

# 2020年中国食品饮料行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国食品饮料行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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/yinliao/340746340746.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2019 年上半年食品饮料实现收入 3,443 亿元，同比增长 13.22%；实现利润 648 亿元，同比增长21.2%。从细分领域来看，上半年白酒略有降速，调味品板块保持高度平稳，乳制品增速略有放缓。2012-2018年我国食品制造行业收入及增速情况数据来源：中国食品工业协会

### 白酒市场

2019年上半年白酒板块整体收入增速 19.14%，继续领跑食品饮料各子行业，其中高端酒增速20.99%，高于板块整体。次高端整体增速在白酒分类中 fastest，上半年为26.22%。次高端整体增速最快，但同 2018 年相比，降速幅度最大。

从利润增速来看，高端酒普遍利润增速高于收入增速，原因高端酒主力产品实质性提价，同时产品结构优化。次高端虽然也有提价动作，但同时需求更多市场投入来教育投资者和吸引渠道商。上半年高端酒收入增长 20.99%，但净利润增速高达 28.96%；同期次高端营业收入增长 26.22%净利润增速基本同步，为 26.00%

高端、次高端白酒收入增速领先 数据来源：中国食品工业协会

高端、次高端白酒利润增速领先 数据来源：中国食品工业协会

### 啤酒市场

2019 年上半年我国啤酒行业实现营业收入275.04 亿元，同比增长 6.32%，净利润 26.22 亿元同比增长 22.17%，上半年整体毛利率 40.76%，同比增 0.77 pct。根据资料显示，啤酒行业盈利能力改善明显，主要受益于产品高端化、增值税率下调、自身经营改善。

啤酒板块 2019 年上半年业绩概览

2019Q2

2019Q1

营业收入（亿元）

YoY（%）

归母净利润（亿元）

YoY(%)

营业收入

（亿元）

YoY（%）

归母净利润（亿元）

YoY(%)

青岛啤酒

8,599.45

8.83

822.99

29.59

7,951.22

9.65

807.53

21.04

燕京啤酒

3,013.60

(2.63)

453.53

0.22

3,448.26

5.13

58.84

8.66

重庆啤酒

171.75

(3.56)

153.05

13.95

125.12

6.53

85.68

13.39

珠江啤酒

1,358.07

5.97

182.29

32.06

750.79

4.65

29.60

65.78

惠泉啤酒

999.40

5.11

11.66

(9.25)

833.34

2.53

(5.65)

(40.66)

兰州黄河

134.10

3.03

(2.70)

(89.61)

118.40

(22.02)

25.41

(555.43)

数据来源：中国食品工业协会

#### 乳制品市场

受宏观经济表现疲弱以及中美贸易摩擦对国内宏观经济有负面影响，乳制品市场需求放缓。根据数据显示，2019年上半年我国常温液态奶市场规模同比增长3%，低温液态奶市场规模同比下降0.7%，奶粉市场规模同比增长8.8%，三大品类整体销售降速明显。成本方面，国内原料奶收购价格呈上涨趋势，同时，进口乳清粉、脱脂奶粉等原辅料价格上涨。

乳制品板块费用率走势 数据来源：中国食品工业协会

国内原奶价格走势 数据来源：中国食品工业协会

#### 肉制品市场

2019年上半年我国肉制品收入476.44亿元，同比增长13.62%；净利润28.76亿元，同比增3.87%。其中，行业龙头双汇发展上半年实现收入254.55亿元，同比增长23.82%；净利润23.82亿元，同比下降0.16%。

肉制品板块 2019年上半年业绩概览

2019Q2

2019Q1

营业收入

（亿元）

YoY ( % )

归母净利润 ( 亿元 )

YoY(%)

营业收入

( 亿元 )

YoY ( % )

归母净利润 ( 亿元 )

YoY(%)

双汇发展

13,481.18

15.50

1,102.34

(16.58)

11,974.31

(0.71)

1,279.29

20.25

龙大肉食

3,363.52

88.74

15.29

91.07

2,734.22

48.51

80.28

1.90

得利斯

465.60

14.33

(12.61)

50.32

648.79

14.58

14.90

51.32

上海梅林

6,355.59

14.61

129.28

3.86

6,513.22

4.03

183.40

10.08

新五丰

429.15

23.52

35.46

(169.05)

393.45

(1.45)

(29.45)

521.24

金字火腿

31.73

(60.31)

7.35

375.15

93.87

(32.30)

31.88

68.86

伊赛牛肉

594.38

50.83

15.53

(38.13)

565.39

29.15

23.38

55.80

数据来源：中国食品工业协会

肉制品行业毛利率走势 数据来源：中国食品工业协会

肉制品行业费用率走势 数据来源：中国食品工业协会

#### 调味品市场

虽然2019年以来，受宏观经济低迷、餐饮需求放缓，但是酱醋龙头多品类均衡发展、表现出对渠道的强控制力，市占率持续提升，业绩稳定性高，火锅复合调味料板块处于高速增长期。

数据显示，2019年二季度调味品收入140.63亿元，同比增长14.90%，净利润25.21亿元，同比增长27.21%。分板块来看，酱醋行业收入增速相对平稳，二季度收入同比增长15.51%，利润同比增长19.27%；火锅复合调味料收入增30.06%，净利润增49.26%，维持高速增长；鸡精味精板块二季度收入增16.29%净利润同比增长144.11%。

毛利率方面，2019年二季度，调味品板块毛利率36.25%，同比下滑1.40pct；酱醋板块毛利率42.25%，环比下滑1.18pct，同比下滑2.49pct，主因酱油原材料大豆价格、人工成本上涨；火锅复合调味料板块二季度毛利率36.53%，同比增0.21pct，盈利能力维持高位。

调味品 板块毛利率走势 数据来源：中国食品工业协会

费用方面，二季度调味品整体销售费用率10.71%，同比下滑0.95pct；其中酱醋板块销售费用率11.08%，同比下滑2.19pct火锅复合调味料二季度销售费用率17.95%，同比增0.47个百分点，主要系区域龙头企业积极渠道扩张与品牌建设。

调味品板块费用率走势 数据来源：中国食品工业协会（www）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国食品饮料行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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。

它是业内企业、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国食品饮料行业发展概述

#### 第一节 食品饮料行业发展情况概述

##### 一、食品饮料行业相关定义

##### 二、食品饮料行业基本情况介绍

##### 三、食品饮料行业发展特点分析

#### 第二节 中国食品饮料行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、食品饮料行业产业链条分析

##### 三、中国食品饮料行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国食品饮料行业生命周期分析

##### 一、食品饮料行业生命周期理论概述

##### 二、食品饮料行业所属的生命周期分析

#### 第四节 食品饮料行业经济指标分析

##### 一、食品饮料行业的赢利性分析

##### 二、食品饮料行业的经济周期分析

##### 三、食品饮料行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国食品饮料行业进入壁垒分析

##### 一、食品饮料行业资金壁垒分析

##### 二、食品饮料行业技术壁垒分析

##### 三、食品饮料行业人才壁垒分析

##### 四、食品饮料行业品牌壁垒分析

##### 五、食品饮料行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球食品饮料行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球食品饮料行业发展历程回顾

#### 第二节 全球食品饮料行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲食品饮料行业地区市场分析

- 一、亚洲食品饮料行业市场现状分析
- 二、亚洲食品饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲食品饮料行业市场前景分析

### 第四节 北美食品饮料行业地区市场分析

- 一、北美食品饮料行业市场现状分析
- 二、北美食品饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美食品饮料行业市场前景分析

### 第五节 欧盟食品饮料行业地区市场分析

- 一、欧盟食品饮料行业市场现状分析
- 二、欧盟食品饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟食品饮料行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界食品饮料行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球食品饮料行业市场规模预测

## 第三章 中国食品饮料产业发展环境分析

### 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、全社会消费品食品饮料总额
- 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 中国食品饮料行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国食品饮料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 中国食品饮料行业运行情况

### 第一节 中国食品饮料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

## 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国食品饮料行业市场规模分析

### 第三节 中国食品饮料行业供应情况分析

### 第四节 中国食品饮料行业需求情况分析

### 第五节 中国食品饮料行业供需平衡分析

### 第六节 中国食品饮料行业发展趋势分析

## 第五章 中国食品饮料所属行业运行数据监测

### 第一节 中国食品饮料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 中国食品饮料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 中国食品饮料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 2017-2020年中国食品饮料市场格局分析

### 第一节 中国食品饮料行业竞争现状分析

#### 一、中国食品饮料行业竞争情况分析

#### 二、中国食品饮料行业主要品牌分析

### 第二节 中国食品饮料行业集中度分析

#### 一、中国食品饮料行业市场集中度分析

#### 二、中国食品饮料行业企业集中度分析

### 第三节 中国食品饮料行业存在的问题

### 第四节 中国食品饮料行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国食品饮料行业竞争力分析

#### 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 2017-2020年中国食品饮料行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国食品饮料行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国食品饮料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 食品饮料行业成本分析

#### 第四节 食品饮料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 中国食品饮料行业价格现状分析

#### 第六节 中国食品饮料行业平均价格走势预测

##### 一、中国食品饮料行业价格影响因素

##### 二、中国食品饮料行业平均价格走势预测

##### 三、中国食品饮料行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2020年中国食品饮料行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国食品饮料行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区食品饮料市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区食品饮料市场规模分析

##### 四、华东地区食品饮料市场规模预测

#### 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、华中地区食品饮料市场规模分析

##### 四、华中地区食品饮料市场规模预测

#### 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、华南地区食品饮料市场规模分析

### 四、华南地区食品饮料市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国食品饮料行业竞争情况

### 第一节 中国食品饮料行业竞争结构分析（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 中国食品饮料行业SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国食品饮料行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 食品饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、发展现状

#### 四、优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、发展现状

#### 四、优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、发展现状

#### 四、优劣势分析

#### 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

#### 第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国食品饮料行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国食品饮料行业未来发展前景分析

- 一、食品饮料行业国内投资环境分析
- 二、中国食品饮料行业市场机会分析
- 三、中国食品饮料行业投资增速预测

#### 第二节 中国食品饮料行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国食品饮料行业市场发展预测

- 一、中国食品饮料行业市场规模预测
- 二、中国食品饮料行业市场规模增速预测
- 三、中国食品饮料行业产值规模预测
- 四、中国食品饮料行业产值增速预测
- 五、中国食品饮料行业供需情况预测

#### 第四节 中国食品饮料行业盈利走势预测

- 一、中国食品饮料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国食品饮料行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国食品饮料行业投资风险与营销分析

#### 第一节 食品饮料行业投资风险分析

- 一、食品饮料行业政策风险分析
- 二、食品饮料行业技术风险分析
- 三、食品饮料行业竞争风险分析
- 四、食品饮料行业其他风险分析

#### 第二节 食品饮料行业企业经营发展分析及建议

- 一、食品饮料行业经营模式
- 二、食品饮料行业销售模式
- 三、食品饮料行业创新方向

### 第三节 食品饮料行业应对策略

- 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年中国食品饮料行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国食品饮料行业品牌战略分析

- 一、食品饮料企业品牌的重要性
- 二、食品饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、食品饮料企业品牌的现状分析
- 四、食品饮料企业的品牌战略
- 五、食品饮料品牌战略管理的策略

### 第二节 中国食品饮料行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国食品饮料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年中国食品饮料行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国食品饮料行业产品策略分析

- 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 中国食品饮料行业定价策略分析

### 第三节 中国食品饮料行业营销渠道策略

- 一、食品饮料行业渠道选择策略
- 二、食品饮料行业营销策略

### 第四节 中国食品饮料行业价格策略

## 第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国食品饮料行业重点投资区域分析

二、中国食品饮料行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/340746340746.html>