

2021年中国深加工食品行业分析报告- 产业格局现状与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国深加工食品行业分析报告-产业格局现状与发展动向预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/554034554034.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

深加工食品主要是指以畜禽或者其他农产品为主要原料，经过分拣、清洗、去皮、切分、烹饪、消毒和包装等加工处理后烹食或可直接食用的食品，包括包装好的烘烤食品和饼干、气泡饮料、含添加剂食品、由脱水蔬菜做成的汤、开袋即食的食品，比如蛋糕、饼干等。

我国深加工食品行业开始发展于20世纪90年代，但在2018年之前发展较为缓慢，自2018年以来随着城市化进程快速推进，主流消费群体消费习惯转变以及中央厨房模式快速发展，行业才得到迅速发展。尤其是进入2020年，受新冠疫情影响，深加工食品的曝光度进一步提升。

我国深加工食品发展历程 资料来源:观研天下整理

根据观研报告网发布的《2021年中国深加工食品行业分析报告-产业格局现状与发展动向预测》显示。近年来，随着深加工市场需求快速增长和产业链基础设施不断完善，我国深加工食品行业发展进入快车道。特别是经历2020年疫情催化后，行业曝光度和增速都进一步加快。有数据显示，目前我国预制菜企业约有2万家，平均年销售额在1500万左右，据此大致推算总体市场规模在3000亿上下。

我国深加工食品销售渠道以2B端的餐饮和2C端家庭消费为主。2B端又分为以海底捞为代表的大餐饮系统、以和合谷为代表的中小连锁系统、以学校、企业为代表的团餐渠道以及专业外卖。2C端家庭消费分为线上、线下；在这其中线上又分为传统电商、社区团购、社交电商，线下又分为商超、便利店、农贸市场。

深加工食品销售渠道布局 资料来源:公开资料整理

观研报告网发布的资料显示，从各渠道盈利能力来看，B端略弱于C端。有数据显示，B端市场毛利率在18%-30%左右，而C端在28%-34%左右，尤其是C端线上在消费习惯转变、“懒人经济”盛行的背景下，保持着50%以上的高速增长。

各渠道盈利能力及增速

B端

C端线下

C端线上

盈利能力

18%-30%

28%-34%

增速

10%-15%

30%+

50%+

核心要素

未来驱动：大 B 端跟随头部餐饮 成长；小 B 渗透率提升，增速更快；

盈利能力受加工深度影响；

壁垒：客户获取、品控和产品研发能力

2012 盈利能力较强，增长速度较快；

渠道分散；

壁垒：品牌力、营销和渠道铺设（新零售渠道）

盈利能力较强，高速增长；

壁垒：品牌力和营销能力（新媒体运营）资料来源:公开资料整理

目前销售市场上大B 端发展成熟，需求比较稳定，且随着餐饮业发展和餐饮企业扩张持续稳定增长。近年来我国餐饮业市场规模持续壮大，到目前已成为世界上第二大餐饮服务市场。根据数据显示，2021年上半年我国餐饮收入21712亿元，同比增长48.6%；限额以上单位餐饮收入4945亿元，同比增长56.3%。

2012-2021年上半年我国餐饮收入情况 数据来源：公开数据整理

与此同时，中央厨房模式兴起也带来了市场发展。据了解，中央厨房为餐饮企业提供了产品集中加工平台，能够有效降低门店后厨面积和用工量，提高门店运营效率，减轻餐饮业日益增长的房租和人力负担。但实际上，中央厨房一般不对外服务，仅供自身使用，产能出现严重闲置问题。到目前中央厨房整体产能利用率仅为 50%左右。因此有相关分析认为只有在一二线城市、门店覆盖率高、客流量大的大型连锁餐饮才有自建中央厨房的客观必要。对于中小餐饮来说，与专业的深加工企业这种“外部央厨”合作才是更优选择。

C 端方面，新冠疫情冲击下，餐饮门店的堂食业务大幅萎缩，包括眉州东坡、大董以及小龙坎等在内的许多连锁餐饮企业陆续开发半成品菜售卖，直接催化了市场消费提速。有数据显示，618”期间，天猫半成品菜销售同比增长了超 120%。

生鲜电商和新零售成为深加工食品C 端拓宽新渠道。例如生鲜电商市场方面，近年来随着人均可支配收入和消费支出的提高，市场保持稳步增长。尤其是进入2020年，受疫情影响，在“非接触经济”的加持下，消费者对于生鲜到家的需求显著提高，生鲜电商市场规模有显著的提升。有数据显示，2019年我国生鲜电商市场规模为2796.2亿元。同比增长2.8%；初步估算2020年市场规模在4584.9亿元，同比增长3.6%；并预计2021年市场将达到5640亿元。

2015-2021年我国生鲜电商市场规模预测情况 数据来源：公开数据整理

未来深加工行业有望受 B 端和 C 端需求高增催化，行业空间有望快速扩容，持续保持高速渗透和成长。预计未来五年内深加工市场有望以每年 15 %-20%左右的复合增速快速增长。一方面随着“深加工+餐饮”中央厨房供应链模式不断受到餐饮企业追捧，深加工 B 端渗透率快速提升，另一方面“更懒”、“更忙”的社会现状也有望带来 C 端高速增长前景。

资料来源：公开资料整理（WW）

观研报告网发布的《2021年中国深加工食品行业分析报告-产业格局现状与发展动向预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国深加工食品行业发展概述

第一节 深加工食品行业发展情况概述

一、深加工食品行业相关定义

二、深加工食品行业基本情况介绍

三、深加工食品行业发展特点分析

四、深加工食品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、深加工食品行业需求主体分析

第二节 中国深加工食品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、深加工食品行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国深加工食品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国深加工食品行业生命周期分析

一、深加工食品行业生命周期理论概述

二、深加工食品行业所属的生命周期分析

第四节 深加工食品行业经济指标分析

一、深加工食品行业的赢利性分析

二、深加工食品行业的经济周期分析

三、深加工食品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国深加工食品行业进入壁垒分析

一、深加工食品行业资金壁垒分析

二、深加工食品行业技术壁垒分析

三、深加工食品行业人才壁垒分析

四、深加工食品行业品牌壁垒分析

五、深加工食品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球深加工食品行业市场发展现状分析

第一节 全球深加工食品行业发展历程回顾

第二节 全球深加工食品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲深加工食品行业地区市场分析

一、亚洲深加工食品行业市场现状分析

二、亚洲深加工食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲深加工食品行业市场前景分析

第四节 北美深加工食品行业地区市场分析

一、北美深加工食品行业市场现状分析

二、北美深加工食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美深加工食品行业市场前景分析

第五节 欧洲深加工食品行业地区市场分析

一、欧洲深加工食品行业市场现状分析

二、欧洲深加工食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲深加工食品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界深加工食品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球深加工食品行业市场规模预测

第三章 中国深加工食品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国深加工食品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国深加工食品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国深加工食品行业运行情况

第一节 中国深加工食品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国深加工食品行业市场规模分析

第三节 中国深加工食品行业供应情况分析

第四节 中国深加工食品行业需求情况分析

第五节 我国深加工食品行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国深加工食品行业供需平衡分析

第七节 中国深加工食品行业发展趋势分析

第五章 中国深加工食品所属行业运行数据监测

第一节 中国深加工食品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国深加工食品所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国深加工食品所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国深加工食品市场格局分析

第一节 中国深加工食品行业竞争现状分析

- 一、中国深加工食品行业竞争情况分析
- 二、中国深加工食品行业主要品牌分析

第二节 中国深加工食品行业集中度分析

- 一、中国深加工食品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国深加工食品行业市场集中度分析

第三节 中国深加工食品行业存在的问题

第四节 中国深加工食品行业解决问题的策略分析

第五节 中国深加工食品行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国深加工食品行业需求特点与动态分析

第一节 中国深加工食品行业消费市场动态情况

第二节 中国深加工食品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 深加工食品行业成本结构分析

第四节 深加工食品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国深加工食品行业价格现状分析

第六节 中国深加工食品行业平均价格走势预测

一、中国深加工食品行业价格影响因素

二、中国深加工食品行业平均价格走势预测

三、中国深加工食品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国深加工食品行业区域市场现状分析

第一节 中国深加工食品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区深加工食品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区深加工食品市场规模分析

四、华东地区深加工食品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区深加工食品市场规模分析

四、华中地区深加工食品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区深加工食品市场规模分析
- 四、华南地区深加工食品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国深加工食品行业竞争情况

第一节 中国深加工食品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国深加工食品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国深加工食品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 深加工食品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第三节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国深加工食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国深加工食品行业未来发展前景分析

- 一、深加工食品行业国内投资环境分析
- 二、中国深加工食品行业市场机会分析
- 三、中国深加工食品行业投资增速预测

第二节 中国深加工食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国深加工食品行业市场发展预测

- 一、中国深加工食品行业市场规模预测
- 二、中国深加工食品行业市场规模增速预测
- 三、中国深加工食品行业产值规模预测
- 四、中国深加工食品行业产值增速预测
- 五、中国深加工食品行业供需情况预测

第四节 中国深加工食品行业盈利走势预测

- 一、中国深加工食品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国深加工食品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国深加工食品行业投资风险与营销分析

第一节 深加工食品行业投资风险分析

- 一、深加工食品行业政策风险分析
- 二、深加工食品行业技术风险分析
- 三、深加工食品行业竞争风险分析
- 四、深加工食品行业其他风险分析

第二节 深加工食品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国深加工食品行业发展战略及规划建议

第一节 中国深加工食品行业品牌战略分析

- 一、深加工食品企业品牌的重要性
- 二、深加工食品企业实施品牌战略的意义
- 三、深加工食品企业品牌的现状分析
- 四、深加工食品企业的品牌战略
- 五、深加工食品品牌战略管理的策略

第二节 中国深加工食品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国深加工食品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国深加工食品行业发展策略及投资建议

第一节 中国深加工食品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国深加工食品行业营销渠道策略

一、深加工食品行业渠道选择策略

二、深加工食品行业营销策略

第三节 中国深加工食品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国深加工食品行业重点投资区域分析

二、中国深加工食品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/554034554034.html>