

2020-2026年中国食品行业市场营销模式及经营模式分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国食品行业市场营销模式及经营模式分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202006/871166.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

食品，指各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品，但是不包括以治疗为目的的物品。（2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员第十四次会议修订《中华人民共和国食品安全法》“食品”的含义）1994年《食品工业基本术语》对食品的定义为：可供人类食用或饮用的物质，包括加工食品，半成品和未加工食品，不包括烟草或只作药品用的物质。

从食品卫生立法和管理的角度，广义的食品概念还涉及到：所生产食品的原料，食品原料种植，养殖过程接触的物质和环境，食品的添加物质，所有直接或间接接触食品的包装材料，设施以及影响食品原有品质的环境。

随着互联网购物的兴起和物联网技术的发展，人们通过“网购”途径购买食品的频次和花费高速增长。数据显示，2015-2019年，网络零售产品的实物商品中，“吃”类商品零售额的年均增速均快于实物商品零售额的年均增速。2019年，“吃”类商品零售同比增长30.90%，增幅属实物商品品类中最大。

2015-2019年中国网络零售额增速趋势

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国食品行业市场营销模式及经营模式分析报告》共十九章。首先介绍了食品行业市场发展环境、食品整体运行态势等，接着分析了食品行业市场运行的现状，然后介绍了食品市场竞争格局。随后，报告对食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了食品行业发展趋势与投资预测。您若想对食品产业有个系统的了解或者想投资食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 食品行业发展分析

第一章 国际食品行业概况

第一节 世界食品行业整体发展状况

一、多项因素推动世界食品价格大幅上涨

二、全球有机食品消费集中在发达国家

三、世界食品消费注重健康和方便

四、全球营养保健食品市场快速增长

五、2019年世界食品价格走势预测

第二节 美国食品行业

- 一、美国食品市场整体概况
- 二、美国有机食品市场明显扩大
- 三、美国食品市场出现的新产品类型
- 四、美国食品行业困境中不乏光明
- 五、美国不断完善食品安全保障体系

第三节 日本食品行业

- 一、日本食品企业致力开拓东亚市场
- 二、日本食品自给率分析
- 三、日本鼓励发展过期食品循环利用产业
- 四、日本食品安全产生严重危机
- 五、日本加强进口食品日文表识监管

第四节 俄罗斯食品工业

- 一、俄罗斯食品市场简介
- 二、导致俄食品市场过重依赖进口
- 三、俄罗斯食品价格将上涨五成
- 四、俄罗斯小食品市场发展迅速
- 五、俄罗斯关于转基因食品发展有争议

第五节 欧洲食品市场

- 一、欧盟新食品法的介绍
- 二、英国食品价格高速上升
- 三、英国食品短缺问题分析
- 四、德国有机食品市场发展迅速
- 五、法国功能食品市场年增长分析
- 六、法国采取多样措施确保食品安全

第二章 中国食品行业发展分析

第一节 中国食品行业发展综合状况

- 一、我国食品工业六十年发展历程
 - 一、中国食品工业发展的突出特点
 - 三、中国食品产业发展面临新形势
 - 四、我国食品工业区域结构得到改善

第二节 2015-2019年中国食品所属行业运行分析

- 一、2019年全国食品工业整体运行情况
- 二、2019年国内食品行业重大事件点评

三、2019年我国食品工业整体运行情况分析

第三节 中国食品工业存在问题解析

一、中国食品行业存在的主要问题

二、中国食品工业存在多方面问题

三、中国食品产业面临五大挑战

四、中国食品产业的五大战略瓶颈

第四节 我国食品行业发展思路

一、解决食品安全问题的相应措施

二、食品行业发展的政策措施

三、食品工业发展基本思路与方向

四、我国食品工业科技创新的思路

第三章 2015-2019年中国食品制造所属所属行业经济运行数据分析

第一节 2015-2019年全国食品制造业主要经济指标

一、2018年全国食品制造业主要经济指标

二、2019年全国食品制造业主要经济指标

第二节 2015-2019年全国及各省市食品制造业产销数据分析

一、2018年全国及各省市食品制造业产销数据分析

二、2019年全国及各省市食品制造业产销数据分析

第三节 2015-2019年全国及各省市食品制造业资产负债分析

一、2018年全国及各省市食品制造业资产负债分析

二、2019年全国及各省市食品制造业资产负债分析

第四节 2015-2019年全国及中国各省市食品制造业行业规模分析

一、2018年全国及各省市食品制造业行业规模分析

二、2019年全国及各省市食品制造业行业规模分析

第五节 2015-2019年全国及各省市食品制造业盈利能力分析

一、2018年全国及各省市食品制造业盈利能力分析

二、2019年全国及各省市食品制造业盈利能力分析

第四章 中国食品所属行业产品产量数据分析

第一节 2015-2019年全国及主要省份饼干产量分析

一、2018年全国及主要省份饼干产量分析

二、2019年全国及主要省份饼干产量分析

第二节 2015-2019年全国及主要省份糖果产量分析

一、2018年全国及主要省份糖果产量分析

二、2019年全国及主要省份糖果产量分析

第三节 2015-2019年全国及主要省份方便面产量分析

一、2018年全国及主要省份方便面产量分析

二、2019年全国及主要省份方便面产量分析

第四节 2015-2019年全国及主要省份糕点产量分析

一、2018年全国及主要省份糕点产量分析

二、2019年全国及主要省份糕点产量分析

第五节 2015-2019年全国及主要省份罐头产量分析

一、2018年全国及主要省份罐头产量分析

二、2019年全国及主要省份罐头产量分析

第六节 2015-2019年全国及主要省份酱油产量分析

一、2018年全国及主要省份酱油产量分析

二、2019年全国及主要省份酱油产量分析

第七节 2015-2019年全国及主要省份冷冻饮品产量分析

一、2018年全国及主要省份冷冻饮品产量分析

二、2019年全国及主要省份冷冻饮品产量分析

第八节 2015-2019年全国及主要省份食用植物油产量分析

一、2018年全国及主要省份食用植物油产量分析

二、2019年全国及主要省份食用植物油产量分析

第九节 2015-2019年全国及主要省份味精产量分析

一、2018年全国及主要省份味精产量分析

二、2019年全国及主要省份味精产量分析

第十节 2015-2019年全国及主要省份液体乳产量分析

一、2018年全国及主要省份液体乳产量分析

二、2019年全国及主要省份液体乳产量分析

第二部分 食品市场发展分析

第五章 中国食品市场发展分析

第一节 中国儿童食品市场

一、儿童食品市场需要深度细分

二、儿童食品市场的问题

三、儿童食品相关标准制定迫在眉睫

四、儿童食品包装色彩发展趋向

第二节 中国农村食品市场

一、农村食品市场安全隐患多

二、六方面整顿农村食品市场

三、农村食品市场整顿新举措

四、国家将着重检查农村食品市场

第三节 食品行业的竞争及发展

- 一、中国食品出口竞争力探析
- 二、中国食品行业的恶性竞争
- 三、食品饮料行业迈入竞争型增长阶段
- 四、经济全球化食品业竞争发展取胜要素
- 五、提升食品企业核心竞争力的对策

第四节 食品添加剂的发展

- 一、中国食品添加剂技术发展快
- 二、食品添加剂行业受三聚氰胺事件冲击
- 三、我国食品添加剂行业增长原因及问题
- 四、中国食品添加剂市场有广阔前景

第六章 食品市场营销分析

第一节 食品工业营销概况

- 一、现代食品营销策划分析
- 二、食品行业看好网络营销
- 三、中国食品行业的公益营销火热

第二节 绿色食品营销

- 一、我国绿色食品市场营销的现状
- 二、中国绿色食品营销环境分析
- 三、绿色食品营销渠道定位与选择
- 四、绿色食品营销渠道的对策
- 五、中国绿色食品市场营销建议

第三节 中国有机食品营销渠道分析

- 一、KA卖场
- 二、有机零售店
- 三、传统高档食品超市
- 四、网上销售
- 五、有机餐厅

第四节 调味品营销策略分析

- 一、调味品营销需要选对策略
- 二、调味品品牌营销的要点
- 三、调味品宣传销售营销策略
- 四、调味品市场营销策略

第五节 烘焙食品营销策略及案例分析

- 一、烘焙企业强化营销拼市场

- 二、烘焙食品超市营销渠道分析
- 三、国内二线饼干品牌的特色营销策略
- 四、河南湖雪饼干取得成功的秘诀
- 第六节 方便食品营销策略及典型案例
 - 一、现阶段速冻食品营销的关键
 - 二、中国速冻食品行业营销分析
 - 三、中小方便面企业的营销策略
 - 四、白家粉丝的品牌战略
- 第七节 乳制品营销方案及案例
 - 一、乳制品企业市场营销战略
 - 二、乳品促销战略分析
 - 三、乳品促销战略设计与评估
 - 四、区域性乳品企业突破的机会
 - 五、2019年乳品企业的机遇和挑战
- 第八节 休闲食品营销策略及案例分析
 - 一、休闲食品市场营销要诀
 - 二、休闲食品品牌营销策划
 - 三、国内糖果市场营销的新变化
 - 四、徐福记营销成功的关键要素
- 第七章 食品行业重点区域市场
 - 第一节 广东省
 - 一、2019年广东食品行业发展状况
 - 二、2019年广东食品产业出口分析
 - 三、广东绿色食品产业提升快
 - 四、广东怀集打造珠三角安全食品产业基地
 - 第二节 福建省
 - 一、福建省规范食品质量安全状况
 - 二、福建采取措施保障水煮笋对日出口
 - 三、福建食品企业标准实行备案制度
 - 四、福建地方特色食品出口形势喜人
 - 五、福建食品企业集体崛起的启示
 - 第三节 湖北省
 - 一、湖北食品行业发展情况
 - 二、湖北发展食品工业优势分析
 - 三、湖北食品工业问题与对策

四、湖北绿色食品产业发展分析

第四节 河南省

- 一、河南速冻食品产业发展分析
- 二、河南食品出口逆势增长
- 三、河南食品产业存在的主要问题
- 四、河南食品产业的制高点 and 突破点

第五节 黑龙江省

- 一、黑龙江绿色食品产业成绩斐然
- 二、黑龙江罐头产业发展状况
- 三、黑龙江乳业发展成强势地域品牌
- 四、哈尔滨食品产业快速壮大

第六节 四川省

- 一、四川省食品工业持续快速发展
- 二、四川食品行业网上直销渐成潮流
- 三、四川将大力发展绿色食品产业
- 四、四川食品企业的突围之路

第八章 中国食品进出口市场调研

第一节 中国进口食品市场概况

- 一、中国市场进口食品现状分析
- 二、我国进口食品市场增速快
- 三、中国进口食品存在的隐患
- 四、进口食品冲击中国食品市场
- 五、中国进口食品市场逐步规范

第二节 中国食品出口状况

- 一、中国出口食品合格率高
- 二、我国绿色食品出口前景广阔
- 三、中国食品罐头出口分析
- 四、中国出口食品包装安全引起重视
- 五、我国出口食品不再加施检验检疫标志

第三节 食品工业进出口问题分析

- 一、中国食品进出口安全问题突出
- 二、中国食品出口遭遇困境
- 三、信用危机制约我国食品出口
- 四、进口食品质量问题明显

第四节 中国食品行业进出口策略

一、中国绿色食品行业出口策略

二、加强进出口食品的安全检测

三、中国有机食品出口建议

四、技术性贸易措施体系全面分析

第三部分 食品细分市场调研

第九章 肉制品

第一节 肉制品市场状况

一、我国肉类食品行业发展迅速

二、我国肉类食品产品质量大幅度提高

三、我国肉制品加工业发展分析

四、2019年肉制品行业竞争加剧

第二节 肉制品价格波动分析

一、肉类产品供不应求导致肉价上涨

二、肉类产品比价逐渐趋向合理

三、未来肉类食品价格趋势预测

第三节 肉制品行业发展趋势及前景分析

一、中国肉制品行业技术发展趋势分析

二、我国肉类食品产业发展的三大方向

三、2019年我国肉制品行业前景分析

四、猪肉将在肉类消费食品中保持主导地位

五、猪流感事件对我国肉制品影响有限

第十章 乳制品

第一节 2015-2019年我国乳制品行业发展分析

一、2019年中国乳制品行业发展现状

二、2019年中国乳制品进出口情况

三、2019年中国鲜奶乳制品产业发展机遇

四、2019年中国乳制品生产经营分析

五、2019年中国乳制品行业现状分析

六、2019年中国乳制品业发展分析

七、2019年我国乳制品零售额增长预测

八、2019年中国乳业发展格局分析

第二节 2015-2019年我国乳制品市场发展分析

一、2019年中国乳制品市场调研

二、2019年进口乳制品市场情况

三、2019年中国乳制品市场调研

四、2019年中国乳制品市场消费信心分析

五、2019年中国乳制品质量分析

六、2019年中国乳制品产销分析

七、2015-2019年乳制品产量分析

八、2015-2019年乳制品业生产规模分析

第三节 2015-2019年我国乳制品企业分析

一、2019年乳制品企业产业链发展现状

二、2019年我国乳品企业战高端

三、2019年我国乳制品企业监查新规情况

四、2019年我国乳制品产业政策推动企业重组

五、2019年我国启动首个乳制品生产企业认证试点

六、2019年乳制品企业扩张分析

第四节 乳制品行业政策法规

一、2019年《乳制品加工行业准入条件》施行情况

二、2019年《乳制品工业产业政策》实施情况

三、2019年工信部启动乳制品政策修订

四、2019年乳品安全国家标准出台

五、2019年乳制品企业受益贴息政策

六、2019年乳制品将设苯甲酸限量值

第五节 乳制品行业发展趋势分析

一、2019年乳业市场发展趋势分析

二、2019年乳品行业发展困境分析

三、2019年乳业巨头广告竞标新态势

四、2019年我国乳业市场发展态势预测

五、2020-2026年乳制品工业发展预测

六、2030年我国乳业发展需求量预测

第十一章 方便食品

第一节 方便食品行业整体发展状况

一、方便食品行业增长强劲

二、国内外方便食品展望

三、我国方便食品前景广阔

四、方便食品呈现差异化、特色化发展趋势

第二节 方便面

一、中国方便面行业增长开始放缓

二、中国方便面市场竞争格局分析

三、方便面新国标规范行业发展

四、我国方便面市场发展趋势预测

五、2019年方便面市场调研

第三节 烘焙食品

一、我国烘焙食品市场三大特点

二、烘焙食品行业区域经济发展之路

三、我国烘焙食品企业需走品牌之路

四、烘焙食品开发趋势

第四节 速冻食品

一、中国速冻食品发展情况

二、我国速冻食品行业现状及对策

三、我国速冻食品市场竞争状况

四、中国速冻食品行业发展空间巨大

五、我国速冻食品行业发展趋势

六、我国速冻食品市场趋势预测

第五节 罐头食品

一、我国罐头行业品牌突围分析

二、我国罐头食品出口转向内销

三、我国罐头行业存在的问题分析

四、中国罐头行业需拓展国内市场

五、中国罐头产业突破策略分析

六、中国罐头食品的发展趋势与策略

第十二章 休闲食品

第一节 休闲食品产业现状

休闲食品能减轻人的心理压力，并能帮助食用者缓解自身情绪，保持心情舒畅。未来随着消费者的消费水平和购买力的不断提升，越来越多的消费者会对休闲零食有更高的需求，甚至作为代餐。整个行业正在向风味化、营养健康化、享受化甚至功能化的方向发展。

2011-2019年休闲食品行业规模

数据来源：公开资料整理

一、我国休闲食品市场格局分析

二、健康意识促进休闲食品产业升级

三、进口休闲食品抢占国内市场

四、我国休闲食品市场消费量偏低

五、休闲食品市场有极大发展空间

六、麻辣休闲食品的趋势预测不可限量

第二节 中国休闲食品品牌发展趋势

一、品牌格局特征

二、品牌投资前景

三、品牌发展趋势

第三节 女性休闲食品

一、女性休闲食品消费者分析

二、女性休闲食品市场特征

三、女性休闲食品的创新

第四节 膨化食品

一、中国膨化食品的风味和种类

二、膨化食品的优缺点分析

三、国内膨化食品发展概况

五、休闲膨化食品发展趋势

第十三章 调味品

第一节 调味品行业发展状况

一、中国调味品行业发展强劲

二、中国调味品产业发展特点

三、中国调味品市场格局分析

四、中国调味品行业进入调整分化期

五、中国方便调料持续快速发展

第二节 鸡精与味精市场

一、我国鸡精市场发展特点

二、国内鸡精消费市场逐渐扩大

三、鸡精与味精市场比较分析

四、我国味精市场供需分析

第三节 调味品行业发展问题及对策

一、调味品行业发展存在的问题

二、调味品行业投资策略分析

三、贸易战下调味品企业应对策略

四、调味品行业以规范促发展

第四节 调味品行业趋势预测

一、调味品行业市场潜力分析

二、我国调味品行业发展趋势

三、调味品包装未来发展趋向

四、新型复合调味料市场空间广阔

第十四章 食用油产业

第一节 食用油行业发展概况

- 一、食用油的发展历程及特点
- 二、我国大豆压榨业发展现状
- 三、我国茶油市场发展潜力巨大
- 四、食用油行业在危机中仍有增长空间

第二节 食用植物油市场状况及发展预测

- 一、2019年中国食用植物油市场发展状况
- 二、2019年中国食用植物油市场价格分析
- 三、2019年中国食用植物油进口分析
- 四、2019年食用植物油市场价格走势预测

第三节 食用油安全问题及对策

- 一、外资掌控我国食用油品牌
- 二、我国食用植物油安全问题与对策
- 三、食用油危机下应对战略分析
- 四、国企应夺回油脂产业主导权
- 五、我国食用油的发展趋势

第十五章 食糖及糖果业

第一节 中国食糖业的发展概况

- 一、2015-2019年我国成品糖产量情况
- 二、2019年食糖行业发展状况
- 三、2019年我国食糖行业发展分析
- 四、2019年中国食糖市场消费分析
- 五、中国食糖价格波动的影响因素分析
- 六、国产糖收储计划对食糖业的影响
- 七、国内食糖供需状况开始转变

第二节 糖果市场概况

- 一、我国糖果市场发展概况
- 二、我国糖果业发展根本动力
- 三、我国糖果市场销售状况
- 四、我国糖果细分市场发展特点

第三节 巧克力制品发展状况

- 一、我国巧克力消费特点
- 二、我国巧克力市场格局

三、国内外企业的优劣势分析

第四节 糖果业趋势预测及趋势

一、糖果行业的发展趋势

二、功能糖果将主导市场

三、我国糖果市场趋势预测

第十六章 绿色食品

第一节 中国绿色食品的产生及发展背景

一、中国绿色食品发展历程和现状

二、中国绿色食品发展的成就

三、中国发展绿色食品的积极意义

四、中国发展绿色食品产业的必要性

五、中国绿色食品产业渐成规模

第二节 中国绿色食品市场存在问题分析

一、中国绿色食品产业亟待解决的问题

二、中国绿色食品发展存在的问题

三、中国绿色食品市场混乱

四、我国绿色食品亟需培育品牌

五、绿色食品普及存在不利因素

第三节 绿色食品市场发展对策分析

一、大力发展绿色食品产业对策

二、中国绿色食品市场的培育

三、中国发展绿色食品产业的构想

四、中国开发绿色食品的策略

五、五大措施构建中国绿色食品长效发展机制

第四部分 食品行业重点上市公司分析

第十七章 食品行业重点上市公司经营分析

第一节 上海梅林正广和股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展动态及策略

第二节 中粮屯河股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展动态及策略

第三节 湖南金健米业股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展动态及策略

第四节 河南莲花味精股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展动态及策略

第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展动态及策略

第六节 河南双汇投资发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展动态及策略

第七节 南宁糖业股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展动态及策略

第五部分 食品安全问题与行业发展预测

第十八章 中国食品安全问题分析

第一节 世界食品安全的综述

一、世界食品安全风险制度特点

二、食品安全问题备受国际关注

三、欧盟食品安全风险分析概况

四、德国食品安全风险分析概况

五、日本食品安全风险分析概况

第二节 中国食品安全现状

- 一、食品安全管理升级
- 二、政府管制食品质量安全的缺陷
- 三、食品安全法出台背景
- 四、食品安全法维护食品市场秩序

第三节 解决食品安全问题的对策

- 一、建立消费者保护机构
- 二、中国应加大惩罚力度
- 三、建立食品安全管理的专门机构
- 四、堵住食品安全问题的源头
- 五、发挥消费者的积极作用

第四节 食品安全体系的构建

- 一、《食品安全法》的出台
- 二、我国食品安全监管体系现状分析
- 三、建立健全食品安全监管要严把"六关"
- 四、构建"六自"体系确保食品安全
- 五、中国食品安全风险制度的建议

第十九章 2020-2026年中国食品业趋势预测分析

第一节 中国食品行业发展趋势（ZY ZS）

- 一、中国食品业发展趋势分析
- 二、我国有机食品市场前景展望
- 三、中国食品消费趋势分析
- 四、食品行业多重趋势的发展
- 五、"十三五"食品行业发展方向

第二节 中国食品工业趋势分析

- 一、中国有机食品前景无限
- 二、中国食品机械工业前景光明
- 三、中国速冻食品行业前景看好

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202006/871166.html>