



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国食品行业市场分析及 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/44460.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](mailto: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

随着全球经济一体化进程的加快，我国食品市场竞争日趋激烈。世界食品跨国集团纷纷进军中国，在我国建立起合资或独资企业，大肆并购我国知名品牌。在这样的背景下，我国食品工业将走向何方？预计，食品行业在未来的5-10年内仍将保持持续发展态势，到2010年食品包装机械总产值达到785亿元，其中食品机械470亿元，包装机械315亿元。

我国的食品企业该如何在与跨国企业同场竞技中扬长避短、走出一条适合自己的发展道路？企业面临怎样机遇与挑战？我国食品企业如何发展加工技术，加强质量管理，与世界要求接轨，提高我国食品企业形象？面对更加开放的国际市场，中国食品行业凭什么走出国门？近几年来，食品安全问题引起了全世界的关注。与发达国家相比，我国食品工业在加工技术、质量管理等方面还存在较大差距，我国食品企业如何发展加工技术，加强质量管理，与世界要求接轨，提高我国食品企业形象？成为当前我国食品工业急需解决的首要问题。

本研究咨询报告依据国家统计局、中国食品工业协会、国家海关总署、国民经济景气监测中心、国内外相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内食品行业市场发展状况进行了深入的比较分析，在总结我国食品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面的影响因素，对我国食品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。重点剖析了我国食品行业各主要细分市场的发展状况、竞争格局、发展趋势以及在WTO背景下如何把握机遇和克服挑战。报告数据详实、分析客观、结构合理、条理清楚，从宏观着眼、以微观入手，揭示了我国食品行业新的发展机遇以及面对当前问题的可操作性解决方案。报告还对国家相关政策进行了介绍和政策趋向判研，是生产企业、科研单位、食品商业企业等单位准确了解目前中国食品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

### 第一部分 行业发展概况

#### 第一章 中国食品行业发展现状分析 1

##### 第一节 中国食品行业发展概述 1

###### 一、行业定义与分类 1

###### 二、中国食品行业发展现状分析 4

三、2006年我国食品市场发展特点分析	8
第二节 中国食品行业经济运行状况分析	11
一、供需状况分析	11
二、经济运行状况分析	13
三、经济运行特点分析	16
四、市场价格分析	17
第三节 中国食品行业发展特点分析	20
一、食品行业发展需要指挥棒	20
二、食品包装标准	21
三、企业进入微利时代、优胜劣汰步伐加快	22
四、业界目光投向物流，盈利空间顿时显现	23
五、结构优化、消费需求向名牌产品集中	24
六、食品安全问题迫在眉睫	24
第二章 国际食品行业发展现状分析	25
第一节 国际食品行业发展现状分析	25
一、国际食品行业发展现状	25
二、国际食品行业发展特点	26
三、国际食品包装容器的发展特点	30
第二节 主要国家食品行业现状及发展趋势分析	31
一、瑞士食品概况	31
二、意大利食品工业和市场概况	36
三、美国食品市场政策	39
四、日本食品市场	40
五、鲜面食品将挑战方便面霸主地位	41
六、瑞典食品工业及食品市场	42
第三节 国际食品需求变化分析	48
一、国际食品需求预测	48
二、国际食品贸易现状	48
三、国际食品标准的现状与展望	49
四、食品安全与食品消费	52
第四节 国际食品添加剂发展现状与趋势	53

## 第五节 世界植物油价格分析与展望 54

### 一、印度植物油供需展望 54

### 二、世界植物油供需 55

## 第二部分 市场现状分析

## 第三章 中国食品行业主要产品市场分析 57

### 第一节 中国食品行业植物油市场分析 57

#### 一、市场发展概述 57

#### 二、食用油价格短暂上扬 58

#### 三、我国小包装食用油市场发展分析 59

### 第二节 中国食品行业方便食品市场分析 65

#### 一、市场发展概况 65

#### 二、方便面市场空间巨大 68

#### 三、方便面调味料市场分析 69

#### 四、冷冻方便食品市场分析 72

### 第三节 中国食品行业粮食市场分析 79

#### 一、市场发展概况 79

#### 二、市场发展预测 81

### 第四节 中国食品行业肉制品市场分析 82

#### 一、市场发展概述 82

#### 二、肉制品标准 83

#### 三、存在的主要问题分析 87

### 第五节 中国食品行业糖果市场分析 93

#### 一、市场发展状况分析 93

#### 二、巧克力市场发展分析 94

### 第六节 中国食品行业焙烤食品市场分析 100

#### 一、市场发展概况 100

#### 二、饼干市场分析 102

#### 三、面包市场分析 108

#### 四、糕点市场分析 110

#### 五、行业发展趋势及预测 116

### 第七节 中国食品行业休闲食品市场分析 118

## 第八节 2005-2006年主要食品产量分析 121

### 一、含糖食品产量 121

### 二、主要产品产量分析 123

## 第四章 中国食品行业添加剂市场分析 125

### 第一节 中国食品行业添加剂市场分析 125

#### 一、市场发展概述 125

#### 二、我国食品添加剂主要产品分析 128

### 第二节 中国食品添加剂市场现状及发展趋势 131

#### 一、全球食品添加剂市场特点及发展趋势 131

#### 二、国内食品添加剂市场发展现状 133

### 第三节 我国食品添加剂的发展前景 141

#### 一、食品添加剂国际贸易的主要力量 141

#### 二、食品添加剂工业发展前景 142

## 第五章 中国食品行业进出口状况分析 143

### 第一节 中国食品行业进口状况分析 143

#### 一、市场发展概况 143

#### 二、市场发展现状 144

### 第二节 中国食品行业出口状况分析 146

#### 一、中国食品出口结构特点 146

#### 二、中国食品出口面临的难题 146

## 第六章 中国食品行业市场营销状况分析 151

### 第一节 中国食品行业营销上存在的问题分析 151

#### 一、企业营销观念的落后 151

#### 二、企业对整体产品概念理解模糊 152

#### 三、企业品牌意识淡薄 152

#### 四、企业患有市场营销近视症 153

#### 五、销售渠道的网络不健全 153

#### 六、不注重市场细分和目标市场 155

### 第二节 中国食品行业营销策略分析 159

一、产品营销策略 159

二、广告策略分析 164

### 第三部分 竞争格局分析

第七章 中国食品行业竞争状况分析 171

第一节 中国食品行业植物油市场竞争分析 171

一、市场竞争格局 171

二、主要企业品牌竞争策略分析 173

三、植物油经济指标 175

第二节 方便食品市场竞争分析 180

一、方便面市场竞争状况 180

二、速冻食品市场竞争状况 182

三、方便食品制造经济指标 184

第三节 休闲食品市场竞争分析 188

第四节 肉制品市场竞争分析 190

一、市场竞争概况 190

二、肉制品加工经济指标 191

第五节 糖果市场竞争分析 197

一、市场竞争概况 197

二、巧克力市场竞争格局 198

三、糖果及巧克力制造经济指标 199

第六节 焙烤食品市场竞争分析 202

一、饼干市场竞争状况 202

二、糕点市场竞争状况 203

三、糕点及面包制造经济指标 204

第七节 中国食品行业竞争趋势分析 208

一、包装竞争 208

二、品牌竞争 209

三、食品包装机械业存在问题 209

第八章 中国市场食品行业主要企业分析 212

第一节 河南双汇投资发展股份有限公司 212

一、企业基本状况	212
二、筹资情况	213
三、财务分析	214
第二节 江苏雨润集团	216
一、企业基本状况	216
二、发展战略	218
第三节 冠生园(集团)有限公司	218
一、企业基本状况	218
二、综合分析	220
第四节 河北华龙食品集团有限公司	220
一、企业基本状况	220
二、发展战略	221
第五节 中国粮油食品进出口(集团)公司	222
一、企业基本状况	222
二、公司新动态	223
三、发展战略	225
第六节 上海梅林正广和(集团)有限公司	226
一、企业基本状况	226
二、财务状况	227
三、发展战略	228
第七节 中国金丝猴集团	229
一、企业基本状况	229
二、产品分析	231
三、发展战略	233
第九章 中国食品行业与WTO	234
第一节 WTO对中国食品行业的影响因素分析	234
一、有利因素分析	235
二、不利因素分析	235
第二节 中国食品行业如何应对WTO挑战	236
第四部分 行业发展趋势	



第十章 中国食品行业发展趋势及预测分析	239
第一节 中国宏观经济环境分析	239
一、食品制造及加工业景气	239
二、人民币升值对食品产业的影响	240
第二节 中国食品行业发展趋势分析	242
一、消费升级带动食品产业行业增长	242
二、巨大的消费市场潜力	243
三、功能化趋势	243
四、国际化趋势	244
第三节 中国食品工业包装技术发展分析	245
一、食品技术设备的主要发展方向及目标	245
二、重点发展项目	246
第四节 中国食品工业"十一五"发展规划分析	246
第十一章 中国食品行业主要产品发展趋势	248
第一节 食用植物油市场发展趋势及预测	248
一、发展趋势分析	248
二、油类形势及展望	250
第二节 方便食品市场发展趋势分析	252
一、方便面市场发展趋势	252
二、冷冻食品发展趋势	253
第三节 休闲食品业最新热点及发展趋势预测	254
一、饼干的形状趋于多样化	254
二、咸味取代甜味	255
三、方形饼干	255
四、方便餐趋势	256
第四节 肉制品市场发展趋势分析	257
一、我国肉制品行业发展趋势	257
二、世界肉类产品的发展趋势	259
第五节 糖果市场发展趋势分析	260
一、总体趋势	260
二、功能趋向多样化	261

- 三、包装精美化 261
- 四、市场预测 262
- 第六节 焙烤食品市场发展趋势及预测 262
  - 一、产量趋势 262
  - 二、安全健康位于首位 263
  - 三、产品创新多元化 264
  - 四、行业调整及发展思路 265

## 第十二章 中国食品行业发展对策分析 267

### 第一节 中国食品行业SWOT分析 267

- 一、中国食品行业优势(Strengths) 267
- 二、中国食品行业劣势(Weaknesses) 268
- 三、中国食品行业机会(Opportunities) 269
- 四、中国食品行业威胁(Threats) 270

### 第二节 中国食品行业发展战略分析 271

- 一、食品行业供应链管理实现模式攻略 271
- 二、新的发展策略 273
- 三、发展食品行业的营销策略分析 274

### 第三节 中国食品行业投资方向分析 279

- 一、行业投资特性分析 279
- 二、食品行业物流的投资趋势 280
- 三、固定资产投资分析 284

## 图表目录

- 图表：食品行业的分类 2
- 图表：不同水活度范围的主要食品种类 2
- 图表：2005年1-12月食品资产及资金变化 11
- 图表：2005年1-12月工业总产值和销售收入增长情况 17
- 图表：2005年1-12月主要食品消费价格变化 18
- 图表：2005年1-12月出厂价格指数 18
- 图表：2005年1-12月食品制造业累计产成品 19
- 图表：2005年1-12月食用植物油加工累计产成品 60

图表：2005年1-12月食用植物油加工累计产品销售收入 61

图表：2005年1-12月食用植物油加工累计产品销售成本 63

图表：2005年1-12月食用植物油加工累计利润总额 64

图表：部分国家和地区冷冻方便食品年人均消费量 73

图表：世界冷冻食品产品品种结构图 73

图表：2005年1-12月方便食品制造累计产品销售成本 74

图表：2005年1-12月方便食品制造累计产成品 75

图表：2005年1-12月方便食品制造累计产品销售收入 76

图表：2005年1-12月方便食品制造累计利润总额 77

图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工累计产成品 88

图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工累计产品销售收入 89

图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工累计产品销售成本 90

图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工累计利润总额 92

图表：2000-2005年我国巧克力产值产量 95

图表：2005年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造累计产成品 95

图表：2005年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造累计利润总额 97

图表：2005年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造累计产品销售收入 98

图表：2005年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造累计产品销售成本 99

图表：2005年1-12月饼干及其他焙烤食品制造累计产成品 103

图表：2005年1-12月饼干及其他焙烤食品制造累计产品销售收入 105

图表：2005年1-12月饼干及其他焙烤食品制造累计利润总额 106

图表：2005年1-12月饼干及其他焙烤食品制造累计产品销售成本 107

图表：2005年1-12月糕点、面包制造累计利润总额 109

图表：2005年1-12月糕点、面包制造累计产成品 112

图表：2005年1-12月糕点、面包制造累计产品销售收入 114

图表：2005年1-12月糕点、面包制造累计产品销售成本 115

图表：休闲食品消费者乐意接受的价格范围图 119

图表：中国休闲食品分类 120

图表：2005年1-12月主要含糖食品累计产量同比增长 122

图表：2005年6月主要含糖食品累计产量同比增幅 123

图表：2005年1-12月主要农副产品产量增长情况 124

图表：2005年国际审核通过食品添加剂细分数量 130

图表：国内外酶制剂种类对比 131

图表：2000-2005年国内食品添加剂市场增长情况 135

图表：2005年国内食品添加剂市场销售额预测 135

图表：2000-2005年添加剂种类变化情况 136

图表：2000-2005年添加剂在食品工业中所占比例 136

图表：国内主要添加剂使用情况 137

图表：添加剂用户满意度 138

图表：添加剂用户采购过程中考虑的因素 139

图表：添加剂用户添加剂信息获取渠道 139

图表：添加剂用户采购渠道构成 140

图表：添加剂用户采购频率分布 140

图表：添加剂用户对添加剂市场发展的预期 141

图表：2005年8月肉及鱼制品进出口总值 144

图表：2005年1-12月食品产品进口数量增长情况 145

图表：2005年8月谷物粉制品及糕饼进出口总值 148

图表：2005年8月杂项食品进出口总值 148

图表：2005年1-12月食品出口交货值增长情况 149

图表：2005年1-12月食品产品出口数量增长情况 150

图表：2005年1-12月食品销售值和产成品增长情况 155

图表：2005年1-12月食品制造业累计产品销售收入 156

图表：2005年1-12月食品制造业累计产品销售成本 157

图表：2005年1-12月食品制造业累计利润总额 158

图表：2005年1-12月我国食品利润和亏损增长情况 167

图表：2005年1-12月我国食品销售成本和销售费用变化 168

图表：2005年1-12月食品管理和财务费用变化 169

图表：2005年1-12月食品制造业人均销售率 170

图表：植物油竞争策略特点 175

图表：2005年1-12月食用植物油加工资金利润率 175

图表：2005年1-12月食用植物油加工产值利税率 177

图表：2005年1-12月食用植物油加工产成品资金占用率 178

图表：2005年1-12月食用植物油加工人均销售率 179

图表：2005年1-12月方便食品制造资金利润率 184

图表：2005年1-12月方便食品制造产值利税率 185

图表：2005年1-12月方便食品制造产成品资金占用率 186

图表：2005年1-12月方便食品制造人均销售率 187

图表：消费者消费得最多的休闲食品类别比较图 190

图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工资金利润率 191

图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工产值利税率 193

图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工产成品资金占用率 194

图表：2005年1-12月屠宰及肉类加工人均销售率 195

图表：2005年中国肉类食品行业50强规模企业 196

图表：2005年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造人均销售率 199

图表：2005年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造资金利润率 200

图表：2005年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造产值利税率 201

图表：2005年1-12月糕点、面包制造资金利润率 204

图表：2005年1-12月糕点、面包制造产值利税率 205

图表：2005年1-12月糕点、面包制造人均销售率 207

图表：2005年9月河南双汇投资发展股份有限公司主要股东 213

图表：2004-2005年河南双汇投资发展股份有限公司股本结构 214

图表：2004-2005年河南双汇投资发展股份有限公司每股指 214

图表：2004-2005年河南双汇投资发展股份有限公司利润构成 214

图表：2004-2005年河南双汇投资发展股份有限公司获利能力 215

图表：2004-2005年河南双汇投资发展股份有限公司经营能力 215

图表：2004-2005年河南双汇投资发展股份有限公司资本结构 215

图表：2004-2005年河南双汇投资发展股份有限公司发展能力 215

图表：2004-2005年河南双汇投资发展股份有限公司现金流量 216

图表：2004-2005年上海梅林正广和股份有限公司利润构成 227

图表：2004-2005年上海梅林正广和股份有限公司资本结构 227

图表：2004-2005年上海梅林正广和股份有限公司获利能力 227

图表：2004-2005年上海梅林正广和股份有限公司现金流量 228

图表：2004-2005年食品制造及加工业景气指数 239

图表：2005年进入国内的主要国外企业 280

图表：重点公司投资预测 280

图表：2005年1-12月农副产品加工固定资产投资增长 284

图表：2005年1-12月食品制造业固定资产投资增长 285

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44460.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](http://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。