

2015-2020年中国食品饮料 市场调研及投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国食品饮料市场调研及投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201502/120021.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

在我国，食品工业的发展带动了食品添加剂研制、开发、生产和应用的迅速发展，目前食品添加剂行业已经进入了较为成熟的平稳增长期。食用香精香料作为食品添加剂的一个重要组成部分，也得到了良好发展。

中企顾问网发布的《2015-2020年中国食品饮料市场调研及投资战略研究报告》对我国食品饮料行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一部分 行业市场特点分析

第一章 2014年全球食品饮料行业发展基本情况 1

第一节 2014年全球食品饮料市场现状与发展情况分析 1

一、全球食品饮料市场现状及特点研究 1

二、全球食品饮料行业发展及需求调研 8

第二节 2014年全球食品饮料市场深度研究 15

一、2014年全球食品饮料需求分析 15

二、2014年全球食品饮料产销分析 19

三、2014年国际食品饮料市场发展状况分析 20

第二章 中国食品饮料行业总体分析及经济评价 27

第一节 中国食品饮料行业发展基本概述分析 27

第二节 中国食品饮料行业发展历程与阶段 29

一、中国食品行业发展历程与阶段 29

二、中国饮料行业发展历程与阶段 30

第三节 中国食品饮料行业形势分析与预测 38

一、中国食品饮料行业形势分析 38

二、中国饮料业未来发展趋势预测 44

1、功能型向营养型转变 44

2、	儿童向中老年转变	44
3、	解渴、避暑向健康、美容转变	44
4、	单一型向复合型转变	44
5、	个人消费向家庭消费转变	45
6、	果味型向果蔬型转变	45
第三章	“十二五”期间食品饮料行业经济形势与发展分析	46
第一节	2013-2014年全球宏观形势分析	46
一、	2014年全球经济运行概况	46
二、	2015-2020年全球经济形势预测	48
第二节	“十二五”期间对全球经济的影响	54
一、	中国“十二五”食品工业国际国内发展形势	54
1、	国际食品工业发展趋势	54
2、	国内食品工业面临形势	55
二、	对各国实体经济的影响	56
第三节	“十二五”期间对中国经济的影响	59
一、	“十二五”期间对中国实体经济的影响	59
二、	“十二五”期间影响下的主要行业	61
三、	中国宏观经济政策变动及趋势	65
第四节	未来3-5年中国行业经济指标分析	66
一、	2013-2014年中国宏观经济运行概况	66
二、	2015-2020年中国宏观经济趋势预测	116
第二部分	行业发展状况及市场需求	
第四章	2014年食品饮料产业关联产业发展分析	129
第一节	行业发展及细分市场分析	129
一、	行业发展历史阶段研究	129
二、	产品细分市场的发展回顾	130
三、	品牌结构及集中度发展过程	131
四、	市场培育与发展过程	132
五、	食品饮料行业与国际的互动	132
第二节	行业进入壁垒和驱动因素	133
一、	行业与国外资本的联系	133
二、	产品细分市场的市场分析	134

三、市场现状分析	136
四、行业新动态及其对食品饮料行业的影响	137
第五章 2013-2014年中国食品饮料行业发展及需求调研	142
第一节 2013-2014年中国食品饮料行业发展基本情况	142
第二节 2013-2014年中国食品饮料生产成本及运输分析	143
一、生产成本分析	143
二、运输分析	144
第三节 2013-2014年中国食品饮料行业市场供给与需求分析	144
一、供给	144
二、需求	145
第六章 2013-2014年中国食品饮料财务指标总体分析	150
第一节 2014年食品饮料行业产品销售收入与成本核算	150
第二节 2014年食品饮料行业偿债与周转能力分析指标	153
第三节 2014年食品饮料行业盈利能力综合分析与评价	154
第四节 2014年食品饮料行业企业发展与营运能力研究	155
一、企业发展调查	155
二、食品饮料企业发展对策	156
第七章 2015-2020年中国食品饮料政策和体制风险研究	161
第一节 国际食品饮料行业政策与法规分析	161
第二节 中国食品饮料行业政策研究与法规分析	177
一、《食品企业HACCP实施指南》	177
二、《食品流通许可证管理办法》	188
三、《食品添加剂卫生管理办法》	199
第三节 中国食品饮料行业政策解析与判断	205
第八章 2013-2014年中国食品饮料海关统计数据分	207
第一节 食品饮料最近三年出口形势研究	207
一、食品饮料出口总量统计分析	207
二、食品饮料出口趋势分析	207
第二节 2013-2014年食品饮料国际贸易情况	208
一、2014年食品饮料美国对菲律宾出口达8.5亿美元	208
二、2014年中国食品饮料行业出口额逆势上升	208
第三部分 行业市场竞争格局	

第九章 2013-2014年中国食品饮料产业区域市场情况深度研究 209

第一节 2013-2014年华东区域市场食品饮料产业发展分析 209

一、上海 209

二、江苏 209

三、浙江 210

四、安徽 210

五、山东 211

六、福建 211

第二节 2013-2014年华南区域市场食品饮料产业发展分析 212

一、海南 212

二、广西 212

三、广东 213

第三节 2013-2014年华中区域市场食品饮料产业发展分析 213

一、湖南 213

二、湖北 214

三、河南 214

第四节 2013-2014年华北区域市场食品饮料产业发展分析 215

一、北京 215

二、山西 215

三、天津 216

四、内蒙古 216

第五节 2013-2014年西北区域市场食品饮料产业发展分析 217

一、陕西 217

二、甘肃 217

三、新疆 218

第六节 2013-2014年西南区域市场食品饮料产业发展分析 218

一、贵州 218

二、四川 219

三、云南 219

四、重庆 220

第七节 2013-2014年东北区域市场食品饮料产业发展分析 220

一、黑龙江 220

二、吉林	221
三、辽宁	221
第十章 2015-2020年中国食品饮料行业市场竞争格局研究	222
第一节 食品饮料行业主要竞争结构分析	222
一、行业内企业竞争	222
二、潜在进入者	222
三、替代产品威胁	225
四、供应商议价能力	226
五、需求客户议价能力	226
第二节 食品饮料企业国际竞争实力对比	227
一、原材料价格走势分析	227
二、企业结构与战略	228
第三节 食品饮料行业竞争格局研究	229
一、食品饮料行业集中度分析	229
二、食品饮料企业竞争力研究	230
第四节 食品饮料行业竞争对策研究	233
一、“十二五”期间对行业竞争格局的影响	233
二、2015-2020年食品饮料行业竞争对策研究	235
第十一章 2015-2020年中国食品饮料行业典型领先企业分析	239
第一节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司	239
一、企业及主营业务介绍	239
二、企业获得荣誉	240
三、企业偿债能力分析	245
四、企业成长能力分析	246
五、企业盈利能力分析	246
六、企业发展规划	248
第二节 上海光明乳业股份有限公司	248
一、企业及主营业务介绍	248
二、企业获得荣誉	249
三、企业成长能力分析	249
四、企业盈利能力分析	250
第三节 杭州娃哈哈集团有限公司	252

一、企业及主营业务介绍	252
二、历年生产规模、销售规模、发展历程	253
三、企业获得荣誉	255
四、市场拓展战略与手段分析	256
第四节 北京三元食品股份有限公司	257
一、企业及主营业务介绍	257
二、企业获得荣誉	258
三、企业偿债能力分析	260
四、企业成长能力分析	260
五、企业盈利能力分析	261
第五节 河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司	262
一、企业情况、历年生产规模、销售规模	262
二、发展历程	264
三、企业偿债能力分析	267
四、企业成长能力分析	268
五、企业盈利能力分析	269
第六节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司	270
一、企业及主营业务介绍	270
二、企业发展历程及荣誉	271
三、企业偿债能力分析	272
四、企业成长能力分析	273
五、企业盈利能力分析	274
六、市场拓展战略与手段分析	275
第四部分 行业投资趋势及投资策略	
第十二章 “十二五”期间中国食品饮料产业发展关键趋势与投资方向建议	277
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	277
一、中国经济的率先复苏对行业的支撑	277
二、“十二五”期间促使行业内优胜劣汰速度加快	279
第二节 投资风险防范与策略	280
一、企业数量以及资金规模	280
二、要素市场变化趋势	280
三、行业金融信贷市场风险	281

四、主要行业发展变化情况	286
第三节 新进入者应注意的障碍因素	287
一、新进企业进入市场的策略	287
二、战略合作联盟的实施	290
三、企业自身应对策略	291
第四节 营销分析与营销模式推荐	292
一、实施重点客户战略的必要性	292
二、合理确立重点客户	293
三、对重点客户的营销策略	294
四、强化重点客户的管理	297
第十三章 食品饮料行业投资方向预测分析	300
第一节 食品饮料市场整合成长趋势	300
一、市场占有率的构成	300
二、竞争格局变化	301
三、高科技应用带来新生机	305
第二节 食品饮料需求变化趋势及新的商业机遇预测	306
一、品牌格局趋势	306
二、市场渠道及分布趋势研究	310
三、消费者调研及SPSS分析	319
第三节 食品饮料投资战略与营销规划	333
一、行业投入情况分析	333
二、技术开发战略	333
三、行业竞争战略结构分析	334
四、产业战略规划	334
五、营销品牌战略	335
六、ZYWB发展规划与策略研究	338
第四节 对中国食品饮料品牌建设的方法与策略	342
一、企业品牌发展的历史进程	342
二、食品饮料实施品牌战略的意义	352
三、食品饮料行业发展趋势及影响因素	355
四、食品饮料品牌建设与风险管理策略	357
图表目录	

图表：2009年7月-2014年6月全球乳饮料市场企业排名 19

图表：我国食品饮料行业发展阶段图解 38

图表：2006-2014年国内生产总值及其增长速度 66

图表：2014年居民消费价格月度涨跌幅度 67

图表：2014年居民消费价格比2014年涨跌幅度 68

图表：2014年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 69

图表：2006-2014年城镇新增就业人数 69

图表：2006-2014年末国家外汇储备及其增长速度 70

图表：2006-2014年公共财政收入及其增长速度 71

图表：2006-2014年粮食产量及其增长速度 72

图表：2006-2014年全部工业增加值及其增长速度 73

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度 74

图表：2014年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 75

图表：2006-2014年建筑业增加值及其增长速度 76

图表：2006-2014年全社会固定资产投资及其增长速度 77

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 77

图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力 79

图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 80

图表：2006-2014年社会消费品零售总额及其增长速度 81

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度 82

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度 83

图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度 84

图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 84

图表：2006-2014年货物进出口总额 85

图表：2014年非金融领域外商直接投资及其增长速度 86

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 87

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 87

图表：2006-2014年末电话用户数 88

图表：2014年年全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 89

图表：2006-2014年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 90

图表：2014年年末人口数及其构成 93

图表：2006-2014年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 93

图表：2006-2014年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 94

图表：2014年全国城乡居民收入 99

图表：2014年全国农村居民收入结构 99

图表：2014年全国城镇居民收入结构 100

图表：1978-2014年城乡居民收入增长情况 100

图表：1978-2014年城乡居民收入比 101

图表：2014年固定资产投资主要情况 102

图表：2014年各地区固定资产投资（不含农户）情况 105

图表：2014年固定资产投资（不含农户）增速 106

图表：2014年固定资产投资资金来源增速 107

图表：2014年东、中、西部地区固定资产投资增速 107

图表：2014年12月份规模以上工业生产主要数据 109

图表：2013-2014年全国规模以上工业增加值增速 110

图表：2013-2014年全国东、中、西部规模以上工业增加值增速 110

图表：2013-2014年全国发电量统计 111

图表：2013-2014年全国钢材统计 111

图表：2013-2014年全国水泥统计 112

图表：2013-2014年全国原油加工量统计 112

图表：2013-2014年全国十种有色金属统计 113

图表：2013-2014年全国乙烯统计 113

图表：2013-2014年全国汽车统计 114

图表：2013-2014年全国轿车统计 114

图表：2006-2014年货物进出口总额 121

图表：2006-2014年中国乳饮料产量情况 145

图表：2006-2014年中国乳饮料需求量情况 147

图表：2014年食品制造业资产总计 150

图表：2014年食品制造业主营业务收入 150

图表：2014年食品制造业利润总额 150

图表：2014年食品制造业工业销售产值 151

图表：2014年食品制造业总资产增长率 151

图表：2014年食品制造业利润总额增长率 151

图表：2014年食品制造业主营业务收入增长率 151

图表：2014年饮料制造业资产总计 152

图表：2014年饮料制造业主营业务收入 152

图表：2014年饮料制造业利润总额 152

图表：2014年饮料制造业工业销售产值 152

图表：2014年饮料制造业总资产增长率 153

图表：2014年饮料制造业利润总额增长率 153

图表：2014年饮料制造业主营业务收入增长率 153

图表：2014年食品制造业资产负债比率 153

图表：2014年食品制造业总资产周转率 154

图表：2014年饮料制造业资产负债比率 154

图表：2014年饮料制造业总资产周转率 154

图表：2014年食品制造业销售利润率 154

图表：2014年食品制造业成本费用利润率 155

图表：2014年饮料制造业销售利润率 155

图表：2014年饮料制造业成本费用利润率 155

图表：2013-2014年我国食品饮料出口值及增长趋势图 207

图表：2015-2020年我国食品饮料出口走势图 207

图表：2014年近5个月上海食品饮料工业销售产值图 209

图表：2014年近5个月江苏食品饮料工业销售产值图 209

图表：2014年近5个月浙江食品饮料工业销售产值图 210

图表：2014年近5个月安徽食品饮料工业销售产值图 210

图表：2014年近5个月山东食品饮料工业销售产值图 211

图表：2014年近5个月福建食品饮料工业销售产值图 211

图表：2014年近5个月海南食品饮料工业销售产值图 212

图表：2014年近5个月广西食品饮料工业销售产值图 212

图表：2014年近5个月广东京食品饮料工业销售产值图 213

图表：2014年近5个月湖南食品饮料工业销售产值图 213

图表：2014年近5个月湖北食品饮料工业销售产值图 214

图表：2014年近5个月河南食品饮料工业销售产值图 214

图表：2014年近5个月北京食品饮料工业销售产值图 215

图表：2014年近5个月山西食品饮料工业销售产值图 215

图表：2014年近5个月天津食品饮料工业销售产值图 216

图表：2014年近5个月内蒙古食品饮料工业销售产值图 216

图表：2014年近5个月陕西食品饮料工业销售产值图 217

图表：2014年近5个月甘肃食品饮料工业销售产值图 217

图表：2014年近5个月新疆食品饮料工业销售产值图 218

图表：2014年近5个月贵州食品饮料工业销售产值图 218

图表：2014年近5个月四川食品饮料工业销售产值图 219

图表：2014年近5个月云南食品饮料工业销售产值图 219

图表：2014年近5个月重庆食品饮料工业销售产值图 220

图表：2014年近5个月黑龙江食品饮料工业销售产值图 220

图表：2014年近5个月吉林食品饮料工业销售产值图 221

图表：2014年近5个月辽宁食品饮料工业销售产值图 221

图表：2014年我国食品制造业总资产集中度 229

图表：2014年我国食品制造业主营业务收入集中度 229

图表：2014年我国食品制造业利润总额集中度 229

图表：2014年我国饮料制造业总资产集中度 230

图表：2014年我国饮料制造业主营业务收入集中度 230

图表：2014年我国饮料制造业利润总额集中度 230

图表：2014年中国食品饮料企业品牌竞争力指数排名 232

图表：中国食品饮料企业各分级数量表 232

图表：中国食品饮料5A级企业品牌列表 233

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司财务风险指标分析 245

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司资产负债表 245

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司成长能力指标分析 246

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司运营能力指标分析 246

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司每股指标分析 246

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力指标分析 247

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司盈利质量指标分析 247

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司利润表 247

图表：2013-2014年上海光明乳业股份有限公司成长能力指标分析 249

图表：2013-2014年上海光明乳业股份有限公司运营能力指标分析 249

图表：2013-2014年上海光明乳业股份有限公司财务风险指标分析 250

图表：2013-2014年上海光明乳业股份有限公司资产负债表 250

图表：2013-2014年上海光明乳业股份有限公司每股指标分析 250

图表：2013-2014年上海光明乳业股份有限公司盈利能力指标分析 251

图表：2013-2014年上海光明乳业股份有限公司盈利质量指标分析 251

图表：2013-2014年上海光明乳业股份有限公司利润表 251

图表：2013-2014年北京三元食品股份有限公司资产负债表 260

图表：2013-2014年北京三元食品股份有限公司成长能力指标分析 260

图表：2013-2014年北京三元食品股份有限公司运营能力指标分析 261

图表：2013-2014年北京三元食品股份有限公司财务风险指标分析 261

图表：2013-2014年北京三元食品股份有限公司每股指标分析 261

图表：2013-2014年北京三元食品股份有限公司盈利能力指标分析 261

图表：2013-2014年北京三元食品股份有限公司盈利质量指标分析 262

图表：2013-2014年北京三元食品股份有限公司利润表 262

图表：2013-2014年河南双汇投资发展股份有限公司财务风险指标分析 267

图表：2013-2014年河南双汇投资发展股份有限公司资产负债表 267

图表：2013-2014年河南双汇投资发展股份有限公司成长能力指标分析 268

图表：2013-2014年河南双汇投资发展股份有限公司运营能力指标分析 268

图表：2013-2014年河南双汇投资发展股份有限公司每股指标分析 269

图表：2013-2014年河南双汇投资发展股份有限公司盈利能力指标分析 269

图表：2013-2014年河南双汇投资发展股份有限公司盈利质量指标分析 269

图表：2013-2014年河南双汇投资发展股份有限公司利润表 270

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司财务风险指标分析 272

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产负债表 273

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力指标分析 273

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力指标分析 274

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标分析 274

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力指标分析 274

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利质量指标分析 275

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润表 275

图表：食品企业差异化战略示例图 288

图表：2007年食品供应地区分布比例图 318

图表：2007年我国食品工业求购信息地区分布比例图 319

图表：2013-2014年我国食品安全事件 347

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201502/120021.html>