

2020-2026年中国食品行业 深度研究与战略咨询报告

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

《2020-2026年中国食品行业深度研究与战略咨询报告》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/R0704/202004/26-345056.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

报告目录：

第一章 食品制造定义与行业界定

第一节 食品定义

第二节 食品分类

第三节 报告研究范畴

第四节 报告研究方向

第五节 报告数据采集

第六节 报告研究方法

第二章 中国食品行业发展分析

第一节 中国食品行业经济运行现状

一、食品行业企业数量规模

二、食品行业资产情况分析

三、食品行业利润情况分析

四、食品行业营业收入分析

第二节 中国食品行业发展现状

一、2019年食品行业发展概况

……

三、食品工业十三五发展规划

四、食品工业发展存在问题分析

第三节 中国食品工业结构发展分析

第三章 中国食品对外贸易分析

第一节 中国食品进出口分析

第二节 影响中国食品进出口的因素分析

一、食品安全问题

二、“反倾销”

三、“绿色壁垒”

四、食品安全体系

五、市场开放

第四章 中国食用油市场分析

第一节 食用油市场分析

- 一、食用油市场成长性分析
 - 二、中国食用植物油价格走势
 - 三、食用植物油市场供需分析
 - 四、中国食用植物油市场特点
 - 五、中国食用植物油发展规划
- ### 第二节 中国食用油行业运行分析
- 一、2019年中国食用油行业运行
……

第五章 中国方便食品市场分析

第一节 方便食品行业生产情况

- 一、中国方便食品产品生产情况
 - 二、中国方便面的市场发展现状
 - 三、中国速冻食品市场发展现状
- ### 第二节 中国方便食品行业发展

第六章 中国休闲食品市场分析

第一节 中国休闲食品市场分析

- 一、休闲食品市场规模
- 二、休闲食品消费分析
- 三、休闲食品市场特点
- 四、休闲食品市场走向

第二节 休闲食品行业发展

- 一、休闲食品行业现状
- 二、休闲食品供给趋势
- 三、休闲食品发展前景

第三节 休闲食品品牌发展分析

- 一、品牌格局特征
- 二、品牌发展战略

- 1、产品线扩展策略
- 2、多品牌策略
- 三、品牌发展趋势

第七章 中国肉制品市场分析

第一节 中国肉制品市场现状

- 一、肉制品分类及其特征
- 二、中国肉类的生产情况
- 三、肉制品加工市场格局

第二节 中国肉制品行业发展情况

- 一、2019年中国肉制品行业发展

·

第三节 中国肉制品发展前景及趋势

- 一、肉制品加工发展趋势
 - 1、发展低温类肉制品
 - 2、积极开发保健类肉制品
 - 3、重组肉类制品以及休闲肉类制品的发展
- 二、肉制品加工市场前景
- 三、肉制品加工营销策略

第八章 中国糖果市场分析

第一节 中国糖果行业生产情况

- 一、中国糖果生产情况分析
- 二、中国糖果行业发展现状
- 三、中国糖果细分产品现状

第二节 中国糖果行业市场分析

- 一、中国糖果行业发展概况
- 二、糖果行业市场现状分析
- 三、糖果市场消费层次分析
- 四、中国糖果行业渠道分析

第九章 中国焙烤食品市场分析

第一节 焙烤食品市场分析

一、中国烘焙食品市场现状

二、烘焙食品消费情况分析

三、烘焙食品行业竞争格局

四、中国饼干市场发展现状

五、中国饼干市场发展趋势

第二节 焙烤食品行业发展

第十章 中国罐头食品市场分析

第一节 中国罐头食品行业生产情况

一、中国罐头生产情况分析

二、各省市罐头生产情况分析

第二节 中国罐头食品市场分析

一、中国罐头市场总体情况分析

二、中国罐头市场环境分析

三、中国罐头市场发展存在问题

第三节 中国罐头食品行业发展

一、中国罐头行业发展概况

二、中国罐头包装发展趋势

三、中国罐头市场发展对策

第十一章 中国饮料市场分析

第一节 中国饮料市场分析

一、中国饮料生产情况

二、中国饮料市场现状

三、中国饮料营销对策

第二节 中国饮料行业发展

一、中国饮料行业发展概况

二、中国饮料行业发展前景

三、中国饮料行业发展趋势

四、中国饮料产品发展趋势

第十二章 中国食品工业包装市场分析

第一节 食品包装材料发展分析

第二节 食品包装行业发展分析

一、食品包装设计市场分析

二、中国食品包装行业现状

第三节 食品与包装机械行业分析

一、食品包装机械发展现状

二、食品包装机械战略环境

三、中外食品包装机械比较

四、食品包装机械发展趋势

第十三章 北京食品市场

第一节 北京食品地方法规政策

一、北京市食品安全条例

二、北京网购食品首次纳入安全监管

三、北京市网店不得销售散装食品

第二节 北京地区食品行业投资

一、北京部分高端餐厅开卖火锅、包子等低价食品

二、新北京特产引爆糕点市场

第三节 北京地区食品行业运行

一、北京地区食品行业发展概况

二、北京地区食品行业销售收入

三、北京地区食品行业利润总额

第四节 北京地区食品行业生产

一、北京食品生产价格分析

二、北京食品行业发展现状

三、北京食品清洁补贴

第十四章 上海食品市场

第一节 上海食品地方法规政策

一、上海发布食品安全地方标准

二、“十三五”实施食品药品行政“黑名单”制度

第二节 上海地区食品行业投资

一、沪台投资出现“双向热”，两岸食品业受青睐

二、台商热衷投资上海餐饮业

第三节 上海地区食品行业运行

一、上海地区食品行业发展概况

二、上海地区食品行业销售收入

三、上海地区食品行业利润总额

第四节 上海地区食品行业生产

一、上海食品生产情况分析

二、上海食品行业发展现状

三、上海食品安全受重视

第十五章 广东食品市场

第一节 广东食品地方法规政策

一、广东省食品工业发展规划

二、新版广东食品安全网投入运行

第二节 广东地区食品行业投资

一、丹麦果汁巨头可罗食品斥资亿元在广东建厂

二、雀巢大力发展广东业务，投资力度巨大

第三节 广东地区食品行业运行

一、广东地区食品行业发展概况

二、广东地区食品行业销售收入分析

三、广东地区食品行业利润总额分析

第四节 广东地区食品行业生产

一、广东食品生产情况分析

二、广东食品行业发展现状

三、广东食品行业发展对策

第十六章 中国食品市场竞争分析

第一节 食品战略集群分析

一、食品企业战略集群正在形成

二、中国绿色食品基地建设分析

三、食品加工业产业集群的特征

第二节 食品市场竞争状况分析

一、食品行业竞争特点

二、价格竞争主导消费方向

三、食品包装行业竞争新动向

第三节 休闲食品市场竞争分析

第十七章 中国食品加工业重点企业分析

第一节 河南双汇投资发展股份有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第二节 龙大食品集团有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第三节 郑州思念食品有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第四节 青岛康大食品有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第五节 洽洽食品股份有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第六节 圣元营养食品有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第七节 河南永达清真食品有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第八节 山东好当家海洋发展股份有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第九节 福建达利食品集团有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第十节 郑州市三全食品股份有限公司

一、公司简介

二、主营产品

三、竞争优势

四、经营状况

第十八章 食品行业消费者分析

第一节 食品行业消费重点走势分析

一、总量扩大，消费升级，分层更加明细趋势

二、消费呈现多元化、个性化发展趋势

三、更加重视食品安全、追求食补功效趋势

第二节 食品行业广告投放分析

第三节 网购消费者行为分析

一、消费者细分

二、对食品安全的认知程度

三、消费者购买食品主要时间

四、消费者选择渠道考虑因素

第四节 咖啡及茶饮料消费调查分析

第五节 碳酸饮料消费者调查分析

第六节 烘焙食品消费者调查分析

第七节 瓶装饮用水消费者调查

第八节 乳制品消费者调查分析

第十九章 食品消费市场调查分析

第一节 果汁/果味饮料/蔬菜汁市场调查

第二节 冰淇淋/雪糕消费者市场调查

第三节 饼干/威化/派消费者市场调查

第四节 成人奶粉消费者市场调查

第五节 豆奶粉/核桃消费者市场调查

第六节 方便面消费者市场调查

第七节 谷麦类食品消费者市场调查

第八节 食用油消费者市场调查

第九节 100%纯果汁消费者市场调查

第十节 白酒消费者市场调查

第十一节 功能性饮料消费市场调查

第十二节 啤酒消费者市场调查

第二十章 中国食品渠道营销策略分析

第一节 食品销售渠道策略及销售网络模式分析

一、食品渠道网络中存在问题

二、国际食品市场营销新趋势

三、新型食品渠道网络模式

第二节 食品经销商管理及管理要点

第二十一章 中国食品行业发展趋势及预测

第一节 食品行业发展趋势

- 一、烘焙食品发展趋势
- 二、糖果行业发展趋势
- 三、食品包装发展趋势
- 四、调味品行业发展趋势

第二节 中国食品行业消费趋势

- 一、食品消费总体趋势
- 二、食品饮料消费趋势
- 三、休闲食品消费趋势
- 四、糖果行业消费趋势
- 五、调味品行业消费趋势

第二十二章 2020-2026年中国食品行业市场预测

第一节 中国食品行业市场预测

- 一、“十三五”时期中国食品工业预测
- 二、2020-2026年中国食品趋势预测

第二节 2020-2026年食品饮料市场预测

- 一、2020-2026年中国饮料产量预测
- 二、2020-2026年中国饮料发展预测
- 三、2020-2026年中国瓶装饮用水产销前景预测
- 四、2020-2026年中国软饮料行业发展趋势预测
- 五、2020-2026年中国功能性饮料市场需求预测

第三节 2020-2026年酒类市场预测

- 一、白酒行业生产规模预测
- 二、白酒行业销售规模预测
- 三、白酒行业市场盈利预测
- 四、中国黄酒行业发展趋势

第四节 2020-2026年中国食用油市场预测

- 一、中国居民人均年食用油消费量预测
- 二、中国食用植物油市场供给预测分析
- 三、中国居民食用油消费需求总量预测

四、中国茶油行业的市场消费前景预测

第五节 2020-2026年中国调味品市场预测

一、2020-2026年中国发酵工业发展预测

二、中国餐饮行业的市场规模预测

三、中国调味品产品发展变化预测

四、中国调味品行业竞争趋势分析

五、中国调味品行业需求趋势分析

六、中国调味品行业市场规模预测

七、复合型调味品的市场发展趋势

第六节 2020-2026年乳品市场预测

一、2020-2026年全球乳制品市场预测

二、2020-2026年中国乳制品总产量预测

三、2020-2026年中国乳制品需求规模预测

四、中国冰淇淋市场发展趋势及前景

五、中国乳制品行业发展总体趋势

图表目录

图表 1 2015-2019年我国食品行业企业数量变化

图表 2 2015-2019年我国食品行业资产总额变化

图表 3 2015-2019年我国食品行业利润总额变化

图表 4 2015-2019年我国食品行业营业收入变化

图表 5 2015-2019年我国食用植物油市场价格走势

图表 6 2015-2019年我国食用植物油市场供需对比

图表 7 中国食用植物油市场特点

图表 8 2015-2019年我国方便食品产品产量 单位：万吨

图表 9 2015-2019年我国方便食品制造业主营业务收入走势表

图表 10 2015-2019年我国方便食品制造业利润总额走势表

图表 11 2015-2019年我国休闲食品行业市场规模变化

图表 12 2015-2019年我国肉类产量统计

图表 13 2015-2019年我国糖果产量统计

图表 14 2015-2019年我国烘焙食品行业市场规模变化

图表 15 2015-2019年我国罐头产量统计

图表 16 2019年各省市罐头生产情况

图表 17 2015-2019年我国饮料行业产量统计

图表 18 2015-2019年北京地区食品行业销售收入统计

图表 19 2015-2019年北京地区食品行业利润总额统计

图表 20 2015-2019年北京食品工业生产价格指数走势

图表 21 2015-2019年上海地区食品行业销售收入统计

图表 22 2015-2019年上海地区食品行业利润总额统计

图表 23 2015-2019年上海地区食品行业工业总产值统计

图表 24 2015-2019年广东地区食品行业销售收入统计

图表 25 2015-2019年广东地区食品行业利润总额统计

图表 26 2015-2019年广东地区食品行业工业总产值统计

图表 27 双汇投资发展股份有限公司经营情况分析 单位：万元

图表 28 龙大食品集团有限公司经营情况分析 单位：万元

图表 29 郑州思念食品有限公司经营情况分析 单位：万元

图表 30 青岛康大食品有限公司经营情况分析 单位：万元

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202004/26-345056.html>