



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年火腿肠行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年火腿肠行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/128054.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2008年我国肉制品行业仍保持良好发展态势，数据显示，2008年中国肉制品加工行业全年产值达到1877亿元，同比增长24.51%。2004-2008年中国肉制品加工业产值年均复合增长率（CAGR）达到22.3%。目前，我国生猪屠宰及猪肉制品加工行业的集中度较低，行业横向整合的空间很大。2007年，行业前三强双汇发展、雨润食品和大众食品（金锣）的屠宰总量占我国生猪屠宰总量的5%左右，而美国前3家肉类加工企业总体市场份额已超过65%。我国猪肉加工前4强双汇发展、大众食品（金锣）、雨润食品和得利斯加工能力占规模以上企业加工能力的比重不到10%，而美国猪肉前4强加工能力占比在50%以上，荷兰猪肉前3强加工能力占比达74%。欧美发达国家人均肉类消费在70-120kg，东方民族消费习惯以素食为主，也许不会达到西方民族那样年人均消费量，但目前我国人均消费的水平仍然很低。近年来恩格尔系数不断下降。由于人均食品消费支出占消费支出比例逐年下降，而肉类食品消费总量仍不断增加，这使得人们的食品消费升级成为可能。在肉制品消费中，低温肉制品将会成为我国肉制品未来发展的主要趋势。到2010年，我国低温肉制品市场容量将达4100多万吨；从肉类食品消费结构来看，国内肉类产量中猪肉占总量的64%，其次是禽肉占20%，牛肉和羊肉产量分别占10%和6%，这一消费结构在短期内难以改变。预计2013年，中国肉制品行业将会达到3000亿元的产值规模。

预计2009年猪价于6-7月止跌走稳，年内低位运行。5月27日，中国内地平均生猪价格为9.59元/公斤，较1月初下跌29.5%。国家发改委已于6月5日公告启动收储冻猪肉，猪肉流通量将减少，而1月以来全国能繁母猪存栏量持续减少，后续生猪供给压力减小，预计6-7月猪价将止跌走稳。考虑国储肉“削峰平谷”和养猪周期因素，预计下半年生猪供给将平稳减少。甲型流感对物流和酒店餐饮行业影响较小，预计全年猪肉需求将维持稳定增长态势。综合来看，预计猪价在09年中期止跌走稳后，下半年维持10-11元/公斤低位运行。09年1-4月肉类行业销售产值仍增长15.7%。09年至今，尽管受居民预期收入下降缩减消费的影响，但年内猪价大幅下跌29.5%，对肉类需求产生正面影响，肉类行业仍出现了工业销售产值增长和毛利率上升的良好局面。09年1-4月肉类加工行业销售产值同比增长15.7%。由于原料供给充足和成本下跌，肉类行业毛利率有所提高。09年1-2月行业毛利率10.57%，同比08年1-2月9.91%提高0.66个百分点，为05年以来的较高水平。

目前，我国共有火腿肠生产企业40家左右，火腿肠产量占整个肉制品产量的三分之一，年销售额达541.4亿元人民币，出口创汇8.41亿。我国火腿肠市场基本上呈现着本土品牌一花独放的状况，并且产品的集中度也很高，其中前4家企业生产的产品占市场份额的80%左右。一批拥有先进设备和工艺、规模不断扩大、营销体系完善的企业在市场上的知名度越来越高，品牌知名度越来越大，竞争优势越来越凸现，像河南的双汇、山东的金锣和江泉、南京的

雨润、山东的得利斯等，这些企业已发展成为集饲养、屠宰、加工、销售、科研为一体的集团公司，产品辐射的范围日益扩大，有的已走向国际市场。随着肉类加工企业的发展和壮大，近年来在火腿肠行业正蕴藏着一些新的动向，火腿肠市场的发展历程为我们呈现出一部典型的产业发展史。火腿肠市场经历了导入时期——一个品牌独步天下，到多个品牌火腿肠纷纷涌入市场，再到后来的诸侯争霸。调查数据显示，消费者对喜旺、双汇、美好火腿肠品牌形象的评价较高，其它品牌与之相比存在一定差距。在市场上雨润火腿的品牌知名度是比较高的，而在消费者中其品牌形象却没有排在前列，这可能是由于雨润进入时主攻低温肉制品市场，该市场的特点决定其进入和维护零售终端的成本较高，从而品牌推广费用较少，主要侧重于终端形象展示，减少了对电视广告的投入，导致品牌声音较小、力量弱，没能占领消费者心目中的高端位置。缺少了高档形象的拉升，必然会使品牌形象整体提升效果大打折扣。分析显示，在影响总体质量的6个指标中，肉质质量、包装和口味排在前三位，但具体到每个品牌，各指标的影响大小又会有所不同。例如金锣火腿，对其产品质量影响最大的因素是肉质质量，对春都火腿质量影响最大的是外表颜色，而对汇通火腿肠影响最大的是口味。要提高消费者对火腿总体质量的评价，各品牌的侧重点应有所不同。在对全国的火腿肠消费者调查后发现，女性消费者的比例要远高于男性，男性：女性=37：63。从消费者的年龄结构上看，18-34岁消费者成为火腿肠消费的主力军，占到整个火腿肠消费人群的57%。

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、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、国家农业部、中国食品工业协会、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及火腿肠专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国火腿肠的行业现状、市场各类经营指标的发展变化、关联产业的发展状况、重点区域市场状况、消费者策略、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对2009年市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据火腿肠行业的发展轨迹及多年的实践经验对火腿肠未来的发展趋势作了审慎的判断，为火腿肠产业投资者寻找新的投资亮点。最后阐明火腿肠行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。报告还揭示了2009年火腿肠流行趋势，并深入研究了火腿肠行业优势企业的发展、经营状况，是火腿肠生产企业、科研单位、销售企业准确了解火腿肠行业发展动态，把握市场机会，作正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 火腿肠行业发展概述

第一节 火腿肠的定义及分类

一、火腿肠的定义

二、火腿肠的分类

三、火腿肠的特性

第二节 火腿肠产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 火腿肠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 全球火腿肠市场发展分析

第一节 2008年全球火腿肠市场分析

一、2008年全球火腿肠市场回顾

二、2008年全球火腿肠市场环境

三、2008年全球火腿肠销售分析

四、2008年全球火腿肠市场规模

第二节 2009年全球火腿肠市场分析

一、2009年全球火腿肠需求分析

二、2009年全球火腿肠市场规模

三、2009年全球火腿肠品牌分析

四、2009年中外火腿肠市场对比

第三节 主要国家地区火腿肠市场分析

一、2008-2009年美国火腿肠市场分析

二、2008-2009年欧洲火腿肠市场分析

三、2008-2009年日本火腿肠市场分析

四、2008-2009年韩国火腿肠市场分析

五、2008-2009年其他国家火腿肠市场

第三章 我国火腿肠行业发展现状

第一节 我国火腿肠行业发展现状

- 一、火腿肠行业品牌发展现状
- 二、火腿肠行业消费市场现状
- 三、火腿肠市场消费层次分析
- 四、我国火腿肠市场走向分析

第二节 2007-2009年火腿肠业发展情况分析

- 一、2007年火腿肠行业发展情况分析
- 二、2008年火腿肠行业发展情况分析
- 三、2009年火腿肠行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月火腿肠行业发展情况

第三节 2008-2009年火腿肠行业运行分析

- 一、2008-2009年火腿肠业产销存运行分析
- 二、2008-2009年火腿肠行业利润情况分析
- 三、2008-2009年火腿肠行业发展周期分析
- 四、2009-2012年火腿肠行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年火腿肠行业利润增速预测

第四章 我国火腿肠市场发展研究

第一节 2008年我国火腿肠市场发展研究

- 一、2008年1季度我国火腿肠市场研究
- 二、2008年2季度我国火腿肠市场研究
- 三、2008年3季度我国火腿肠市场研究
- 四、2008年4季度我国火腿肠市场研究

第二节 2009年我国火腿肠市场情况

- 一、2009年1-5月我国火腿肠产销情况
- 二、2009年1-5月我国火腿肠市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市火腿肠市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国火腿肠市场发展情况

第三节 2009年我国火腿肠市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国火腿肠市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国火腿肠市场结构分析

- 三、2009年Q1我国火腿肠市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国火腿肠市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国火腿肠市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国火腿肠市场价格走势分析
- 第四节 2009年我国火腿肠业市场发展特点分析
 - 一、2009年Q1我国火腿肠市场格局特点
 - 二、2009年Q1我国火腿肠产品创新特点
 - 三、2009年Q1我国火腿肠市场服务特点
 - 四、2009年Q1我国火腿肠市场品牌特点

第五章 我国火腿肠市场调查分析

第一节 2008年我国火腿肠市场调查分析

- 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季度我国火腿肠市场调查分析

- 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月份中国火腿肠市场调查分析

- 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月份中国火腿肠市场调查分析

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 火腿肠行业经济运行分析

第一节 2008-2009年火腿肠产量分析

一、2008年火腿肠产量分析

二、2009年1-5月火腿肠产量分析

第二节 2008-2009年火腿肠行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年火腿肠行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月火腿肠行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国火腿肠行业绩效分析

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 我国火腿肠行业进出口分析

第一节 我国火腿肠进口分析

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 我国火腿肠出口分析

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 我国火腿肠进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年火腿肠进口预测

四、2009年火腿肠出口预测

第八章 火腿肠区域市场情况分析

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

第九章 中国火腿肠行业消费市场分析

第一节 中国火腿肠消费者收入分析

- 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 火腿肠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 火腿肠市场消费需求分析

一、火腿肠市场的消费需求变化

二、火腿肠行业的需求情况分析

三、2009年火腿肠品牌市场消费需求分析

第四节 火腿肠消费市场状况分析

一、火腿肠行业消费特点

二、火腿肠消费者分析

三、火腿肠消费结构分析

四、火腿肠消费的市场变化

五、火腿肠市场的消费方向

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 火腿肠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、火腿肠行业品牌忠诚度调查

六、火腿肠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

第十章 火腿肠行业竞争格局分析

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 中国火腿肠行业竞争格局综述

- 一、2008年火腿肠行业集中度
- 二、2008年火腿肠行业竞争程度
- 三、2008年火腿肠企业与品牌数量
- 四、2008年火腿肠行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年火腿肠行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外火腿肠竞争分析
- 二、2008-2009年我国火腿肠市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国火腿肠市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要火腿肠企业动向
- 五、2009年国内火腿肠拟在建项目分析

第十一章 火腿肠企业竞争策略分析

第一节 火腿肠市场竞争策略分析

- 一、2009年火腿肠市场增长潜力分析
- 二、2009年火腿肠主要潜力品种分析
- 三、现有火腿肠产品竞争策略分析
- 四、潜力火腿肠品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 火腿肠企业竞争策略分析

- 一、金融危机对火腿肠行业竞争格局的影响

- 二、金融危机后火腿肠行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国火腿肠市场竞争趋势
- 四、2009-2012年火腿肠行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年火腿肠行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年火腿肠企业竞争策略分析

第十二章 主要火腿肠品牌竞争分析

第一节 双汇王中王

- 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 金锣

- 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 春都

- 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 美好

- 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 雨润-旺润

- 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 千喜鹤

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 唐人神

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 高金

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 邦杰

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 汇通

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

第十三章 火腿肠行业发展趋势分析

第一节 我国火腿肠行业前景与机遇分析

一、我国火腿肠行业发展前景

二、我国火腿肠发展机遇分析

三、2009年火腿肠的发展机遇分析

四、金融危机对火腿肠行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国火腿肠市场趋势分析

- 一、2008-2009年火腿肠市场趋势总结
- 二、2009-2012年火腿肠发展趋势分析
- 三、2009-2012年火腿肠市场发展空间
- 四、2009-2012年火腿肠产业政策趋向
- 五、2009-2012年火腿肠技术革新趋势
- 六、2009-2012年火腿肠价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十四章 未来火腿肠行业发展预测

第一节 未来火腿肠需求与消费预测

- 一、2009-2012年火腿肠产品消费预测
- 二、2009-2012年火腿肠市场规模预测
- 三、2009-2012年火腿肠行业总产值预测
- 四、2009-2012年火腿肠行业销售收入预测
- 五、2009-2012年火腿肠行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国火腿肠行业供需预测

- 一、2008-2012年中国火腿肠供给预测
- 二、2009-2012年中国火腿肠产量预测
- 三、2009-2012年中国火腿肠需求预测
- 四、2009-2012年中国火腿肠供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国火腿肠产品价格预测
- 六、2009-2012年主要火腿肠产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 火腿肠行业投资现状分析

第一节 2008年火腿肠行业投资情况分析

- 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月火腿肠行业投资情况分析

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

第十六章 火腿肠行业投资环境分析

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年火腿肠行业政策环境分析

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、国内火腿肠技术现状

二、2009年火腿肠技术发展分析

三、2009-2012年火腿肠技术发展趋势分析

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

第十七章 火腿肠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 火腿肠行业投资效益分析

一、2008-2009年火腿肠行业投资状况分析

二、2009-2012年火腿肠行业投资效益分析

三、2009-2012年火腿肠行业投资趋势预测

四、2009-2012年火腿肠行业的投资方向

五、2009-2012年火腿肠行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响火腿肠行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响火腿肠行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响火腿肠行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响火腿肠行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国火腿肠行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国火腿肠行业发展面临的机遇分析

第五节 火腿肠行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年火腿肠行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年火腿肠行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年火腿肠行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年火腿肠行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年火腿肠行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年火腿肠行业其他风险及控制策略

第十八章 火腿肠行业投资战略研究

第一节 火腿肠行业发展战略研究

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 对我国火腿肠品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、火腿肠实施品牌战略的意义

三、火腿肠企业品牌的现状分析

四、我国火腿肠企业的品牌战略

五、火腿肠品牌战略管理的策略

第三节 火腿肠经营策略分析

一、火腿肠市场细分策略

二、火腿肠市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、火腿肠新产品差异化战略

第四节 火腿肠行业投资战略研究

一、2009年食品行业投资战略

二、2009年火腿肠行业投资战略

三、2009-2012年火腿肠行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：火腿肠产业链分析

图表：国际火腿肠市场规模

图表：国际火腿肠生命周期

图表：2003-2008年中国火腿肠行业市场规模

图表：2002-2008年全球火腿肠产业市场规模

图表：2006-2008年火腿肠重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国火腿肠行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国火腿肠行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国火腿肠行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国火腿肠发展能力分析

图表：2008-2009年中国火腿肠竞争力分析

图表：2009-2012年中国火腿肠产能预测

图表：2009-2012年中国火腿肠消费量预测

图表：2009-2012年中国火腿肠市场前景预测

图表：2009-2012年中国火腿肠市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国火腿肠发展前景预测

图表：2008年1-12月火腿肠产量全国合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量北京市合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量天津市合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量河北省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量山西省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量吉林省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量上海市合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量江苏省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量浙江省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量安徽省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量福建省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量江西省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量山东省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量河南省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量湖北省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量湖南省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量广东省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量广西区合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量海南省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量重庆市合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量四川省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量贵州省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量云南省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量陕西省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量新疆区合计

图表：2008年1-12月火腿肠产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量全国合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量北京市合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量天津市合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量河北省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量山西省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量吉林省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量上海市合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量江苏省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量浙江省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量安徽省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量福建省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量江西省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量山东省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量河南省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量湖北省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量湖南省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量广东省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量广西区合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量海南省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量重庆市合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量四川省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量贵州省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量云南省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量陕西省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量新疆区合计

图表：2009年1-5月火腿肠产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月火腿肠行业经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月火腿肠行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月火腿肠进口数据

图表：2008年1季度火腿肠进口数据

图表：2008年1月火腿肠进口数据

图表：2008年2月火腿肠进口数据

图表：2008年3月火腿肠进口数据

图表：2008年2季度火腿肠进口数据

图表：2008年4月火腿肠进口数据

图表：2008年5月火腿肠进口数据

图表：2008年6月火腿肠进口数据

图表：2008年3季度火腿肠进口数据

图表：2008年7月火腿肠进口数据

图表：2008年8月火腿肠进口数据

图表：2008年9月火腿肠进口数据

图表：2008年4季度火腿肠进口数据

图表：2008年10月火腿肠进口数据

图表：2008年11月火腿肠进口数据

图表：2008年12月火腿肠进口数据

图表：2008年1-12月火腿肠出口数据

图表：2008年1季度火腿肠出口数据

图表：2008年1月火腿肠出口数据

图表：2008年2月火腿肠出口数据

图表：2008年3月火腿肠出口数据

图表：2008年2季度火腿肠出口数据

图表：2008年4月火腿肠出口数据

图表：2008年5月火腿肠出口数据

图表：2008年6月火腿肠出口数据

图表：2008年3季度火腿肠出口数据

图表：2008年7月火腿肠出口数据

图表：2008年8月火腿肠出口数据

图表：2008年9月火腿肠出口数据

图表：2008年4季度火腿肠出口数据

图表：2008年10月火腿肠出口数据

图表：2008年11月火腿肠出口数据

图表：2008年12月火腿肠出口数据

图表：2009年1-5月火腿肠进口数据

图表：2009年1季度火腿肠进口数据

图表：2009年1月火腿肠进口数据

图表：2009年2月火腿肠进口数据
图表：2009年3月火腿肠进口数据
图表：2009年2季度火腿肠进口数据
图表：2009年4月火腿肠进口数据
图表：2009年5月火腿肠进口数据
图表：2009年1-5月火腿肠出口数据
图表：2009年1季度火腿肠出口数据
图表：2009年1月火腿肠出口数据
图表：2009年2月火腿肠出口数据
图表：2009年3月火腿肠出口数据
图表：2009年2季度火腿肠出口数据
图表：2009年4月火腿肠出口数据
图表：2009年5月火腿肠出口数据
图表：火腿肠市场调查对象情况分析
图表：火腿肠消费者消费习惯调查
图表：消费者对火腿肠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：火腿肠消费者品牌状况调查分析
图表：2008-2009年中国消费者火腿肠品牌构成
图表：火腿肠消费者性别比例
图表：火腿肠消费者年龄分布
图表：火腿肠消费者购买频率分析
图表：火腿肠消费者购买火腿肠的规格
图表：火腿肠消费者购买火腿肠消费金额
图表：消费者火腿肠关注度调查分析
图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/128054.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。