

2018年中国食用油行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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年中国食用油行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/369572369572.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

食用油也称为“食油”，是指在制作食品过程中使用的，动物或者植物油脂。常温下为液态。由于原料来源、加工工艺以及品质等原因，常见的食用油多为植物油脂，包括粟米油、菜籽油、花生油、火麻油、玉米油、橄榄油、山茶油、棕榈油、芥花子油、葵花子油、大豆油、芝麻油、亚麻籽油（胡麻油）、葡萄籽油、核桃油、牡丹籽油等等。

我国食用油不同品类市场格局（%）资料来源：中国报告网整理

2017年我国国产大豆、花生产量略有回升，其他油料产量继续减少。总体来说，国产油料压榨的植物油产量估计为635万吨左右，比上年减少30多万吨。

2017年中国植物油以及油籽进口量均大幅增加，植物油总进口（含油料折油）达到2,770万吨，同比大幅增加14%。其中，除葵花籽油以及小品种的橄榄油、棉籽油、椰子油、棕榈仁油有所减少外，其它油脂油料进口均明显增加。

2017年国内植物油总供应量近3,400万吨，由于国内植物油产量持续减少，进口油脂比例超过80%，美国、巴西、马来西亚、印尼、阿根廷、加拿大仍是中国油脂油料进口主要来源国，但未来自乌克兰、俄罗斯等国家进口量明显增加，也将是未来我国主要的油脂油料来源地。

2017年我国植物油消费量（含食品加工消费）约3,200万吨，比上年增加150多万吨，更多的增长空间来自于食品加工的消费、以及工业消费。

2013-2017年我国植物油产销走势（万吨）资料来源：海关总署，中国报告网整理

当前，小包装食用油逐渐被市场关注。据统计，中国当前食用油市场中，小包装食用油占20%左右的比重，在相邻的新加坡和日本等国家，小包装食用油已占当地食用油市场销售的50%-60%。品牌方面，福临门、鲁花、金龙鱼等为一线品牌，约占小包装食用油销量的70%，多力、西王、长寿花等品牌为二线品牌。从整个行业格局来看，第一梯队的品牌以综合性的食用油品类构成为主，金龙鱼和福临门都是由多油种构成的品牌。

当前我国食用油不同包装类型市场占比（%）资料来源：中国报告网整理

如今各行各业都在拥抱电商，食用油行业也不例外。食用油行业采用电商渠道有以下几点优势：

第一，产品进入市场的时间短。传统销售渠道环节众多，链条很长，有时候从产品生产到最后放在消费者眼前时间太长，这对食品行业是很不利的，采用电商模式后，在很短时间内新产品就可以在大型电商平台直接面对消费者来。

第二，产品进入市场的成本较低。（1）食用油企业在天猫京东等电商销售平台开设网店只需要交少量的保证金，一般在2-5万元不等，而且该费用到期还可以退还，成本非常低。（2）电商销售平台的日常费用开支也比较低，一般是每月几百块钱到1千元不等，这比进入大中型超市渠道的进店费要低得多。（3）电商平台对食用油产品销售额的扣点一般在4%-5%，也比超市10%-30%的扣点要低得多。

第三，企业的营销成本开支更低。运作传统销售渠道，食用油企业往往需要较多的营销人员，分别负责产品的招商、铺货、终端维护和卖场促销等各个销售环节；电商平台只需要维护好网络销售页面，发货和售后服务，大大降低了企业的营销成本。（YM）

观研天下发布的《2018年中国食用油行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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年中国食用油行业发展概述

第一节 食用油行业发展情况概述

- 一、食用油行业相关定义
- 二、食用油行业基本情况介绍
- 三、食用油行业发展特点分析

第二节 中国食用油行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、食用油行业产业链条分析
- 三、中国食用油行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国食用油行业生命周期分析

- 一、食用油行业生命周期理论概述
- 二、食用油行业所属的生命周期分析

第四节 食用油行业经济指标分析

- 一、食用油行业的赢利性分析
- 二、食用油行业的经济周期分析
- 三、食用油行业附加值的提升空间分析

第五节 国内食用油行业进入壁垒分析

- 一、食用油行业资金壁垒分析
- 二、食用油行业技术壁垒分析
- 三、食用油行业人才壁垒分析
- 四、食用油行业品牌壁垒分析
- 五、食用油行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球食用油行业市场发展现状分析

第一节 全球食用油行业发展历程回顾

第二节 全球食用油行业市场区域分布情况

第三节 亚洲食用油行业地区市场分析

- 一、亚洲食用油行业市场现状分析
- 二、亚洲食用油行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲食用油行业市场前景分析

第四节 北美食用油行业地区市场分析

- 一、北美食用油行业市场现状分析
- 二、北美食用油行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美食用油行业市场前景分析

第五节 欧盟食用油行业地区市场分析

- 一、欧盟食用油行业市场现状分析
- 二、欧盟食用油行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟食用油行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界食用油行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球食用油行业市场规模预测

第三章 中国食用油产业发展环境分析

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、全社会消费品食用油总额

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

第二节中国食用油行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节中国食用油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 中国食用油行业运行情况

第一节 中国食用油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 中国食用油行业市场规模分析

第三节 中国食用油行业供应情况分析

第四节 中国食用油行业需求情况分析

第五节 中国食用油行业供需平衡分析

第六节 中国食用油行业发展趋势分析

第五章 中国食用油所属行业运行数据监测

第一节 中国食用油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 中国食用油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 中国食用油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年中国食用油市场格局分析

第一节 中国食用油行业竞争现状分析

一、中国食用油行业竞争情况分析

二、中国食用油行业主要品牌分析

第二节 中国食用油行业集中度分析

一、中国食用油行业市场集中度分析

二、中国食用油行业企业集中度分析

第三节 中国食用油行业存在的问题

第四节 中国食用油行业解决问题的策略分析

第五节 中国食用油行业竞争力分析

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年中国食用油行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国食用油行业消费特点

第二节 中国食用油行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 食用油行业成本分析

第四节 食用油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 中国食用油行业价格现状分析

第六节 中国食用油行业平均价格走势预测

一、中国食用油行业价格影响因素

二、中国食用油行业平均价格走势预测

三、中国食用油行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国食用油行业区域市场现状分析

第一节 中国食用油行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地食用油市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区食用油市场规模分析

四、华东地区食用油市场规模预测

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、华中地区食用油市场规模分析

四、华中地区食用油市场规模预测

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、华南地区食用油市场规模分析

第九章 2016-2018年中国食用油行业竞争情况

第一节 中国食用油行业竞争结构分析（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 中国食用油行业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 中国食用油行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 食用油行业企业分析（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

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 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国食用油行业发展前景分析与预测

第一节 中国食用油行业未来发展前景分析

一、食用油行业国内投资环境分析

二、中国食用油行业市场机会分析

三、中国食用油行业投资增速预测

第二节 中国食用油行业未来发展趋势预测

第三节 中国食用油行业市场发展预测

一、中国食用油行业市场规模预测

二、中国食用油行业市场规模增速预测

三、中国食用油行业产值规模预测

四、中国食用油行业产值增速预测

五、中国食用油行业供需情况预测

第四节 中国食用油行业盈利走势预测

一、中国食用油行业毛利润同比增速预测

二、中国食用油行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国食用油行业投资风险与营销分析

第一节 食用油行业投资风险分析

一、食用油行业政策风险分析

二、食用油行业技术风险分析

三、食用油行业竞争风险分析

四、食用油行业其他风险分析

第二节 食用油行业企业经营发展分析及建议

一、食用油行业经营模式

二、食用油行业销售模式

三、食用油行业创新方向

第三节 食用油行业应对策略

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年中国食用油行业发展策略及投资建议

第一节 中国食用油行业品牌战略分析

一、食用油企业品牌的重要性

二、食用油企业实施品牌战略的意义

三、食用油企业品牌的现状分析

四、食用油企业的品牌战略

五、食用油品牌战略管理的策略

第二节 中国食用油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 中国食用油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年中国食用油行业发展策略及投资建议

第一节 中国食用油行业产品策略分析

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 中国食用油行业定价策略分析

第三节 中国食用油行业营销渠道策略

一、食用油行业渠道选择策略

二、食用油行业营销策略

第四节 中国食用油行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国食用油行业重点投资区域分析

二、中国食用油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/369572369572.html>