



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国食用油市场深度调研报告

## 一、调研说明

《2006年中国食用油市场深度调研报告》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/55700.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

### 2006年中国食用油市场深度调研报告

#### 目录

#### 第一部分 2005—2006年食用油市场宏观环境综述

##### 第一章 2005—2006年中国宏观经济环境 1

##### 第一节 2005—2006年宏观经济运行环境分析预测1

###### 一、2004 年中国宏观经济形势回顾1

###### 二、2005年第一季度我国经济运行特点2

###### 三、2005年全年我国宏观经济运行预测6

##### 第二章 2006年中国食用油市场政策环境 9

##### 第一节 中国食用油行业相关政策环境分析9

###### 一、食品产业政策9

###### 二、食用油行业新标准10

###### 三、进口食品管理相关政策11

##### 第二节 中国食用油推出新标准的影响分析12

###### 一、新标准对对我国食用植物油生产企业意义12

###### 二、新标准搭建市场竞争高平台13

###### 三、食用油市场准入造就品牌垄断14

##### 第三节 WTO与关税政策对中国食用油市场的影响14

###### 一、加入WTO对中国食用油市场的影响 14

###### 二、加入WTO后食用油的相关关税配额影响分析16

###### 三、入世对我国食用油的冲击16

##### 第三章 中国食油加工业技术环境分析 17

###### 一、油脂加工技术规模大型化17

###### 二、油脂加工的新技术、新工艺18

###### 三、“十一五”时期我国食用油工业的发展战略19

#### 第二部分 2005—2006年食用油市场回顾与展望

## 第四章 世界食用油市场发展现状分析 24

### 第一节 世界食用油的生产和贸易状况分析24

#### 一、世界食用油原料分析24

#### 二、世界食用油的生产和贸易25

### 第二节 世界食用油的消费状况分析27

#### 一、世界食用油消费概况27

#### 二、世界食用油多样化的消费形态28

## 第五章 2005年中国食用油市场状况分析与2006年预测 30

### 第一节 2005中国食用油市场状况分析30

#### 一、2004年国内食用油市场情况30

#### 二、2005年食用油市场分析32

### 第二节 2002—2005年运行情况回顾30

#### 一、2002—2005年中国食用植物油累计总产值统计分析34

#### 二、2005年中国食用植物油加工企业评价指标统计分析36

##### （一）资本保值增值率36

##### （二）资本负债率37

##### （三）产值利税率38

##### （四）资金利润率39

##### （五）成本费用率润率40

##### （六）人均销售率41

##### （七）产成品资金占用率42

#### 三、2002—2005年中国食用植物油加工企业盈亏情况分析43

##### （一）企业单位数43

##### （二）亏损企业单位数45

##### （三）亏损企业亏损总额46

#### 四、2005年中国食用植物油加工企业资产负债指标分析48

##### （一）流动资产平均余额48

##### （二）固定资产净值平均余额49

##### （三）资产合计50

##### （四）负债合计51

##### （五）资本负债率52

## 五、2002—2005年中国食用植物油加工企业产销存统计分析53

### （一）产品销售成本53

### （二）产品销售费用55

### （三）产品销售税金及附加57

### （四）财务费用58

## 第三节 中国食用植物油市场供应量预测60

### 一、2005—2006年国内食用植总需求形势及展望60

### 二、2005—2006年各类食用油市场预测61

## 第六章 中国食用油市场进出口分析 63

### 第一节 2004年中国食用植物油市场进出口分析63

#### 一、整体进出口状况分析63

#### 二、我国食用植物油进口快速增长的原因64

### 第二节 2005年上半年我国食用植物油进出口贸易分析65

#### 一、2005年上半年我国食用植特油进出口分析65

#### 二、2005年下半年我国食用植物油配额使用分析66

## 第七章 中国食用油加工业投资状况分析 67

### 第一节 跨国公司在华投资食用植物油特点分析67

### 第二节 食用植物油加工业投资建议68

### 第三部分 2005—2006年食用油细分产业及其市场研究

## 第八章 中国豆油市场分析 70

### 第一节 大豆及制品市场回顾与展望70

#### 一、2004—2005年我国大豆产量及进口情况分析70

#### 二、2004—2005年度我国大豆供求情况分析71

#### 三、盘点2004年国际及国内大豆及制品行情73

#### 四、2005年大豆市场分析预测75

### 第二节 我国大豆及制品市场面临的问题及解决对策

#### 一、我国大豆压榨产能过剩情况具体分析

#### 二、破解我国大豆压榨产能过剩的思路

#### 三、解决对策

## 第九章 中国花生油市场分析

### 第一节 2004年花生及花生油市场回顾

- 一、2004年国内花生油市场回顾
- 二、2004年国内花生与花生油供求情况分析
- 三、我国花生仁和花生油在国际市场状况
- 四、2005年花生及花生油市场展望

### 第二节 2005年国内花生油上半年走势及下半年展望

- 一、国内花生油市场上半年回顾
- 二、2005年下半年国内花生油市场展望

### 第三节 中国花生油价格及竞争力分析

- 一、中国花生油脂价格与竞争力
- 二、提高中国花生油脂产业竞争力的策略

## 第十章 中国菜籽及菜籽油市场分析

### 第一节 2004年菜籽及菜籽油市场回顾

- 一、2004年国内菜籽油市场回顾
- 二、2004年菜籽市场种植面积及产量分析
- 三、油菜籽、菜籽油供求情况分析
- 四、我国菜籽油进口状况分析
- 五、2005年菜籽油市场展望

### 第二节 2005年菜籽及菜籽油市场分析

- 一、2005年菜籽及菜籽油生产及消费状况分析
- 二、2005年油菜籽购销和加工企业面临的机遇与挑战

## 第十一章 中国橄榄油和棕榈油市场分析

### 第一节 2003—2005年橄榄油市场分析

- 一、消费者对橄榄油保健功能及用途的认知度
- 二、市场竞争日趋激烈
- 三、消费者购买橄榄油习惯调查
- 四、目前的营销渠道多元但集中
- 五、各品牌营销攻略大比武

### 第二节 2003—2005年棕榈油市场分析

## 第四部分 中国食用油消费市场调研

### 第十二章 全球食用油消费市场

- 一、全球食用油的消费现状
- 二、国际棕榈油的生产消费情况分析

### 第十三章 中国食用油消费市场

- 一、近年来我国食用油消费量分析
- 二、食用油市场消费规模分析
- 三、中国食用油消费的发展趋势

### 第十四章 中国小包装食用油市场

#### 第一节 中国小包装食用油市场现状与发展潜力

- 一、小包装食用油市场的独特地位和特点
- 二、小包装食用油市场前景光明

#### 第二节 小包装食用油团购市场的发展方向

#### 第二节 小包装食用油经销商的遴选与管理

### 第十五章 消费者分析

#### 第一节 消费者基本状况

- 一、居民收入与消费
- 二、消费者购买食用油习惯调查

#### 第二节 消费者行为分析

- 一、消费者细分
- 二、消费者购买食用油心理分析

#### 第三节 中国食用油加工业城市消费者调查分析

- 一、区域分析
- 二、消费者决策因素分析

#### 第四节 中国食用油行业农村消费市场分析

- 一、农村市场特点
- 二、如何开拓农村市场

## 第五部分 2005—2006年食用油加工业竞争实况解析

### 第十六章 2005年中国食用油市场竞争格局

#### 第一节 食用油品牌与品类竞争分析

##### 一、食用油品牌竞争分析

##### 二、食用油品类竞争分析

#### 第二节 食用油市场竞争三大集团分析

##### 一、金龙鱼华南布阵 食用油市场起硝烟

##### 二、福临门上海逼宫 金龙鱼防守反击

##### 三、德鲁花高举革命大旗 三巨头对决概念

##### 四、其他食用油生产巨头的对决

#### 第三节 油脂生产巨头的实力较量

##### 一、资本战

##### 二、价格战

#### 第四节 新标准对食用油格局影响

##### 一、新标准规范市场竞争

##### 二、新标准加剧竞争

#### 第一节 嘉里粮油（中国）有限公司

##### 一、企业基本状况

##### 二、主要成员企业

##### 三、品牌战略分析

##### 四、企业动态分析

#### 第二节 中国粮油国际有限公司

##### 一、企业基本状况

##### 二、主要成员企业

##### 三、福临门：产业链锻造顶级品牌

#### 第三节 山东鲁花集团有限公司

##### 一、企业基本状况

##### 二、品牌诞生过程

##### 三、企业动态分析

#### 第四节 深圳南顺油脂

##### 一、企业基本情况

## 二、南顺退守华南分析

### 第五节 番禺合兴油脂

### 第六节 上海良友海狮油脂

### 第七节 三河汇福粮油

## 第六部分 食用油销售渠道及其策略研究

### 第十七章 食用油企业渠道与市场营销策略研究

#### 第一节 食用油加工业销售渠道分析

##### 一、食用油行业渠道管理

##### 二、小包装食用油经销商的遴选与管理

#### 第二节 中国食用油企业内部营销策略研究

##### 一、案例分析

##### 二、如何做好企业内部营销

#### 第三节 小包装食用油市场营销研究

##### 一、销售主渠道分析

##### 二、宣传促销手段

##### 三、淡旺季的资本运筹

#### 第四节 中国食用油主要品牌营销策略剖析

##### 一、金龙鱼——防御战

##### 二、鲁花——平民化策略

#### 第五节 西班牙白叶橄榄油营销案例分析

##### 一、市场背景

##### 二、竞争分析

##### 三、战略定位

##### 四、营销策略

##### 五、总结

## 第七部分 食用油加工业面临的危机及策略

### 第十八章 中国食用油加工业面临的危机及解决对策

#### 第一节 油脂压榨企业怎样防范市场风险

## 第二节 食用油加工企业运作中存在的危机

### 一、品牌战略运作中的弊端

### 二、管理模式存在的隐患

### 三、销售及相关策略不明确

### 四、缺乏危机公关能力

## 第三节 三大食用油加工企业危机公关策略

## 目录

图表1-1 2000-2004年中国GDP按季度增长情况

图表1-2 2004—2005年社会消费品零售额分析

图表1-3 2004—2005年工业生产增加值

图表1-4 2004—2005年工业生产变化趋势

图表1-5 2004—2005年轻、重工业增长趋势

图表1-6 2004—2005年市场物价走势

图表1-7 2003-2005年一季度中国主要宏观经济指标

图表4-1 世界热带油脂的出口量与产量的比例

图表4-2 大豆油生产国家输出量与生产量的比例

图表4-3 世界主要国家食用油人均消费量

图表5-1 2003—2004年我国各类油料种植面积

图表5-2 1985-2004年国内主要油料生产情况

图表5-3 1998-2004国产油料折油一览表

图表5-4 2002—2004年我国菜籽油产量及折油百分比

图表5-5 2002-2005年食用植物油制造业工业总产值（当年价）

图表5-6 2005年1-7月份食用植物油制造累计工业总产值（当年价格）

图表5-7 2005年1—7月食用植物油加工资本保值增值率

图表5-8 2005年1—7月食用植物油加工资本负债率

图表5-9 2005年1—7月食用植物油加工产值利税率

图表5-10 2005年1—7月食用植物油加工资金利润率

图表5-11 2005年1—7月食用植物油加工成本费用利润率

图表5-12 2005年1—7月乳制品制造业人均销售率

图表5-13 2005年1-7月食用植物油加工产成品资金占用率

图表5-14 2002-2005年食用植物油加工企业增长情况

图表5-15 2005年1—7月食用植物油加工企业单位数

图表5-16 2002-2005年食用油加工业累计亏损企业数

图表5-17 2005年1—7月食用植物油加工业企业亏损单位数

图表5-18 2002-2005年食用油加工业累计亏损总额

图表5-19 2005年1-7月份食用植物油加工累计亏损企业亏损总额

图表5-20 2005年1-7月份食用植物油加工累计流动资产平均余额

图表5-21 2005年1-7月份食用植物油加工累计固定资产净值平均余额

图表5-22 2005年1-7月份食用植物油加工累计资产总计

图表5-23 2005年1-7月份食用植物油加工累计负债合计

图表5-24 2005年1-7月份食用植物油加工资本负债率

图表5-25 2002-2005年产品销售成本比较

图表5-26 2005年食用植物油加工累计产品销售成本

图表5-27 2002—2005年产品销售费用比较

图表5-28 2005年1-7月份食用植物油加工累计产品销售费用

图表5-29 2002-2005年产品销售税金及附加比较

图表5-30 2005年1-7月份食用植物油加工累计产品销售税金及附加

图表5-31 2002-2005年财务费用比较

图表5-32 2005年1-7月份食用植物油加工累计财务费用

图表5-33 2005—2006年国内油类产量百分比

图表6-1 1998—2004年中国油脂、油料进出口表

图表6-2 1996—2004年中国食用油消费情况

图表6-3 2005年1-7月中国豆油，菜籽油及棕榈油进出口统计

图表8-1 2004年我国进口大豆分国别百分比

图表8-2 2004年我国进口豆油分国别百分比

图表8-3 2004—2005年世界各主要大豆生产国产量（单位：万吨）

图表8-4 2004—2005年各大豆生产国出口量百分比

图表8-5 2002-2004年我国豆油市场价格变化情况图

图表8-6 我国大豆实际压榨情况与产能关系对比表

图表8-7 2004/05年度世界豆油进口汇总表

图表8-8 2004/05年度世界豆粕进口预测汇总表

图表9-1 2001-2005年我国花生产量

图表9-2 2002-2004年我国花生油市场价格变化情况图

图表10-1 2001—2004年我国油菜籽产量

图表10-2 2002-2004年我国花生油市场价格变化情况图

图表10-3 2002—2004年我国菜籽油产量

图表11-1 2001—2004年世界棕榈油产量

图表12-1 1962-2002年全球食用油消费发展情况统计表

图表12-2 1999-2000年全球食用棕榈油生产国家和生产情况统计表

图表12-3 1990-2000年全球油棕种植国家和种植面积情况统计表

图表13-1 2001—2004年我国食用油人均消费量

图表14-1 包装油销售通路的大概组成结构及相应销量占比量

图表14-2 包装油销售通路及相应措施

图表14-3 经销商决策者在经营方面受外界客观因素的比例图示

图表14-4 经销商的考核表

图表15-1 1998—2003年中国居民可支配收入变化

图表15-2 1998-2003年中国城乡居民人均消费支出

图表15-3 1998-2003中国城乡居民家庭恩格尔系数

图表15-4 消费者购买食用油的地点所占百分比

图表15-5 北京家庭现食用的各品牌食用油分析

图表15-6 消费者对食用油价格的接受度分析

A008

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/55700.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。