



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国食品饮料行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国食品饮料行业市场分析及发展趋势研究报告》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/44457.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

【 描述 】

本报告宜在为商业银行投资信贷和食品饮料行业的发展战略提供服务，报告通过对食品饮料行业现状发展的分析，总结我国食品饮料行业的发展趋势，报告对食品饮料行业的子行业的发展需求状况及其市场结构分别做了细致的分析，对食品饮料行业的投资方面做了建设性的分析。报告并没有对肉制品行业的有关专题展开具体研究和探讨。本报告观点仅供参考。

本报告约有6.5万字，共93页，表格46个，图28个，本报告共分六部分。第一部分为第一、二章，分析了国际食品饮料行业总体的发展状况，并对德国的食品饮料市场做了分析。然后，对我国的食品饮料行业的发展现状，生产、销售及其消费结构做了分析；第二部分为第三章，从我国食品饮料行业的产业组织结构、产业集中度及其运营效益方面做了分析；第三部分为第四、五、六章，对食品饮料行业的子行业方便食品行业、软饮料行业和酒精类行业的市场发展及其市场需求状况做了分析；第四部分为第七、八章，分析了食品饮料行业的总体市场需求状况，对消费者的消费趋势做了分析，并从发展和消费方面分析了影响我国食品饮料行业发展的因素；第五部分为第九章，重点分析了我国食品饮料类上市公司总体概况、财务状况，第六部分为第十章，对我国食品饮料行业的投资机会、投资风险做了分析，并对投资方面提出了几点建议。

本报告所持有的一些观点：

在全球发展速度最快的5大食品和饮料品类当中，研究发现有3个是饮料，其中发展势头最猛的当属精制酒精饮料，我国的饮品消费尚处在基本消费阶段，人均消费量与发达国家及世界人均水平相比差距相当大，所以具有极其巨大的市场开发潜能，发展前景非常乐观。

食品加工业的集中度很低，无论是禽蛋、猪肉、牛羊肉还是水果产业，均处于一种介于垄断竞争和完全竞争之间的状态。这是由于它们均处于初级产品加工，行业附加值低，市场进入容易而决定的。

我国的方便主食品市场正处于完全竞争和垄断竞争之间、相对更接近完全竞争的一种情况。目前，我国饮料品种已由单一的汽水发展成为包括碳酸饮料、果汁饮料、蔬菜汁等十大类

。

到2005年食品消费支出比重占全国居民消费的42%，仍为居民消费比重之首。从食品结构上看，我国居民食品结构发生较大变化，自给型食品消费比重逐步下降，一些营养、方便、休闲、绿色等新型工业化食品将有较大需求增长潜力。传统食品消费更加趋向卫生、营养和保健。

从行业投资机会来看，我们认为2006年食品饮料行业的投资机会仍将主要存在于饮料制造业(主要是酒制造业)中，饮料制造业投资机会仍要多于食品加工与食品制造业。从投资方面应关注品牌影响力大的企业，并要关注细分的市场机会。

【 目录 】

前言 1

第一章 国际食品饮料行业发展状况 1

第一节 世界食品饮料行业发展现状 1

第二节 国际食品工业生产和消费趋势 1

第三节 德国食品饮料行业市场概况 2

第二章 中国食品饮料行业发展状况 4

第一节 食品饮料行业的发展现状 4

第二节 新型食品饮料的发展 5

(一) 政府政策的扶持与“绿色食品”的兴起 5

(二) 国际市场导向与我国有机食品的发展 7

第三章 食品饮料行业的产业组织分析 10

第一节 食品饮料行业的企业竞争状况 10

第二节 食品饮料各行业的集中度分析 10

第三节 食品饮料行业运营效益分析 12

第四章 食品行业的市场分析 14

第一节 方便主食品行业分析 14

- (一) 方便主食品行业发展 14
- (二) 方便主食品市场潜力 16
- (三) 最主要的方便主食品市场——方便面市场 16
- (四) 方便面食品发展趋势分析 21

第五章 我国软饮料产业分析 23

第一节 中国软饮料行业近几年总体发展状况 23

第二节 软饮料行业竞争性分析 25

- (一) 竞争力分析 25
- (二) 软饮料行业品牌竞争态势 26
- (三) 软饮料行业广告竞争分析 27
- (四) 行业竞争趋势 28

第三节 碳酸饮料行业分析 29

- (一) 碳酸饮料行业的发展现状 29
- (二) 碳酸饮料的生产情况与市场竞争分析 29
- (三) 碳酸饮料市场的需求分析 30

第二节 我国瓶装饮用水行业分析 31

- (一) 天然矿泉水行业的现状 31
- (二) 天然矿泉水的资源占用情况 31
- (三) 天然矿泉水行业的发展潜力 33
- (四) 天然矿泉水行业的生产情况 34
- (五) 天然矿泉水行业的资产质量分析 34

第四节 我国茶饮料行业分析 36

- (一) 茶饮料行业发展现状 36
- (二) 茶饮料的竞争特点 37
- (三) 茶饮料的行业资产质量分析 37
- (四) 茶饮料市场需求趋势 39

第三节 果蔬饮料行业分析 40

- (一) 中国果蔬饮料行业的发展和现状 40
- (二) 果蔬饮料的生产情况与市场竞争分析 41

- (三) 中国果蔬饮料行业的资产质量分析 41
- (四) 果蔬饮料市场需求分析 43
- (五) 中国果汁饮料市场的发展趋势预测 43

第六章 酒精饮料市场市场分析 1

第一节 白酒行业分析 1

- (一) 中国白酒工业发展概况 1
- (二) 白酒市场的潜力与竞争情况 2
- (三) 我国白酒行业的资产质量分析 3
- (四) 白酒行业的政策分析 4

第三节 啤酒行业分析 5

- (一) 中国啤酒行业发展现状 5
- (二) 啤酒行业的生产情况和市场竞争分析 6
- (三) 啤酒行业的资产质量分析 7
- (四) 啤酒市场的需求分析 8

第二节 葡萄酒行业分析 9

- (一) 中国葡萄酒行业发展现状 9
- (二) 葡萄酒行业的发展潜力 10
- (三) 葡萄酒的生产情况 10
- (四) 葡萄酒行业的资产质量分析 11

第七章 中国食品饮料市场需求分析 13

第一节 中国食品饮料市场的总规模和地区结构 13

第二节 中国食品饮料行业的产品结构 13

- (一) 食品行业的产品结构 13
- (二) 软饮料行业的产品结构 14
- (三) 酒精饮料市场的产品结构 15

第三节 食品饮料行业消费者消费趋势分析 15

第四节 食品饮料行业的消费者结构分析 18

第八章 影响中国食品饮料行业的因素分析 19

第一节 影响食品饮料行业发展的因素 19

(一) 农产品因素	19
(二) 安全问题影响食品饮料行业的可持续发展	19
第二节 影响食品饮料行业消费的因素	20
(一) 消费需求和消费结构的变化	20
(二) 季节因素对食品饮料行业的影响	20

第九章 食品饮料类的上市公司分析 22

第一节 食品饮料类上市公司总体概况 22

第二节 食品饮料行业上市公司价值分析 23

第三节 食品饮料类上市公司分类评价 25

(一) 乳业类	25
(二) 酿酒类	27
(三) 食糖类	29
(四) 其它食品饮料	30

第四节 食品饮料行业上市公司财务状况分析 30

(一) 企业盈利能力及运营概况	30
(二) 企业的偿债能力分析比较	34

第十章 我国食品饮料行业投资性分析 1

第一节 食品饮料业投资机会分析 1

第二节 投资风险分析 4

(一) 行业长期偿债能力的横向比较	4
(二) 行业盈利能力的横向比较	4
(三) 各行业资产运营效率的横向比较	6

第三节 投资相关建议 6

(一) 投资品牌影响力大的企业	6
(二) 对于债权持有人的建议	8
(三) 对于行业潜在进入者的建议	8
(四) 关注细分行业	9

表 目 录

表2?1 绿色食品标志申请人的条件	5
-------------------	---

表2?2 绿色食品的主导产品	7
表2?3 有机食品必须符合的条件	8
表3-1 2005年食品饮料行业龙头企业基本情况	11
表3-2 2005年食品饮料行业总体行业运营指标情况	12
表4?1 方便主食品行业的主要生产企业和批发商	15
表4?2 最主要的四个城市的市场份额——方便主食品	18
表4?3 方便面市场的消费者类型分析	20
表5?1 碳酸饮料行业的主要生产企业和批发商	30
表5?2 天然矿泉水资源开采情况	32
表5?3 天然矿泉水行业的主要生产企业和批发商	34
表5-4 我国天然矿泉水行业总体资产情况	34
表5?5 我国天然矿泉水行业的主要财务指标	35
表5?6 天然矿泉水行业盈利企业综合分析	35
表5-7 天然矿泉水行业销售收入最大的10家企业综合分析	35
表5?8 茶饮料行业的主要生产企业和批发商	36
表5?9 茶饮料行业的基本指标	38
表5-10我国茶饮料行业的主要财务指标	38
表5?11 茶饮料行业盈利企业的资产情况	38
表5?12 茶饮料行业销售收入最大的10家企业综合分析	39
表5?13 果蔬饮料行业的主要生产企业和批发商	41
表5?14 我国果蔬饮料行业的总体资产情况	41
表5-15 我国果蔬饮料行业的主要财务指标	42
表5?16 果蔬饮料行业盈利企业的资产情况	42
表5?17 果蔬饮料行业销售收入最大的10家企业综合分析	43
表格6?1 白酒行业的主要生产企业和批发商	1
表6?2 我国白酒行业总体资产情况	3
表6?3 2005年我国白酒行业的主要财务指标	3
表6?4 白酒行业销售收入最大的10家企业综合分析	4
表6?5啤酒行业的主要生产企业和批发商	6
表6?6 1999-2005年我国啤酒行业总体资产情况	7
表6?7 葡萄酒行业的基本指标	9
表6?8 葡萄酒行业的主要生产企业和批发商	10

表6?10 我国葡萄酒行业总体资产情况	11
表6?11 我国葡萄酒行业的主要财务指标	11
表6?12葡萄酒行业盈利企业的资产情况	12
表6?13 酒行业销售收入最大的10家企业综合分析	12
表8?1 季节因素对饮料消费的影响	21
表9?1 沪深交易所的食品饮料类上市公司一览表	22
表9?2 全国四个直辖市人均鲜乳品的消费量	26
表9-3 1995-2005年我国城镇居民人均鲜乳、酸奶、奶粉消费量变化表	26
表9?4 2003 - 2005年盈利能力情况比较	30
表9?5 2003 - 2005.短期偿债指标	34
表9?6 2003 - 2005.9公司的资本结构指标比较	35
表10-1 品牌价值超过50亿的上市公司	7
表10?1 长期贷款的安全评价和政策建议	8
表10?2 食品饮料各个行业的盈利能力评价	8

图 目 录

图1-12004年德国食品饮料消费结构	2
图2-1 2004 - 2005年食品饮料行业发展能力指数	4
图2?1 绿色食品的类别比例	6
图3?1食品饮料各行业的亏损比例	10
图3?2食品饮料各行业的销售利润率比较	12
图3?3食品饮料各行业的资产保值增值率比较	13
图4-1 1999 - 2005年方便主食品行业工业增加值	14
图4?2主要方便面品牌的市场份额	17
图5-1 1999 - 2005年中国软饮料市场表观需求额发展速度	23
图5-2 2005年上半年软饮料行业运行情况	24
图5-3 软饮料行业主要品牌竞争力	26
图5-4 2003 - 2004年各类软饮料电视广告投入情况	27
图6-1 1998-2005年我国啤酒产量	5
图6?2 2005年啤酒行业盈利与亏损比例	7
图7?1 软饮料市场的产品结构（按销售收入比较）	14
图7?2 软饮料市场的产品结构（按利润比较）	14

图7?3 酒精饮料市场的产品结构（按销售收入比较） 15

图7?4 酒精饮料市场的产品结构（按利润比较） 15

图9-2 2003 - 2005年重点上市公司净资产收益率比较 31

图9-3 2003 - 2005年重点上市公司主营业务利润率比较 31

图9-4 重点企业流动比率图比较 34

图9-5 各重点企业速动比率图比较 34

图9?6 重点企业公司股东权益比率比较图 35

图9-7 重点企业负债权益比率比较图 36

图10?1 食品饮料各行业的资产负债率比较 4

图10?2 食品饮料各行业的销售利润率比较 4

图10?3 食品饮料各行业的权益利润率比较（%） 5

图10?4 食品饮料各行业的总资产周转率和流动资产周转率比较 6

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44457.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专业提供投资咨询报告、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。