

2023-2029年中国进口肉类 市场研究与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国进口肉类市场研究与市场需求预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/202210/14-511731.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

随着中国经济的飞速发展，居民生活水平的不断提升，进口食品逐渐成为中国寻常百姓餐桌的重要组成部分。根据调查数据显示，当前57.5%的消费者在进口食品上的消费金额占整体食品消费的比例超过了10%。中国进口食品占居民食品消费金额比例占比数据来源：公开资料整理

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国进口肉类市场研究与市场需求预测报告》共十二章。首先介绍了进口肉类行业市场发展环境、进口肉类整体运行态势等，接着分析了进口肉类行业市场运行的现状，然后介绍了进口肉类市场竞争格局。随后，报告对进口肉类做了重点企业经营状况分析，最后分析了进口肉类行业发展趋势与投资预测。您若想对进口肉类产业有个系统的了解或者想投资进口肉类行业，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：

第一章 中国进口食品质量发展分析

第一节 中国进口食品贸易情况分析

一、进口食品增速趋缓

二、进口食品来源广泛

随着国内生鲜电商行业的不断发展，各大平台的运营模式日益成熟，供应链从源头到流通全方位升级。以中粮我买网为例：采购环节，下属四家海外公司，进口食品覆盖46个国家、6大洲、157个品牌，海外直采覆盖16个国家、63个品牌，为消费者提供全球精选美食；物流仓储环节，建立多品类分布式仓储，生鲜食品全程无缝冷链，全流程保障食品安全与品质。2022年中国进口食品供应链升级

采购

冷链物流

仓储

• 下属四家海外公司，进口食品覆盖46个国家6大洲157个品牌，海外直采16个国家63个品牌。

• 自有品牌16个，进口品牌独家代理19个。

• 专业买手严格筛选把关

，质量安全7C体系，从源头到流通全过程把控产品品质。

• 全程无缝冷

链技术，保证生鲜

食品无变质。

• 中转过程采用专业的生鲜中转箱及冰板保温设备，确保冷藏、冷冻

食品在配送过程中恒温优质。

• 一日两配，部分城市半日送达。

• 全国建立6大仓配中心。

• 涵盖产地仓—区域配送中心两大物流节点

，15000平米冷藏保鲜仓储环境。

• 专业团队为仓储环境进行绿色无害杀菌，确保食

品安全。

数据来源：公开资料整理

三、进口食品种类多样

四、进口食品口岸集中

第二节 我国进口食品质量安全状况

一、进口食品安全状况总体稳定

二、未准入境食品的主要种类

三、未准入境食品的主要来源地

四、未准入境食品的主要原因

第三节 我国进口食品安全监管主要制度

一、进口前严格准入

二、进口时严格检验检疫

三、进口后严格后续监管

第二章 中国进口肉类行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

五、全国居民收入增长分析

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 中国进口鼓励政策情况分析

一、进口鼓励政策的类型

二、进口鼓励政策的商品

三、进口鼓励政策的具体内容

第三节 中国进口肉类产业社会环境分析

一、中国人口规模分析

二、中国肉类产量情况

三、中国肉类消费情况

第三章 中国进口肉类发展情况分析

第一节 中国进口肉类总量分析

第二节 中国进口肉类质量安全情况

第三节 中国进口肉类监管制度分析

一、商务部实行自动许可证管理

二、国家质检总局的监管

第四节 中国进口肉类检验监管存在的问题

一、肉类食品安全标准偏低，指标不健全

二、食品安全标准执行困难

三、肉类进口检验监督工作缺乏有效的评估和监督机制

第四章 中国进口肉类市场细分行业——猪肉

第一节 中国进口猪肉市场发展规模统计

一、中国进口猪肉总量

二、中国进口猪肉价值

三、进口猪肉平均价格

第二节 中国猪肉进口发展情况分析

一、中国猪肉进口主要贸易方式

二、中国猪肉进口主要国家分析

三、中国猪肉进口主要企业分析

四、中国猪肉进口主要省市统计

第五章 中国进口肉类市场细分行业——牛肉

第一节 中国进口牛肉发展情况分析

一、中国进口牛肉总量分析

二、中国进口牛肉金额分析

第二节 中国冻牛肉进口情况发展分析

一、中国冻牛肉进口数量情况

二、中国冻牛肉进口金额情况

三、中国冻牛肉进口来源分析

四、中国冻牛肉进口均价分析

第三节 中国海关关区冻牛肉进口分析

第四节 澳大利亚牛肉出口中国市场分析

第六章 中国进口肉类市场细分行业——羊肉

第一节 中国进口羊肉发展情况分析

一、中国进口羊肉总量分析

二、中国进口羊肉金额分析

三、进口羊肉种类占比结构

第二节 中国羊肉主要进口来源分析

第三节 羊肉进口对中国肉羊产业影响

一、羊肉进口对肉羊产业不利影响

二、羊肉进口对肉羊产业有利影响

第七章 中国进口肉类指定口岸建设发展分析

第一节 进口肉类指定口岸建设主要成效及重要意义

一、全面推动内陆改革开放

二、扎实促成多元共治格局

三、有效推动资源科学配置

四、多措并举降低产品安全风险

五、充分优化口岸营商环境

六、有力助推国家战略实施

第二节 进口肉类指定口岸风险分析

一、进口肉类产品自身风险

二、人为因素带来的风险

三、冷链查验和储存设施风险

四、冷链运输过程中的风险

五、后续经营及管理风险

六、其他工作风险

第三节 进口肉类指定口岸监管措施

第八章 中国区域进口肉类市场冷链查验和储存一体化设施竞争力分析

第一节 长三角区域市场情况分析

一、上海市场竞争情况分析

二、江苏市场竞争情况分析

三、浙江市场竞争情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

一、广东市场竞争情况分析

二、深圳市场竞争情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

一、北京市场竞争情况分析

二、天津市场竞争情况分析

三、辽宁市场竞争情况分析

四、山东市场竞争情况分析

五、内蒙古市场竞争情况分析

第九章 中国肉类进口领先企业分析

第一节 河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、企业进口肉类总量

四、企业竞争优势分析

第二节 深圳市瑞源冷链服务有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、企业进口肉类总量

四、企业竞争优势分析

第三节 北京三川金舟贸易有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、企业进口肉类总量

四、企业竞争优势分析

第四节 大连港毅都冷链有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、企业进口肉类总量

四、企业项目发展分析

第五节 青岛新协航国际物流有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、企业进口肉类总量

四、企业竞争优势分析

第六节 优合生鲜食品有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、企业进口肉类总量

第十章 中国肉类进口行业发展趋势及策略建议分析

第一节 中国肉类进出口发展方向

第二节 中国肉类进口行业发展建议分析

一、持续开展“绿风行动”，保持打击走私高压态势

二、提高相关技术，保证进口肉类质量

三、保障良好贸易环境，适当扩大肉类进口

四、战略收购国外农场，保证肉类源头上的安全和质量

第三节 进口肉类产品标签发展对策分析

一、高度重视，细化相关检验检疫执法依据

二、严把国门，暂停不合格输华注册厂资质

三、重点监控，健全生产厂家分类管理制度

四、加强沟通，及时向厂家反馈不合格信息

五、规范整改，建立标签整改专用监管冷库

六、整合数据，构建标签不合格信息数据库

七、流通控制，提高中国肉类协会管理地位

八、搭建平台，推广使用肉类产品电子标签

第十一章 中国进境肉类检验检疫监管意见和建议

一、持续推进行境肉类准入制度

- 二、进一步加强对进境肉类口岸的管理
- 三、积极创新进境肉类检验检疫监管模式
- 四、加快对有关标准的修订及检验技术的研究工作
- 五、加强入境后的监管环节
- 六、依法查处走私肉类的违法行为

第十二章 中国进口肉类行业发展战略研究分析（）

第一节 进口肉类企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业做大做强的需要
- 三、企业可持续发展的需要

第二节 进口肉类企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节 进口肉类企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第四节 进口肉类企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略（）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202210/14-511731.html>