008年1-12月调味品产量陕西省合计

图表：2008年1-12月调味品产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月调味品产量新疆区合计

图表：2008年1-12月调味品产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月调味品产量全国合计

图表：2009年1-5月调味品产量北京市合计

图表：2009年1-5月调味品产量天津市合计

图表：2009年1-5月调味品产量河北省合计

图表：2009年1-5月调味品产量山西省合计

图表：2009年1-5月调味品产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月调味品产量吉林省合计

图表：2009年1-5月调味品产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月调味品产量上海市合计

图表：2009年1-5月调味品产量江苏省合计

图表：2009年1-5月调味品产量浙江省合计

图表：2009年1-5月调味品产量安徽省合计

图表：2009年1-5月调味品产量福建省合计

图表：2009年1-5月调味品产量江西省合计

图表：2009年1-5月调味品产量山东省合计

图表：2009年1-5月调味品产量河南省合计

图表：2009年1-5月调味品产量湖北省合计

图表：2009年1-5月调味品产量湖南省合计

图表：2009年1-5月调味品产量广东省合计

图表：2009年1-5月调味品产量广西区合计

图表：2009年1-5月调味品产量海南省合计

图表：2009年1-5月调味品产量重庆市合计

图表：2009年1-5月调味品产量四川省合计

图表：2009年1-5月调味品产量贵州省合计

图表：2009年1-5月调味品产量云南省合计

图表：2009年1-5月调味品产量陕西省合计

图表：2009年1-5月调味品产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月调味品产量新疆区合计

图表：2009年1-5月调味品产量内蒙古合计

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月调味品进口数据

图表：2008年1季度调味品进口数据

图表：2008年1月调味品进口数据

图表：2008年2月调味品进口数据

图表：2008年3月调味品进口数据

图表：2008年2季度调味品进口数据

图表：2008年4月调味品进口数据

图表：2008年5月调味品进口数据

图表：2008年6月调味品进口数据

图表：2008年3季度调味品进口数据

图表：2008年7月调味品进口数据

图表：2008年8月调味品进口数据

图表：2008年9月调味品进口数据

图表：2008年4季度调味品进口数据

图表：2008年10月调味品进口数据

图表：2008年11月调味品进口数据

图表：2008年12月调味品进口数据

图表：2008年1-12月调味品出口数据

图表：2008年1季度调味品出口数据

图表：2008年1月调味品出口数据

图表：2008年2月调味品出口数据

图表：2008年3月调味品出口数据

图表：2008年2季度调味品出口数据

图表：2008年4月调味品出口数据

图表：2008年5月调味品出口数据

图表：2008年6月调味品出口数据

图表：2008年3季度调味品出口数据

图表：2008年7月调味品出口数据

图表：2008年8月调味品出口数据

图表：2008年9月调味品出口数据

图表：2008年4季度调味品出口数据

图表：2008年10月调味品出口数据

图表：2008年11月调味品出口数据

图表：2008年12月调味品出口数据

图表：2009年1-5月调味品进口数据

图表：2009年1季度调味品进口数据

图表：2009年1月调味品进口数据
图表：2009年2月调味品进口数据
图表：2009年3月调味品进口数据
图表：2009年2季度调味品进口数据
图表：2009年4月调味品进口数据
图表：2009年5月调味品进口数据
图表：2009年1-5月调味品出口数据
图表：2009年1季度调味品出口数据
图表：2009年1月调味品出口数据
图表：2009年2月调味品出口数据
图表：2009年3月调味品出口数据
图表：2009年2季度调味品出口数据
图表：2009年4月调味品出口数据
图表：2009年5月调味品出口数据
图表：调味品市场调查对象情况分析
图表：调味品消费者消费习惯调查
图表：消费者对调味品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：调味品消费者品牌状况调查分析
图表：2008-2009年中国消费者调味品品牌构成
图表：调味品消费者性别比例
图表：调味品消费者年龄分布
图表：调味品消费者购买频率分析
图表：调味品消费者购买调味品的规格
图表：调味品消费者购买调味品消费金额
图表：消费者调味品功能关注度调查分析
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/5918859188.html>