



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年方便榨菜行业发展 前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年方便榨菜行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/140382.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

2009年财政部下发了《关于进一步提高部分商品出口退税率通知》。重庆的榨菜等行业将从更多的退税率中受益。此次提高出口退税率的商品涉及机电产品、农业深加工产品、轻工产品、钢铁加工制品等领域的约625个商品代码，和重庆相关的包括摩托车、榨菜、五金、玻璃、桑丝产品，及一些化工和轻工企业。此次摩托车发动机及一些配件退税率提高了1%，榨菜、腌制菜的退税率提高了2%。重庆榨菜重点出口企业鱼泉榨菜09年的出口目标是增长20%，但行业整体情况非常低迷。榨菜出口企业如果品牌好，毛利可以达到20%，而没有品牌的只有5%，因此品牌和质量关系到行业生死。但不管怎么说，2%的利润还是能刺激渠道商，带动行业出口。新标准自2009年6月1日起执行，具体执行时间，以"出口货物报关单"海关注明的出口日期为准。2008年，涪陵榨菜出口实现稳定增长，为促进榨菜扩大出口，涪陵检验检疫局对出口榨菜加工企业100%实行出口蔬菜基地备案，有效控制农药和重金属残留。同时，对榨菜初级品及主要辅料辣椒、糖、植物油等采取"集中报检，合格使用，单独存放，验证确认，分批核销"方法，确保使用的原辅料为合格品。该局积极探索榨菜检验监管模式，对生产加工过程的化学添加剂和卫生质量风险评估，形成涪陵榨菜风险评估结果报告，针对不同榨菜类型、不同出口国别、不同生产企业采取不同的检验监管模式。

随着中国经济的迅速发展，尤其是生活节奏的加快促使着人们改变了传统的生活方式，随着人们越来越不愿在厨房里多花时间，新一代的消费群体在不断壮大，使方便食品越来越保持良好的增长势头，方便食品将占我国食品市场大半江山。从目前来看，我国方便食品行业在收入上仅占食品制造业的16%，而从中华商业信息中心每月公布的全国16种连锁商业食品销售排行榜中来看，仅方便食品就占了七种，从北京、上海、广州等大城市最新调查统计显示，方便食品销售年增长率连续几年保持在8-10%，通过对10000家超市、商场和便利店的调查发现，方便食品的销售量和销售额已位居所有销售商品的前茅，我国的方便食品加工业尚处于成长阶段，方便食品市场有着巨大的发展潜力，因此，质量好、价格便宜的方便食品将会越来越多。我国方便主食的市场空间还很大，发展前景广阔。我国的方便主食的数量、质量、品种已经取得了极大的进展，方便主食中的主力军——方便面更是进入了千家万户。在中国市场上，方便面产业发展形势良好，品牌效应已经成为影响市场占有率的主要因素，消费者的心态已经十分成熟和务实，对品牌的忠诚度也大大提高；相对方便面而言，我国以米为主要原料的方便食品的种类和数量还都较少，但近年来米制方便主食也开始在市场上崭露头角，方便米粉在我国南方一些地区已经逐步推开，诞生于1999年的方便粉丝，作为方便面的市场补缺者，在过去的五年里得到了迅猛发展，尤其在发源地四川更是得到了长足发展，但离行业内预测的挤占方便食品市场10~20%份额差距很远；而速冻食品的快速发

展主要得益于其实用的便捷性。城市购物超市化，也加速了速冻产业的发展。品牌企业稳定的产品质量和品牌形象促进了行业的健康发展，培育了成熟的消费市场。目前市场上主要的速冻食品品牌有"三全"、"思念"、"湾仔码头"，它们合计占据了近60%的市场销售份额，市场竞争十分激烈。

这是个终端为王的时代，货架的细微变化经常孕育着产业的风起云涌。目前，从市场终端来看，方便食品的主流虽依然是方便面、薯片、虾条，但一些革命性的变化已经出现，各品类共同的特征是都强调绿色，强调营养。综合对方便食品长期监测数据分析，方便食品以健康为特征的新时代已经到来。这首先取决于消费环境的客观变化，其中消费意识形态、国家政策等要素的作用至关重要。在上世纪八九十年代，对于方便食品，其产业驱动主要要素是方便和味道。方便主要和社会节奏的迅速加快有关，味道则是食品原始属性。正因如此，薯片、虾条、方便面凭借全部占有二要素而迅速走红。但环境是变化的，随着简约主义以及国家相关战略的调整，消费意识也正迅速发生变化，《食品安全法》和三鹿事件一正一反，使食品行业的健康意识无限制加强，这其中自然少不了方便食品家族。第二、方便食品健康将占主流和消费群有关。数据显示，相当消费者已纷纷抛弃膨化食品，离开麦当劳；而一些家长则已经开始为方便食品的重要消费群体——孩子寻找另一种替代食物了。当然，替代食物由健康唱主角，产业自身的发展也是重要原因。任何一个产业都是产品与品牌文化交替作用推动着发展。对于方便食品来说，经过最初味道、方便阶段，许多方便食品品牌其实已经将产业形态推到了一个相当高级的阶段。这种情况下，要让产业升级，如果仅凭固有惯性几乎不可能实现。这时，只有回到基础上，经过产品形态、价值的本质革新，方便食品也才能迎来自己的又一春。

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、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及方便榨菜研究单位等公布和提供的大量资料，结合对方便榨菜相关企业的实地调查，对我国方便榨菜行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了方便榨菜行业的前景与风险。报告揭示了方便榨菜市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球方便榨菜市场发展分析

第一节 2008年全球方便榨菜市场分析

一、2008年全球方便榨菜市场回顾

二、2008年全球方便榨菜市场环境

三、2008年全球方便榨菜销售分析

四、2008年全球方便榨菜市场规模

第二节 2009年全球方便榨菜市场分析

一、2009年全球方便榨菜需求分析

二、2009年全球方便榨菜市场规模

三、2009年全球方便榨菜品牌分析

四、2009年中外方便榨菜市场对比

第三节 主要国家地区方便榨菜市场分析

一、2008-2009年美国方便榨菜市场分析

二、2008-2009年欧洲方便榨菜市场分析

三、2008-2009年日本方便榨菜市场分析

四、2008-2009年韩国方便榨菜市场分析

五、2008-2009年其他国家方便榨菜市场

第二章 我国方便榨菜行业发展现状

第一节 我国方便榨菜行业发展现状

一、方便榨菜行业品牌发展现状

二、方便榨菜行业消费市场现状

三、方便榨菜市场消费层次分析

四、我国方便榨菜市场走向分析

第二节 2008-2009年我国方便榨菜行业发展状况

一、2008年中国方便榨菜行业发展回顾

二、2008年方便榨菜行业发展情况分析

三、2008年我国方便榨菜市场特点分析

四、2009年我国方便榨菜市场发展分析

第三节 2008-2009年中国方便榨菜行业供需分析

一、2008年中国方便榨菜市场供给总量分析

- 二、2008年中国方便榨菜市场供给结构分析
- 三、2009年中国方便榨菜市场需求总量分析
- 四、2009年中国方便榨菜市场需求结构分析
- 五、2009年中国方便榨菜市场供需平衡分析

第三章 中国方便榨菜行业经济运行分析

第一节 2009年方便榨菜行业运行情况分析

- 一、2009年方便榨菜行业经济指标分析
- 二、2009年方便榨菜行业收入前十家企业

第二节 2009年方便榨菜行业产量分析

- 一、2009年我国方便榨菜产品产量分析
- 二、2009年我国方便榨菜产品产量预测

第三节 2009年方便榨菜行业进出口分析

- 一、2009年方便榨菜行业进口总量及价格
- 二、2009年方便榨菜行业出口总量及价格
- 三、2009年方便榨菜行业进出口数据统计
- 四、2009-2012年方便榨菜进出口态势展望

第四章 中国方便榨菜消费市场分析

第一节 方便榨菜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

第二节 方便榨菜市场消费需求分析

- 一、方便榨菜市场的消费需求变化
- 二、方便榨菜行业的需求情况分析
- 三、2009年方便榨菜品牌市场消费需求分析

第三节 方便榨菜消费市场状况分析

- 一、方便榨菜行业消费特点
- 二、方便榨菜消费者分析
- 三、方便榨菜消费结构分析
- 四、方便榨菜消费的市场变化

五、方便榨菜市场的消费方向

第四节 方便榨菜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、方便榨菜行业品牌忠诚度调查
- 六、方便榨菜行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第五章 中国方便榨菜行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区方便榨菜行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区方便榨菜行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区方便榨菜行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区方便榨菜行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区方便榨菜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区方便榨菜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区方便榨菜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 方便榨菜行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年方便榨菜行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 方便榨菜行业投资机会分析

一、方便榨菜投资项目分析

二、可以投资的方便榨菜模式

- 三、2009年方便榨菜投资机会
- 四、2009年方便榨菜细分行业投资机会
- 五、2009年方便榨菜投资新方向
- 第三节 方便榨菜行业发展前景分析
 - 一、方便榨菜市场发展前景分析
 - 二、我国方便榨菜市场蕴藏的商机
 - 三、金融危机下方便榨菜市场的发展前景
 - 四、2009年方便榨菜市场面临的发展商机
 - 五、2009-2012年方便榨菜市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 方便榨菜行业竞争格局分析

第一节 方便榨菜行业集中度分析

- 一、方便榨菜市场集中度分析
- 二、方便榨菜企业集中度分析
- 三、方便榨菜区域集中度分析

第二节 方便榨菜行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 方便榨菜行业竞争格局分析

- 一、2008年方便榨菜行业竞争分析
- 二、2008年中外方便榨菜产品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外方便榨菜竞争分析
- 四、2008-2009年我国方便榨菜市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国方便榨菜市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要方便榨菜企业动向

第八章 2009-2012年中国方便榨菜行业发展形势分析

第一节 方便榨菜行业发展概况

一、方便榨菜行业发展特点分析

二、方便榨菜行业投资现状分析

三、方便榨菜行业总产值分析

四、方便榨菜行业技术发展分析

第二节 2008-2009年方便榨菜行业市场情况分析

一、方便榨菜行业市场发展分析

二、方便榨菜市场存在的问题

三、方便榨菜市场规模分析

第三节 2008-2009年方便榨菜产销状况分析

一、方便榨菜产量分析

二、方便榨菜产能分析

三、方便榨菜市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国方便榨菜行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国方便榨菜行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国方便榨菜行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国方便榨菜行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 方便榨菜行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2008-2009年方便榨菜原材料价格走势
- 二、2008-2009年方便榨菜行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2008-2009年方便榨菜行业产销情况
- 二、2008-2009年方便榨菜行业库存情况
- 三、2008-2009年方便榨菜行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年方便榨菜行业价格走势
- 二、2008-2009年方便榨菜行业营业收入情况
- 三、2008-2009年方便榨菜行业毛利率情况
- 四、2008-2009年方便榨菜行业赢利能力
- 五、2008-2009年方便榨菜行业赢利水平
- 六、2009-2012年方便榨菜行业赢利预测

第十一章 方便榨菜行业盈利能力分析

第一节 2009年中国方便榨菜行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国方便榨菜行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国方便榨菜行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国方便榨菜行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 方便榨菜重点企业发展分析

第一节 重庆市涪陵宝巍食品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 重庆市涪陵区紫竹食品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 重庆市涪陵瑞星食品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 重庆市涪陵区渝河食品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 重庆涪陵川涪食品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 重庆市涪陵区涪阳食品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 方便榨菜行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

第三节 方便榨菜行业投资效益分析

- 一、2009年方便榨菜行业投资状况分析
- 二、2009年方便榨菜行业投资效益分析
- 三、2009-2012年方便榨菜行业投资方向
- 四、2009-2012年方便榨菜行业投资建议

第四节 方便榨菜行业投资策略研究

- 一、2008年方便榨菜行业投资策略
- 二、2009年方便榨菜行业投资策略
- 三、2009-2012年方便榨菜行业投资策略
- 四、2009-2012年方便榨菜细分行业投资策略

第十四章 方便榨菜行业投资风险预警

第一节 影响方便榨菜行业发展的主要因素

- 一、2009年影响方便榨菜行业运行的有利因素
- 二、2009年影响方便榨菜行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响方便榨菜行业运行的不利因素
- 四、2009年我国方便榨菜行业发展面临的挑战
- 五、2009年我国方便榨菜行业发展面临的机遇

第二节 方便榨菜行业投资风险预警

- 一、2009-2012年方便榨菜行业市场风险预测

- 二、2009-2012年方便榨菜行业政策风险预测
- 三、2009-2012年方便榨菜行业经营风险预测
- 四、2009-2012年方便榨菜行业技术风险预测
- 五、2009-2012年方便榨菜行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年方便榨菜行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 方便榨菜行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国方便榨菜市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国方便榨菜市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国方便榨菜发展趋势分析

第二节 2009-2012年方便榨菜产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年方便榨菜产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年方便榨菜产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国方便榨菜行业供需预测

- 一、2008-2012年中国方便榨菜供给预测
- 二、2009-2012年中国方便榨菜需求预测
- 三、2009-2012年中国方便榨菜价格预测

第四节 2009-2012年方便榨菜行业规划建议

- 一、方便榨菜行业"十一五"整体规划
- 二、方便榨菜行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年方便榨菜行业规划建议

第十六章 方便榨菜企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、方便榨菜价格策略分析
- 二、方便榨菜渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高方便榨菜企业竞争力的策略

- 一、提高中国方便榨菜企业核心竞争力的对策
- 二、方便榨菜企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响方便榨菜企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高方便榨菜企业竞争力的策略

第四节 对我国方便榨菜品牌的战略思考

- 一、方便榨菜实施品牌战略的意义
- 二、方便榨菜企业品牌的现状分析
- 三、我国方便榨菜企业的品牌战略
- 四、方便榨菜品牌战略管理的策略

图表目录

图表：方便榨菜产业链分析

图表：方便榨菜行业生命周期

图表：2008-2009年中国方便榨菜行业市场规模

图表：2008-2009年全球方便榨菜产业市场规模

图表：2008-2009年方便榨菜重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国方便榨菜行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国方便榨菜行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国方便榨菜行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国方便榨菜竞争力分析

图表：2009-2012年中国方便榨菜市场前景预测

图表：2009-2012年中国方便榨菜市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国方便榨菜发展前景预测

图表：2001-2008年美国方便榨菜市场销售规模

图表：2009-2012年美国方便榨菜市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国方便榨菜市场规模

图表：2002-2008年英国方便榨菜市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国方便榨菜市场规模预测

图表：2008-2012年英国方便榨菜市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国方便榨菜市场规模

图表：2002-2008年德国方便榨菜市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国方便榨菜市场规模预测

图表：2008-2012年德国方便榨菜市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本方便榨菜市场规模

图表：2002-2008年日本方便榨菜市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本方便榨菜市场规模预测

图表：2009-2012年日本方便榨菜市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国方便榨菜市场规模

图表：2002-2008年中国方便榨菜市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国方便榨菜市场规模预测

图表：2009-2012年中国方便榨菜市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业销售成本分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业销售费用分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业管理费用分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业财务费用分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业销售及利润分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业销售利润率分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业资产分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业负债分析

图表：2008-2009年9月方便榨菜行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-9月工业生产主要指标

图表：2008-2009年9月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年9月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-9月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年1-9月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年1月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年1月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年2月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年2月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年3月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年3月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年上半年我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年上半年我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年4月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年4月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年5月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年5月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年6月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年6月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年2季度我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年2季度我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年7月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年7月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年8月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年8月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年9月我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年9月我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年3季度我国方便榨菜产品进口数据

图表：2009年3季度我国方便榨菜产品出口数据

图表：2009年1-9月中国方便榨菜行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国方便榨菜行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国方便榨菜行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国方便榨菜行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国方便榨菜行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国方便榨菜行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国方便榨菜行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制方便榨菜企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量北京市统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量天津市统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量河北省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量吉林省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量上海市统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量江苏省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量浙江省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量安徽省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量福建省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量江西省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量山东省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量河南省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量湖北省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量湖南省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量广东省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量广西区统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量海南省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量四川省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量云南省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量陕西省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量青海省统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-9月方便榨菜产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140382.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。