

中国食品制造行业发展现状分析与未来投资研究报告（2022-2029年）

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《中国食品制造行业发展现状分析与未来投资研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202209/609505.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

一、行业基本概述

1、定义

食品制造行业指粮食及饲料加工业，植物油加工业，制糖业，屠宰及肉类蛋类加工业，水产品加工业，食用盐加工业和其他食品加工业。

食品制造是跨部门、多门类的综合性工业行业，是农业的延伸部门，被称为农业后工业。其发展状况、结构和水平从一个侧面反映了经济发展的水平，与人民生活水平的改善和国民身体素质的提高具有密切的联系。食品工业具有点多、面广、投资小、见效快的特点，对安排就业、稳定社会、回笼货币、搞活流通、提高农业产品深加工和附加值、促进经济的发展具有重要的作用。

食品工业是人类的生命产业，是一个最古老而又永恒不衰的常青产业。随着全球经济发展和科学技术的进步，世界食品工业取得长足发展。尽管新兴产业不断涌现，但食品工业仍然是世界制造业中的第一大产业。食品工业的现代化水平已成为反映人民生活质量高低及国家发展程度的重要标志。

我国食品工业在中央及各级政府的高度重视下，在 market 需求的快速增长和科技进步的有力推动下，已发展成为门类比较齐全，既能满足国内市场需求，又具有一定出口竞争能力的产业，并实现了持续、快速、健康发展的良好态势。

2、分类

食品制造业包括7类：烘焙食品制造、糖果、巧克力、蜜饯制造、方便食品制造、乳制品制造、罐头食品制造、调味品和发酵制品制造和其他食品制造(149)。

食品制造业(行业代码：14)包括7类：烘焙食品制造(141)、糖果、巧克力、蜜饯制造(142)、方便食品制造(143)、乳制品制造(144)、罐头食品制造(145)、调味品和发酵制品制造(146)和其他食品制造(149)。

按照联合国统计数据库的分类标准，与我国统计局分类标准相对应的食品制造业包括10个类别：肉类及肉制品的生产(1511)、鱼及鱼制品的加工和防腐(1512)、水果及蔬菜的加工(1513)、动植物油和脂的制造(1514)、乳制品的制造(1520)、烘烤食品的制造(1541)、可可、巧克力及糖果的制造(1543)、通心面、面条、方便面以及类似的面粉制品的制造(1544)、未另列明的其他食品的制造(1549)、未另列明的其他化学制品的制造(2429)。

二、行业发展现状

1、市场规模

随着我国经济的不断发展及计算机行业进步，我国食品制造行业市场规模不断扩大。数据显示，我国食品制造行业的市场规模从2018年的4.27亿元增长至2022年的5.31万亿元，市场规模庞大；同时我国食品制造行业市场规模保持了5.60%的年均复合增长率，保持了较为稳定的市场增长态势。

资料来源：观研天下数据中心整理

根据市场分析,我国食品制造行业市场规模增长的源动力来自于下游行业的快速发展。目前，我国食品制造行业与消费者需求息息相关。近年来我国经济的不断发展以及下游消费者消费水平的不断提高为我国食品制造行业提供了广阔的市场空间。

一方面，我国居民收入水平不断提升，对于食品制造行业的影响主要体现在“数量”与“质量”两个方面。首先，食品制造行业是关系到人民生活的基础性产业，我国庞大的人口数量为我国食品制造行业提供了充足的需求来源，而近年来我国食品需求量的不断提升，人均调味品消费量、人均乳制品消费量、人均烘焙食品消费量等人均终端食品消费量不断提升，在需求的“数量”方面推动我国食品制造行业不断发展，带动食品制造行业市场规模不断发展；而在“价格”方面，近年来我国消费者对于食品的健康、安全等品质要求越来越高，消费者健康理念的转变和食品安全意识的增强推动着食品制造行业的产品升级，从而带动产品单价水平的提升，从而对我国食品制造行业市场规模的增长起到推动作用。

另一方面，近年来我国经济进入新常态，供给侧结构性改革处在关键时期。为加快食品行业发展，推动食品制造行业转型升级，满足居民安全、多样、健康、营养、方便的食品消费需求，国家出台了一系列支持和促进食品制造业健康发展的行业政策与指导意见，对食品的生产加工销售等环节进行规范，保障行业健康有序发展。此外，面对食品制造业普遍存在的小、散、乱的格局，为促进行业健康发展，提升食品安全质量水平，国家在近年来陆续出台了国家食品新标准，促进食品制造业结构调整和优化，使大量不具备生产条件的食品制造企业停产、转产或被市场淘汰，维护了食品制造行业的市场秩序，为食品制造行业市场规模的稳定增长提供了制度保障。

2、供应规模

随着我国经济的快速发展以及食品安全监管力度不断加大，食品制造产业市场容量也迅速扩大，进而带动了我国食品制造行业供给端的高速发展。以乳制品行业为例，可以看到近年来我国乳制品行业的供应规模稳定增长。而乳制品作为我国食品制造行业重要的细分领域，其

供给能力地提升有效带动了我国食品制造行业供给能力地提升。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、需求规模

从需求层面来看，食品制造行业的必选属性较强。以乳制品行业为例，我国乳制品销量由2018年的2931万吨提升至2022年的3499万吨，展示出良好的需求增速，带动着我国食品制造行业需求规模的不断增长。

资料来源：观研天下数据中心整理

三、行业细分市场

1、细分市场——调味品

调味品是指在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和滋味和气味并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品。近年来，随着居民消费饮食结构的变化带来调味品渗透率的提升和单次用量的增加，使得行业收入规模不断增加，2022年我国调味品业市场规模首次超过5000亿元，达到5133亿元，同比增长11.73%。

资料来源：观研天下数据中心整理

目前，中国调味品行业发展趋势正朝着产品细分化、运作精细化、企业整合化和技术升级化发展。未来，调味品产品将会逐渐发展至更细分的品类，“有机”“绿色”“健康”等成分将会更加受到消费者的关注；同时企业集中度将会不断提高，企业会增强运营能力来增加对渠道的控制，并且不断通过技术升级来研发新的口味，迎合消费者的需求。

2、细分市场——乳制品

乳制品，指使用牛乳或羊乳及其加工制品为主要原料，加入或不加入适量的维生素、矿物质和其它辅料，使用法律法规及标准规定所要求的条件，经加工制成的各种食品。乳制品含有丰富的蛋白质、钙、乳酸、益生菌等物质，摄入人体后，转化为人体所需各类营养物质；例如乳糖、乳脂类等能给人体提供能量，长期饮用，能提高人体的免疫力。

乳制品包括液体乳（巴氏杀菌乳、灭菌乳、调制乳、发酵乳）；乳粉（全脂乳粉、脱脂乳粉、部分脱脂乳粉、调制乳粉、牛初乳粉）；其他乳制品（等）。

从产成品维度，根据中国奶业协会的分类，乳制品加工后的产成品可分为液态奶和干乳制品

。液态奶包括鲜奶和酸奶，其中鲜奶指包装牛奶，是可直接零售的消费乳品。干乳制品包括奶粉、乳清、奶油、奶酪和炼乳。而奶粉指全脂和脱脂大包粉，是用于再加工的原料乳品，并不包含婴幼儿奶粉。

由于中国经济发展、城镇化水平提高、人口出生率及年轻一代饮奶习惯的改变等多方面因素，我国乳制品行业销售额持续增长，市场规模逐步扩大，中国乳制品市场仍保持良好的发展势头。与此同时，近年来，我国推进奶业一体化成效显著，经过多年的转型调整，我国乳制品行业再次展现了旺盛的活力。2020年乳制品行业的市场销售总额首次突破4000亿元，2022年增至4981亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、细分市场——烘焙食品

烘焙食品是以面粉、酵母、食盐、砂糖为主料，油脂、乳品等为辅料，经过一系列工艺手段烘焙而成的食品。随着我国居民饮食结构的变化，人均消费水平呈上升趋势，蛋糕、面包等烘焙食品越发成为消费者饮食的重要组成部分。

近年来，我国烘焙食品市场规模保持稳定增长。2018年至2022年，市场规模从1956亿元增加至2853亿元，年均复合增长率约为9.90%。

资料来源：观研天下数据中心整理

虽然近年来我国烘焙食品行业增长迅速，但人均消费水平与发达国家和地区还有较大差距，未来存在提升空间。从量的角度，由于烘焙食品进入我国较晚，消费者尚处于接受过程中，未来随着饮食习惯的变化，人均消费量还存在提升空间。从价格的角度，目前烘焙食品行业中小企业数量众多，个人经营的手工作坊较为普遍，因此烘焙食品质量良莠不齐，产品价格相对较低，未来随着消费升级，消费者对产品品质和消费体验的要求提高，单价提升也会带动烘焙行业规模的上涨。（WWTQ）

观研报告网发布的《中国食品制造行业发展现状分析与未来投资研究报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国食品制造行业发展概述

第一节 食品制造行业发展情况概述

- 一、食品制造行业相关定义
- 二、食品制造特点分析
- 三、食品制造行业基本情况介绍
- 四、食品制造行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、食品制造行业需求主体分析

第二节 中国食品制造行业生命周期分析

- 一、食品制造行业生命周期理论概述
- 二、食品制造行业所属的生命周期分析

第三节 食品制造行业经济指标分析

- 一、食品制造行业的赢利性分析
- 二、食品制造行业的经济周期分析
- 三、食品制造行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球食品制造行业市场发展现状分析

第一节 全球食品制造行业发展历程回顾

第二节 全球食品制造行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲食品制造行业地区市场分析

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

第四节 北美食品制造行业地区市场分析

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

第五节 欧洲食品制造行业地区市场分析

- 一、欧洲食品制造行业市场现状分析
- 二、欧洲食品制造行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲食品制造行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界食品制造行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球食品制造行业市场规模预测

第三章 中国食品制造行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对食品制造行业的影响分析

第三节 中国食品制造行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节 政策环境对食品制造行业的影响分析

第五节 中国食品制造行业产业社会环境分析

第四章 中国食品制造行业运行情况

第一节 中国食品制造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

第二节中国食品制造行业市场规模分析

一、影响中国食品制造行业市场规模的因素

二、中国食品制造行业市场规模

三、中国食品制造行业市场规模解析

第三节中国食品制造行业供应情况分析

一、中国食品制造行业供应规模

二、中国食品制造行业供应特点

第四节中国食品制造行业需求情况分析

一、中国食品制造行业需求规模

二、中国食品制造行业需求特点

第五节中国食品制造行业供需平衡分析

第五章 中国食品制造行业产业链和细分市场分析

第一节中国食品制造行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、食品制造行业产业链图解

第二节中国食品制造行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对食品制造行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对食品制造行业的影响分析

第三节我国食品制造行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国食品制造行业市场竞争分析

第一节中国食品制造行业竞争现状分析

一、中国食品制造行业竞争格局分析

二、中国食品制造行业主要品牌分析

第二节中国食品制造行业集中度分析

一、中国食品制造行业市场集中度影响因素分析

二、中国食品制造行业市场集中度分析

第三节中国食品制造行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国食品制造行业模型分析

第一节中国食品制造行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国食品制造行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国食品制造行业SWOT分析结论

第三节中国食品制造行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国食品制造行业需求特点与动态分析

第一节中国食品制造行业市场动态情况

第二节中国食品制造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

第三节食品制造行业成本结构分析

第四节食品制造行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国食品制造行业价格现状分析

第六节中国食品制造行业平均价格走势预测

一、中国食品制造行业平均价格趋势分析

二、中国食品制造行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国食品制造行业所属行业运行数据监测

第一节中国食品制造行业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

第二节中国食品制造行业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

第三节中国食品制造行业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

第十章 2018-2022年中国食品制造行业区域市场现状分析

第一节中国食品制造行业区域市场规模分析

一、影响食品制造行业区域市场分布的因素

二、中国食品制造行业区域市场分布

第二节中国华东地区食品制造行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区食品制造行业市场分析

- (1) 华东地区食品制造行业市场规模
- (2) 华南地区食品制造行业市场现状
- (3) 华东地区食品制造行业市场规模预测

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、华中地区食品制造行业市场分析

- (1) 华中地区食品制造行业市场规模
- (2) 华中地区食品制造行业市场现状
- (3) 华中地区食品制造行业市场规模预测

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、华南地区食品制造行业市场分析

- (1) 华南地区食品制造行业市场规模
- (2) 华南地区食品制造行业市场现状
- (3) 华南地区食品制造行业市场规模预测

第五节华北地区食品制造行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区食品制造行业市场分析

- (1) 华北地区食品制造行业市场规模
- (2) 华北地区食品制造行业市场现状
- (3) 华北地区食品制造行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区食品制造行业市场分析

- (1) 东北地区食品制造行业市场规模
- (2) 东北地区食品制造行业市场现状
- (3) 东北地区食品制造行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区食品制造行业市场分析

- (1) 西南地区食品制造行业市场规模
- (2) 西南地区食品制造行业市场现状
- (3) 西南地区食品制造行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区食品制造行业市场分析
 - (1) 西北地区食品制造行业市场规模
 - (2) 西北地区食品制造行业市场现状
 - (3) 西北地区食品制造行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国食品制造行业市场规模区域分布预测

第十一章 食品制造行业企业分析（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、公司优势分析
-

第十二章 2022-2029年中国食品制造行业发展前景分析与预测

第一节 中国食品制造行业未来发展前景分析

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

第二节 中国食品制造行业未来发展趋势预测

第三节 中国食品制造行业规模发展预测

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

第四节 中国食品制造行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国食品制造行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国食品制造行业进入壁垒分析

- 一、食品制造行业资金壁垒分析
- 二、食品制造行业技术壁垒分析
- 三、食品制造行业人才壁垒分析
- 四、食品制造行业品牌壁垒分析
- 五、食品制造行业其他壁垒分析

第二节 食品制造行业风险分析

- 一、食品制造行业宏观环境风险
- 二、食品制造行业技术风险

三、食品制造行业竞争风险

四、食品制造行业其他风险

第三节中国食品制造行业存在的问题

第四节中国食品制造行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国食品制造行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国食品制造行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国食品制造行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 食品制造行业营销策略分析

一、食品制造行业产品策略

二、食品制造行业定价策略

三、食品制造行业渠道策略

四、食品制造行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/609505.html>