



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国农产品深加工 行业研究年度报告

一、调研说明

《2007-2008年中国农产品深加工行业研究年度报告》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/47999.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

一、行业发展环境分析 1

(一) 行业定义及范围界定 1

1、饮品类 1

2、初加工食品 1

3、深加工食品 1

4、发展历史回顾 1

(二) 经济分析 2

1、经济增长 2

2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 3

3、城镇人员从业状况 3

4、存贷款利率变化 4

5、财政收支状况 5

6、人民币汇率变化 6

(三) 社会分析 6

1、人口规模分析 6

2、年龄结构分析 7

3、学历结构分析 8

(四) 政策法律分析 9

1、“十一五”规划对加工企业的结构调整 9

2、提高自主创新能力，加快技术进步 9

(五) 技术分析 10

1、技术创新层出不穷 10

2、产品生产与包装技术不断升级 10

二、国际市场分析 11

(一) 市场供需分析 11

1、消费者行为特征 11

2、市场规模 12

3、需求结构 12

4、供需平衡分析	13
(二) 价格分析	15
1、历年价格波动	15
2、价格波动的主要原因	16
(三) 国际区域市场	17
1、国际市场结构	17
2、北美地区	17
3、欧盟各国	18
4、拉美地区	18
三、国内市场分析	20
(一) 市场需求分析	20
1、消费者行为特征	20
2、市场规模	21
3、需求结构	22
(二) 供给能力分析	23
1、供应总量	23
2、供给结构	24
3、供需平衡分析	26
(三) 价格分析	27
1、历年价格波动	27
2、价格波动的主要原因	28
(四) 国内区域市场	30
1、市场结构	30
2、重点地区市场分析	32
(五) 品牌市场结构	34
(六) 市场特征分析	35
1、食品饮料产品品牌分析	35
2、市场特征概括	36
四、市场竞争分析	37
(一) 集中度分析	37

1、行业前四名市场占有率 37

2、集中度状态描述及趋势 37

(二) 价值链分析 38

1、产品制造 38

2、包装 38

3、库存环节 38

4、分销环节 38

5、市场零售环节 39

6、客户公关 39

(三) 行业生命周期分析 39

(四) 替代产品分析 40

(五) SWOT分析 41

1、优势(S) 41

2、劣势(W) 41

3、机会(O) 41

4、威胁(T) 41

五、主要厂商分析 43

(一) 五粮液集团有限公司 43

1、公司简介 43

2、经营分析 43

3、财务分析增长 44

(二) 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 46

1、公司简介 46

2、经营分析 46

3、财务分析 47

(三) 河南双汇集团 50

1、公司简介 50

2、经营分析 50

3、财务分析 51

(四) 青岛啤酒股份有限公司 53

1、公司简介 53

2、经营分析 54

3、财务分析 55

六、行业发展趋势分析 58

(一) 行业(市场)发展趋势 58

1、产品品种预测 58

2、价格预测 58

(二) 行业(市场)规模预测 59

1、数据 59

2、线形回归 59

3、预测 60

七、行业风险评价 61

(一) 宏观经济波动风险 61

(二) 政策风险 61

(三) 供给风险 62

(四) 需求风险 62

(五) 价格风险 62

(六) 财务风险 62

八、行业(市场)发展策略与建议 63

(一) 产品策略 63

(二) 价格策略 63

(三) 渠道策略 63

1、采购渠道 64

2、分销渠道 64

3、融资渠道 64

4、公关渠道 64

(四) 销售策略 64

1、主力厂商销售策略 64

2、成长性厂商销售策略 65

(五) 服务策略 65

- 1、对主力厂商的建议 65
- 2、对成长性厂商的建议 66
- (六) 品牌策略 66
 - 1、细分市场品牌策略 66
 - 2、个性品牌策略 66
 - 3、OEM策略 67
- (七) 行业（市场）投资机会与建议 67
 - 1、对于有意向入行经营的投资者 67
 - 2、对于业内经营投资者 67

图目录

- 图 1 2002-2006年中国国内生产总值及增长情况 2
- 图 2 2001—2007年我国人均可支配收入及恩格尔系数 3
- 图 3 1997-2007年中国存款利率变动情况 4
- 图 4 1997-2007年中国贷款利率变动情况 5
- 图 5 2001-2006年中国财政收支状况 5
- 图 6 2001-2006年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重 6
- 图 7 近年我国人口规模状况 7
- 图 8 2006年末中国人口年龄结构 8
- 图 9 2006年末中国学历结构 9
- 图 10 近年全球人口绝对数及增长率 12
- 图 11 近年世界食品饮料整体产销率 14
- 图 12 2007年度主要国家和洲的加工农产品产销率 14
- 图 13 近年居民人均食品饮料支出 21
- 图 14 2006年我国城镇居民消费性支出构成百分比 22
- 图 15 我国近年食品需求规模及增长率 22
- 图 16 食品中各产品的价值贡献比值 25
- 图 17 饮料中各产品的价值贡献比值 25
- 图 18 2007年前三个季度的饮料产销率 26
- 图 19 2007年前三个季度的食品产销率 27
- 图 20 农副食品加工业价格增长率 28
- 图 21 近年农产品价格增长率 29

图 22 煤炭、石油近年增长率	29
图 23 2007年前三季度国内七大区域市场总体与分类产品的产量	31
图 24 2007年前三季度国内七大区域市场产品供应比率	31
图 25 2007年前三季度国内七大区域市场产品的同比增长率	32
图 26 2007年前三季度农副食品总产量百分比	33
图 27 2001—2006年北京地区市场产量及增长情况	33
图 28 2001—2006年山东省市场产量及增长情况	34
图 29 2004、2005、2006及2007上半年行业前四名市场占有率	37
图 30 农产品加工行业价值链	38
图 31 产业生命周期主要特征列表	39
图 32 五粮液集团有限公司近三年的收益增长率指标	44
图 33 内蒙古伊利实业集团股份有限公司近三年的收益增长率指标	47
图 34 双汇集团的各项收益增长率指标	51
图 35 青岛啤酒股份有限公司的收益增长率	54
图 36 宏观经济发展周期波动示意图	61

表目录

表 1 城镇人员就业状况统计	3
表 2 主要经济发展国家的食品价格指数（2000年=100）	15
表 3 严重通胀程度国家及食品价格指数（2000年=100）	16
表 4 2007年前三季度我国农产品深加工品各明细的同比需求增长率	23
表 5 近年我国农产品生产产量	24
表 6 2007年前三季度国内七大区域市场的产量与增长率	30
表 7 2007年上半年主力品牌厂商的利润与比例	34
表 8 五粮液集团有限公司近三年的收益指标	43
表 9 五粮液集团的获利能力指标	44
表 10 五粮液集团的偿债能力指标	45
表 11 五粮液集团的经营能力指标	45
表 12 五粮液集团的发展能力指标	46
表 13 内蒙古伊利实业集团股份有限公司近三年的收益指标	47
表 14 内蒙古伊利实业集团股份有限公司的获利能力	48
表 15 内蒙古伊利实业集团股份有限公司的偿债能力指标	48

表 16 内蒙古伊利实业集团股份有限公司的经营能力指标	49
表 17 内蒙古伊利实业集团股份有限公司的发展能力指标	49
表 18 双汇集团的各项收益指标	50
表 19 双汇集团的获利能力指标	51
表 20 双汇集团的偿债能力指标	52
表 21 双汇集团的经营能力指标	52
表 22 双汇集团的发展能力指标	53
表 23 青岛啤酒股份有限公司的收益指标	54
表 24 青岛啤酒股份有限公司的获利能力指标	55
表 25 青岛啤酒股份有限公司的偿债能力指标	55
表 26 青岛啤酒股份有限公司的经营能力指标	56
表 27 青岛啤酒股份有限公司的发展能力指标	56
表 28 规模预测方程各变量历史数据	59
表 29 对今后三年农产品加工食品饮料产量的预测	60
表 30 农产品加工行业中各分类行业的入行及经营特点	67

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47999.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。