

2018年中国进口肉类行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国进口肉类行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/347637347637.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

一、中国进口食品贸易情况分析 近年来，我国进口食品来源愈加广泛。2016年，我国从187个国家(地区)进口食品，其中进口食品贸易额列前10位的分别为：欧盟、东盟、美国、新西兰、巴西、加拿大、澳大利亚、俄罗斯、韩国和智利，共380.3亿美元，占我国进口食品贸易总额的81.6%，其中欧盟、东盟和美国占比超过50%。

目前，我国进口食品覆盖了全部种类。2016年，我国进口食品贸易额列前10位的食品种类分别为：肉类、水产及制品类、油脂及油料类、乳制品类、粮谷及制品类、酒类、糖类、饮料类、干坚果类和糕点饼干类，共433.2亿美元，占我国进口食品贸易总额的92.9%。其中：植物油、乳粉、肉类、水产品等大宗食品的进口量分别达到673.5万吨、96.5万吨、460.4万吨、388.3万吨。

二、中国进口肉类市场前景分析

1、庞大的人口规模为市场做基垫

2016年末，全国大陆总人口138271万人，比上年末增加809万人，其中城镇常住人口79298万人，占总人口比重(常住人口城镇化率)为57.35%，比上年末提高1.25个百分点。户籍人口城镇化率为41.2%，比上年末提高1.3个百分点。

2、国内肉类消费供不应求

2016年全年，我国肉类总产量8540万吨，比上年下降1.0%。其中，猪肉产量5299万吨，下降3.4%；牛肉产量717万吨，增长2.4%；羊肉产量459万吨，增长4.2%；禽肉产量1888万吨，增长3.4%。禽蛋产量3095万吨，增长3.2%。牛奶产量3602万吨，下降4.1%。年末生猪存栏43504万头，下降3.6%；生猪出栏68502万头，下降3.3%。

近年来，我国牛羊肉消费量节节攀升。2016年，我国仅牛肉年消费量就已达800万吨，市场规模高达3600亿元。在供需矛盾下，我国陆续开放了牛肉进口。数据显示，目前国内牛肉市场约20%的缺口需要通过进口补给，进口牛肉主要来自澳大利亚、巴西、乌拉圭等畜牧业大国。

三、进口肉类发展现状

1、进口肉类总量分析

近年来，我国肉类进口量持续快速增长，2016年进口肉类达460.4万吨，同比增长达63.1%，占国内肉类供应量的5.1%。进口肉类来自32个国家(地区)，其中贸易额列前3位的分别为欧盟、巴西和美国。

2、进口肉类质量安全情况

2016年，各地出入境检验检疫部门从来自16个国家(地区)的肉类中检出未准入境产品共计128批、902.7吨、161.8万美元。主要为货证不符、标签不合格和品质不合格等，占未准入境肉类总批次近9成。安全卫生问题中，检出氯霉素超标1批。

3、进口肉类检验监管存在的问题

进口肉类检验监管存在的问题

进口肉类检验监管存在的问题

肉类食品安全标准偏低，指标不健全

目前我国进口食品检验的标准数量陈旧，和国际标准差距大，与国际标准接轨率低。仅有60%的指标采用了国际标准，许多对健康非常重要的指标，如农药残留物限量、污染物限量、食品添加剂限量等都低于国际标准。有些食品安全标准甚至是空白，比如某些农药残留、兽药残留、抗生素残留限量，对食品的包装材料检测也缺乏相应的标准。我国有些食品标准甚至是食品安全事故发生之后才给予制定，比如双汇瘦肉精、酒鬼酒（000799）塑化剂事件

。

食品安全标准执行困难

现在我国的标准是由各部门制定，最后由国家标准委员会统一发布，表面上具有权威性。但实际上由于食品安全标准涉及农业、卫生、质检、环保、经贸、工商等多个部门，而政府又实行分段管理，各标准之间不协调不统一，甚至出现交叉、重复和矛盾的现象。这给标准的执行带来了大的困难，导致食品安全监督工作处于无所适从的尴尬境地。国家质检总局的检验检疫机构应该从执法者的角度，加强与中国食品药品监督管理局的合作，促成食品安全标准向高效的方向发展。

肉类进口检验监督工作缺乏有效的评估和监督机制

检验检疫机构作为执法机构，在执法的过程当中，难免会发生疏忽、错误，执法不公甚至选择性执法的现象，给肉类进口行业带来滋生垄断，打击竞争的风险，不仅伤害了进口商公平竞争，而且妨碍进口食品市场健康发展，最后损害中国消费者的利益。目前，对于建议检验机构的评价和监督，只能依靠上级质检部门和纪检部门。由于存在质检部门上下级之间的互

相掩护及信息不对称，利益受损者很难获取证据。针对这一情况，可以借鉴美国FDA的做法，在进口肉类检疫检验环节，积极引入高资质的第三方检验机构，起到互相制衡和监督的作用。此外，建议政府成立相应的评价、问责及监督机构，保护进口肉类市场健康稳定地发展，更好地造福民生。

资料来源：公开资料整理

四、“十三五”肉类进出口发展方向 “十三五”时期，我国肉类产业发展的基本思路是：以促进畜禽生产、增加农民收入、保障食品安全和改善居民肉食消费为目标，贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，充分发挥肉类加工企业在农村一二三产业融合发展中的引领作用，大力推进畜禽养殖、屠宰加工和肉品流通的紧密衔接，统筹利用国内国外“两个资源、两个市场”，加强和完善肉类食品产业链建设，加快推进肉类产业结构调整、科技进步和转型升级，提升供给保障力、市场竞争力和可持续发展能力。

从开展进出口贸易看，需关注肉类产业发展的四个主要方向：

第一、坚持“四化”协同、融合发展，强化产业基础。“十三五”期间，要按照“工业化、信息化、农业现代化、绿色化”协同推进的理念和模式改造传统农牧业，加快肉类一二三产业融合，促进农牧业增产、农牧民增收和产业转型升级，加强肉类加工原料基地建设。

肉类进口有利于平衡市场供求，但进口量过大，会冲击国内肉类产业，减少农牧民的收入，不利于国内产业成长。中央已经明确提出“中国要强，农业必须强”。国家进出口贸易政策需要掌握一个平衡点，做到既有利于满足市场肉类需求，又有利于国内肉类产业成长，增加农牧民收入。

第二、坚持质量第一、安全发展，确保居民健康。“十三五”期间，要依法建立完善质量安全管理制度，实行预防为主、风险管理、全程控制、诚信自律，保证消费者吃的安全、营养、健康，共享发展成果。

由于我国肉类消费需求的快速增长，“十二五”期间肉类走私问题相当突出。据业内调查，近两年肉类走私规模已高达200万吨以上，接近正关进口的规模。这部分走私肉品未经检验检疫，存在极大的食品安全风险。为了确保人民群众的身体健康，国家将按照“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”的要求，把好肉类市场准入的关口。

第三、坚持科技进步、创新发展，提高经济效益。“十三五”期间，要加快现代技术装备和科技成果的推广应用，积极采用先进适用技术改造肉类产业，推进自主创新，实行优质优价，提高市场竞争力和整体经济效益。不创新就没有竞争力，就会被市场淘汰。从肉类产业情况

看，2015年我国肉类出口下降51%，有国内市场需求旺盛的原因，也有产业竞争力不足的原因。

目前，我国肉类加工的产业集中度和技术装备水平较低，80%以上的企业还处于小规模、作坊式，手工或半机械加工的落后状态，与人民群众日益提高的肉食消费需求不相适应。在进出口贸易中，必须注意有利于促进我国肉类产业科学技术的进步、创新能力的增强和经济效益的提升。

第四、坚持扩大开放、绿色发展，转变发展方式。“十三五”期间，要统筹国内国外“两个资源、两个市场”，促进资源有效配置和合理利用，推进节能减排，保护生态环境，构建资源节约、环境友好的肉类食品生产方式。

根据预测，2020年我国肉类需求总量将达到1亿吨，肉类产量大概能增长到9000万吨，有将近1000万吨的缺口要靠进口来弥补。更多地利用好国外资源，促进资源的有效配置和合理利用，不仅是肉类产业发展模式的创新，也是协调人口、资源、环境关系的基本方式；不仅是绿色发展的客观要求，也是更加开放、实现共享的重要途径。（GYWWPT）观研天下发布的《2018年中国进口肉类行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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2016-2018年中国进口肉类行业发展概述

第一节进口肉类行业发展情况概述

- 一、进口肉类行业相关定义
- 二、进口肉类行业基本情况介绍
- 三、进口肉类行业发展特点分析

第二节中国进口肉类行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、进口肉类行业产业链条分析
- 三、中国进口肉类行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节中国进口肉类行业生命周期分析

- 一、进口肉类行业生命周期理论概述
- 二、进口肉类行业所属的生命周期分析

第四节进口肉类行业经济指标分析

- 一、进口肉类行业的赢利性分析
- 二、进口肉类行业的经济周期分析
- 三、进口肉类行业附加值的提升空间分析

第五节中国进口肉类行业进入壁垒分析

- 一、进口肉类行业资金壁垒分析
- 二、进口肉类行业技术壁垒分析
- 三、进口肉类行业人才壁垒分析
- 四、进口肉类行业品牌壁垒分析
- 五、进口肉类行业其他壁垒分析

第二章2016-2018年全球进口肉类行业市场发展现状分析

第一节全球进口肉类行业发展历程回顾

第二节全球进口肉类行业市场区域分布情况

第三节亚洲进口肉类行业地区市场分析

- 一、亚洲进口肉类行业市场现状分析
- 二、亚洲进口肉类行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲进口肉类行业市场前景分析

第四节北美进口肉类行业地区市场分析

- 一、北美进口肉类行业市场现状分析
- 二、北美进口肉类行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美进口肉类行业市场前景分析

第五节欧盟进口肉类行业地区市场分析

- 一、欧盟进口肉类行业市场现状分析
- 二、欧盟进口肉类行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟进口肉类行业市场前景分析

第六节2018-2024年世界进口肉类行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球进口肉类行业市场规模预测

第三章中国数字建筑产业发展环境分析

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、全社会消费品数字建筑总额
- 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

第二节中国进口肉类行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节中国数字建筑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

第四章中国进口肉类行业运行情况

第一节中国进口肉类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

第二节中国进口肉类行业市场规模分析

第三节中国进口肉类行业供应情况分析

第四节中国进口肉类行业需求情况分析

第五节中国进口肉类行业供需平衡分析

第六节中国进口肉类行业发展趋势分析

第五章中国数字建筑所属行业运行数据监测

第一节中国数字建筑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

第二节中国数字建筑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

第三节中国数字建筑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2016-2018年中国数字建筑市场格局分析

第一节中国进口肉类行业竞争现状分析

一、中国进口肉类行业竞争情况分析

二、中国进口肉类行业主要品牌分析

第二节中国进口肉类行业集中度分析

一、中国进口肉类行业市场集中度分析

二、中国进口肉类行业企业集中度分析

第三节中国进口肉类行业存在的问题

第四节中国进口肉类行业解决问题的策略分析

第五节中国进口肉类行业竞争力分析

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2016-2018年中国进口肉类行业需求特点与价格走势分析

第一节中国进口肉类行业消费特点

第二节中国进口肉类行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节进口肉类行业成本分析

第四节进口肉类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

第五节中国进口肉类行业价格现状分析

第六节中国进口肉类行业平均价格走势预测

一、中国进口肉类行业价格影响因素

二、中国进口肉类行业平均价格走势预测

三、中国进口肉类行业平均价格增速预测

第八章2016-2018年中国进口肉类行业区域市场现状分析

第一节中国进口肉类行业区域市场规模分布

第二节中国华东地区数字建筑市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区数字建筑市场规模分析

四、华东地区数字建筑市场规模预测

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、华中地区数字建筑市场规模分析

四、华中地区数字建筑市场规模预测

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、华南地区数字建筑市场规模分析

第九章2016-2018年中国进口肉类行业竞争情况

第一节中国进口肉类行业竞争结构分析（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

第二节中国进口肉类行业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

第三节中国进口肉类行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章进口肉类行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节双汇集团

- 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

第二节金锣集团

- 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

第三节得利斯集团

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

第四节唐人神集团

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

第五节龙大集团

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

第十一章2018-2024年中国进口肉类行业发展前景分析与预测

第一节中国进口肉类行业未来发展前景分析

一、进口肉类行业国内投资环境分析

二、中国进口肉类行业市场机会分析

三、中国进口肉类行业投资增速预测

第二节中国进口肉类行业未来发展趋势预测

第三节中国进口肉类行业市场发展预测

一、中国进口肉类行业市场规模预测

二、中国进口肉类行业市场规模增速预测

三、中国进口肉类行业产值规模预测

四、中国进口肉类行业产值增速预测

五、中国进口肉类行业供需情况预测

第四节中国进口肉类行业盈利走势预测

一、中国进口肉类行业毛利润同比增速预测

二、中国进口肉类行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国进口肉类行业投资风险与营销分析

第一节进口肉类行业投资风险分析

一、进口肉类行业政策风险分析

二、进口肉类行业技术风险分析

三、进口肉类行业竞争风险

四、进口肉类行业其他风险分析

第二节进口肉类行业企业经营发展分析及建议

一、进口肉类行业经营模式

二、进口肉类行业销售模式

三、进口肉类行业创新方向

第三节进口肉类行业应对策略

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2018-2024年中国进口肉类行业发展策略及投资建议

第一节中国进口肉类行业品牌战略分析

- 一、数字建筑企业品牌的重要性
- 二、数字建筑企业实施品牌战略的意义
- 三、数字建筑企业品牌的现状分析
- 四、数字建筑企业的品牌战略
- 五、数字建筑品牌战略管理的策略

第二节中国进口肉类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

第三节中国进口肉类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2018-2024年中国进口肉类行业发展策略及投资建议

第一节中国进口肉类行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节中国进口肉类行业定价策略分析

第三节中国进口肉类行业营销渠道策略

- 一、进口肉类行业渠道选择策略
- 二、进口肉类行业营销策略

第四节中国进口肉类行业价格策略

第五节观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国进口肉类行业重点投资区域分析
- 二、中国进口肉类行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/347637347637.html>