

2024-2030年中国食品制造 市场环境影响与投资方向调整报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国食品制造市场环境影响与投资方向调整报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/B338272AUP.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2024-04-18

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国食品制造市场环境的影响与投资方向调整报告》介绍了食品制造行业相关概述、中国食品制造产业运行环境、分析了中国食品制造行业的现状、中国食品制造行业竞争格局、对中国食品制造行业做了重点企业经营状况分析及中国食品制造产业发展前景与投资预测。您若想对食品制造产业有个系统的了解或者想投资食品制造行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一篇、宏观环境综述

第一章、2017-2022年中国宏观经济环境

第一节、2022年宏观经济运行环境分析预测

一、2022年中国宏观经济形势回顾

二、2022年第一季度我国经济运行特点

1、经济运行全面过热

2、通胀压力加大

3、信贷再次趋热

4、企业效益继续向好

5、新一轮紧缩序幕拉开

三、2022年全年我国宏观经济运行预测

1、消费品零售总额增长12.5%左右

2、今年贸易顺差预计达1750亿美元

3、全年居民消费价格指数（CPI）将上涨2%左右

4、短期因素扰动今年投资增长不确定性加大

5、大都市圈主体地位进一步凸显

6、消费升级先导型行业引领景气指标攀升

7、消费升级先导型行业引领景气指标攀升

8、财政政策五大取向

9、环境治理投资占GDP比重将达1.5%

10、A股结构性牛市整体上升空间约20%至30%

11、M2增幅16%本币升值3%或4%

第二节、中国食品工业在国民经济中的贡献

一、食品工业对国民经济的市场贡献

二、食品工业对国民经济的资本贡献

三、食品工业对国民经济的就业贡献

第二章、2017-2022年中国食品行业政策环境

第一节、中国食品产业相关政策环境分析

一、2022年新出台食品产业政策

1、2022年北京实行不安全食品强制退出制

2、国家质检总局强化食品生产许可证管理

3、国家质检总局全面开展食品和农产品认证

4、中国拟20年内成世界奶业强国

5、中国食品包装业将实施强制性认证标准

二、食品行业新标准

三、进口食品管理相关政策

第二节、欧盟2022年颁行新食品标准法

第三节、WTO对中国食品市场的影响

一、WTO与我国食品贸易政策

二、WTO对我国食品市场的冲击

第三章、食品行业原材料状况分析

一、我国食品产品的原料及分布概况

二、粮食涨价对食品行业的影响分析

三、食品生产技术分析

1、食品行业技术发展方向

2、食品行业技术创新发展的重点内容

第二节、中国食品行业技术发展状况分析

一、企业成为科技经费投入主体

二、国家重点支持项目取得阶段性成果

三、食品工业高新技术得到普遍应用，基础研究取得进展

四、我国食品行业自主创新成效显著

1、粮油加工业

2、果蔬加工业

3、肉类加工业

4、乳品制造业

5、酿造调味品业

6、食品包装机械工业

五、专业人才培养快速发展，初步形成梯次

六、《中国食品工业协会科学技术奖奖励条例》有力促进了行业科技进步

七、食品工业科技创新发展存在的主要问题

第二篇、2022年食品产业回顾与展望

第四章、世界食品行业发展现状分析

第一节、世界食品行业发展现状分析

一、国际食品行业发展特点

二、国际食品加工业先进性借鉴

1、发达国家食品行业的高加工率、高附加值特点

2、食品机械品种齐全，机械化、自动化程度高

3、发达国家生产的食品机械原料利用率高

第二节、我国食品加工业在国际竞争中的地位

一、资源利用效率定位

二、生产效率定位

三、劳动力优势定位

四、生产规模定位

第三节、欧美食品安全监管的基本原则

一、统一管理原则

二、建立健全法律体系原则

三、实施风险管理原则

四、信息公开透明原则

五、从“农田到餐桌”全程控制和可追溯原则

六、责任主体限定原则

七、参与原则

八、充分发挥消费者作用原则

九、预防为主原则

第五章、2022年中国食品行业运行状况分析与2020年预测

第一节、2022年中国食品市场现状

一、中国食品市场规模

二、中国食品行业特点

第二节、2017-2022年运行情况回顾

- 一、2017-2022年中国食品制造业总产值统计分析
- 二、2022年中国食品制造业企业评价指标统计分析
- 三、2017-2022年中国食品制造业企业盈亏情况分析
- 四、2017-2022年中国食品制造业企业资产结构分析
- 五、2017-2022年我国食品制造业企业产销存统计分析

第三节、2017-2022年食品工业结构难题

一、存在的问题

- 1、食品加工转化增值程度偏低
- 2、食品加工业产品结构不合理
- 3、食品加工业企业规模偏小
- 4、食品工业布局也不尽合理

二、对策及建议

第四节、我国食品加工业的发展趋势预测

- 一、注重和提高食品的卫生安全性
- 二、保存食物原料固有营养成分和提高加工食品的营养价值
- 三、食品的方便化趋势将进一步明朗
- 四、赋予食品一种或多种保健功能
- 五、食品工业企业的机械化、自动化、专业化和规模化之路
- 六、重视合理和正确使用食品添加剂
- 七、现代食品工业与现代生物技术日益结合

第六章、企业地理位置分布特征及变化

第一节、企业地理位置分布图

第二节、亏损面分析

第七章、中国食品市场进出口分析

第一节、2017-2022我国食品进出口分析

一、2017-2022年我国食品出口分析

- 1.形形色色的贸易壁垒
- 2、我国食品出口对策分析

二、2017-2022年我国食品进口分析

- 1、从资料看进口食品
- 2、完全差异化产品独霸中国市场

- 3、进口橄榄油一枝独秀
- 4、进口乳制品独霸高端客户
- 5、进口糖果高调入侵
- 6、进口调味品多渠道进攻

三、2017-2022年我国食品进出口情况简述

第二节、影响我国食品进出口的基本因素分析

一、出口方面

- 1、政策调整导致我国谷物及谷物粉出口能力下降
- 2、“绿色壁垒”及国外反倾销措施阻碍我国食品出口

二、进口方面

- 1、国内需求旺盛带动进口大幅增长
- 2、主要商品价格大幅上扬

第八章、中国食品行业投资状况分析

第一节、中国食品行业投资特性分析

一、行业投资特性分析

- 1、市场绩效分析
- 2、行业投资与收益分析
- 3、所属行业盈利能力分析
- 4、行业偿债能力分析
- 5、行业持续成长能力分析

二、行业壁垒分析

第二节、中国食品行业重要投资建议

一、食用油投资建议

- 1、市场前景分析
- 2、市场壁垒较高，进入难度大
- 3、添加微量元素的食用油值得投资者关注

二、方便食品投资建议

- 1、市场前景分析
- 2、市场壁垒分析

三、肉制品投资建议

- 1、消费趋势分析
- 2、市场前景预测分析

3、市场壁垒主要来自行业竞争

四、其它食品投资建议

1、饼干市场

2、具有特殊功能的保健食品

第三篇、食品细分产业及其市场分析

第九章、食品细分市场调研

第一节、食用油市场调研

一、我国食用油消费状况

二、我国食用油工业发展状况

三、市场产品分析

1、产品种类

2、产品价格

3、产品包装

三、2022年食用油市场调研

第二节、方便食品市场调研

一、方便食品市场发展概述

二、方便面市场调研

1、行业规模分析

2、行业结构与经济效益分析

3、方便面发展的瓶颈分析

三、冷冻方便食品市场调研

四、方便面发展趋势

五、冷冻食品发展趋势

第三节、休闲食品市场调研

一、休闲食品市场现状分析

二、休闲食品消费者分析

1、休闲食品的消费额度呈上升态势

2、增长速度快

3、1元~5元价位的休闲食品最受欢迎

4、休闲食品主要消费对象是青少年

5、主要销售终端是超市

6、喜爱的理由及影响购买的因素

三、休闲食品发展趋势

第四节、肉制品市场调研

一、肉制品市场发展概述

1、国际市场

2、国内市场

二、竞争格局分析

三、肉制品行业发展趋势

第五节、糖果市场调研

一、市场概述

1、世界市场概况

2、国内市场概况

二、巧克力市场

1、前途光明道路曲折

2、中国巧克力急需提升质量与国际接轨

3、中国巧克力创出品牌值得期待

第六节、焙烤食品市场调研

一、市场概况

二、饼干市场

1、市场概况

2、饼干市场发展趋势

三、行业技术发展趋势

1、面包工业

2、饼干工业

3、冷冻饮品行业

4、相关行业的影响

第七节、罐头食品市场

一、罐头食品行业概况

1、原料价格上涨

2、质量风波撼市场

3、贸易壁垒与日增

4、罐头行业当自强

二、国际国内市场格局

三、存在问题分析及发展重点

1、改变增长方式

2、加强原料管理

3、坚持品牌战略

4、实施国内投资前景

四、罐头食品对包装制罐技术的新要求

1、安全性

2、经济性

3、方便性

4、美观性

第十章、食品工业包装技术市场调研

一、中国食品包装机械现状与回顾

二、我国食品包装机械行业的科技走势

1、食品包装机械机电一体化

2、建立包装机械新体系

3、开发设计绿色包装机械

4、企业向专业化、规模化发展

三、国内食品和包装机械行业存在的弊端分析

1、与国外产品的差距大

2、科研开发能力低

3、企业规模小，重复建设严重

四、国外包装机械产需情况分析

1、法国

2、其它欧洲地区

3、俄罗斯

4、美国

5、台湾地区

第四篇、中国食品消费市场分析

第十一章、消费者分析

第一节、中国居民食品消费状况

一、中国人均食品费用支出及变化分析

二、中国居民饮食结构衍变

三、中国居民食品需求发展趋势

第二节、消费者行为分析

一、消费者细分

二、消费者购买食品管道

三、消费者购买食品心理

四、消费者购食品习惯

1、购物方式

2、购物频率

3、支出结构

五、消费者对食品的满意度

六、消费者食品购买主要考虑因素

第三节、食品安全问题对消费者的影响

一、我国食品安全体系

二、食品安全对消费者影响的体现

1、农药、化肥和动植物激素对食品的污染

2、转基因食品悄然进入百姓生?食品安全问题

三、消费者对食品安全的调查分析

1、消费者普遍关注食品安全

2. 消费者最关注的食品安全因素

3、质量安全标识QS知晓情况令人担忧

4、消费者对食品卷标知识了解程度较高

5、生产经营中存在的不诚信行为

6. 保健食品价格虚高,质量一般,夸大宣传

7、确保食品安全的“当务之急”

第十二章、食品区域市场

第一节、上海食品市场调研

一、2022年上海食品制造业各指标情况统计

二、上海食品品牌市场占有率分析

三、整体食品市场现状

第二节、广东食品市场调研

一、广东省食品工业概况

二、广东省食品制造业指标分析

第三节、浙江省食品市场调研

一、浙江省食品工业概况

二、浙江食品制造业优势分析

1、企业优势

2、资源优势

3、区域优势

第四节、中西部食品市场

一、河南省食品工业

二、四川省食品工业

第五篇、食品行业竞争实况解析

第十三章、2022年中国食品市场竞争状况

第一节、2022年食品战略集群分析

一、外资企业

二、民营企业

三、中小企业

第二节、食品企业规模化与多元化发展分析

一、多元化、规模化比较

二、实施多元化的环境

第十四章、中国食品加工业重点企业分析

第一节、顶新国际集团

一、基本情况

二、企业经营及动态分析

第二节、嘉里粮油（中国）有限公司

一、基本情况

二、经营状况分析

三、企业主要动态分析

第三节、统一企业集团

一、基本情况

二、企业主要动态分析

第四节、河南双汇实业集团有限责任公司

一、基本情况

二、经营状况分析

三、企业主要动态分析

第五节、河南思念食品股份有限公司

一、基本情况

1、近期动态：

2、销售额

二、企业主要动态分析

第六节、达能集团

一、基本情况

二、经营状况分析

三、企业主要品种分析

1、鲜乳制品

2、饮料

3、饼干

4、其它产品

四、达能前景及策略

第六篇、食品销售渠道及其策略研究

第十五章、2022年中国食品管道营销策略分析

第一节、2022年食品销售管道分析

一、食品销售管道构成及变化

1、管道体制：由金字塔式向扁平化方向转变

2、管道运作：由总经销商为中心，变为终端市场建设为中心

3、管道建设：由交易型关系向伙伴型关系转变

二、企业设计管道步骤

1、管道设计的基本原则是

2、新产品管道推进四步走

第二节、食品经销商管理及管理要点

一、如何选择经销商

二、如何激励经销商的销售

三、如何防范经销商冲突

四、如何保持终端竞争力

第三节、食品终端管理详解

第十六章、2022年中国食品市场营销策略分析

第一节、中国食品市场价格分析

第二节、2022年食品企业广告分析

一、食品广告策略分析

二、2017-2022年食品行业投放网络广告成为新热点

1、概况

2、广告主代表—可口可乐

3、网络广告将成为食品行业广告投放新趋势

第三节、食品企业促销行为分析

一、缺乏深度开发产品的内涵

二、开展促销创新必须了解管道—价值链

三、促销创新需要小心呵护好价格

四、消费者的不同的消费行为成为促销创新的原点

五、促销创新是对营销全面而系统的理解

第四节、食品包装发展状况分析

一、食品包装基本概况

二、食品包装设计发展

三、食品包装的环保政策导向

四、食品包装参与国际竞争变化趋势

第五节、食品市场的品牌策略分析

一、现有企业采用的品牌策略分析

二、食品品牌管理概要

1、品牌战略规划与管理实质

2、创建强势大品牌及品牌战略管理

第七篇、食品行业发展新趋势与策略

第十七章、中国食品行业发展趋势分析预测

第一节、2017-2022年中国食品市场发展预测分析

一、宏观经济发展，人民可支配收入提高

二、消费结构的升级

三、农村增收计划带动农村消费增长

四、所得税并轨食品饮料公司将受益

五、食品安全问题突出加速行业整合

第二节、2017-2022年食品业可能面临的问题及挑战

一、方便化

- 1、主食方便食品
- 2、副食方便食品
- 3、速冻食品
- 4、传统食品的方便化

二、工程化

- 1、营养强化食品
- 2、模拟仿真食品

三、功能化

四、专用化

五、国际化

第十八章、中国食品行业主要细分市场发展趋势分析

第一节、小包装食用油市场发展趋势分析

第二节、烘焙食品及糖果制品的发展趋势分析

- 一、产量稳步、持续增长
- 二、安全、健康位于首位
- 三、产品创新多元化
- 四、保健、功能性产品发展迅速
- 五、低能量、无糖产品开发增长

第三节、我国“休闲”食品市场发展趋势

- 一、越来越贴近人的饮食习惯和心理，要适口
- 二、符合人的购买和消费习惯与心理
- 三、行业法规及宏观调控的拉动和改变
- 四、某些突发事件造成新的休闲产业机会
- 五、区位优势差异化优势在食品中成为附加价值中很重要的部分

第四节、全国食品工业“十三五”及2020年发展规划

- 一、“十三五”以健康为本
 - 1、“十三五”食品工业发展规划更加注重营养，提高质量
 - 2、我国现在食品工业以中小企业为主，知名品牌还很少
 - 3、我们强调推动资源的精深加工，提高转化增值的能力
 - 4、规范行业准入制，以确保食品的质量，提高食品的安全水平
- 二、食品工业发展的基本预测

三、食品工业行业和产品发展重点

- 1、粮食、油脂食品加工产业
- 2、奶业、畜禽、水产类食品产业
- 3、果蔬、饮料、制糖产业
- 4、方便食品、罐头产业
- 5、营养保健食品工业
- 6、调味品、食品添加剂工业
- 7、酿酒、发酵制品工业
- 8、食品 and 食品包装机械工业

四、“十三五”时期主要措施

第十九章、中国食品行业面临的危机及解决对策

第一节、中国食品物流面临的困难

- 一、我国食品行业的缺陷
- 二、物流对食品行业的意义
- 三、我国食品物流的出路
- 1、食品企业与3PL合作
- 2、行业协会合作，共同完善食品物流的法规和制度
- 3、引进先进的物流人才和物流管理软件，构建食品供应链物流管理战略

第二节、食品行业投资策略分析

- 一、加速推动传统食品的技术转型规划
- 二、产品质量并重以研发为基石
- 三、建立核心技术发挥竞争优势
- 四、开发市场加强内销拓展外销
- 五、策略联盟、合作深化、专业分工
- 六、加速推动食品业实施电子商务化
- 七、促进产、制、储、销之同步发展，建立共同品保体系
- 八、促进食品关联性产业技术升级及发展
- 九、制定食品关联性产业投资策略与措施。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/B338272AUP.html>