

2021-2027年中国进口食品 行业深度分析与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国进口食品行业深度分析与市场年度调研报告》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.abaogao.com/b/shipin/X05043FEY5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

得益于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。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%。2019年4月进口食品占整体食品消费金额比例

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国进口食品行业深度分析与市场年度调研报告》共十二章。首先介绍了进口食品相关概念及发展环境，接着分析了中国进口食品规模及消费需求，然后对中国进口食品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国进口食品面临的机遇及发展前景。您若想对中国进口食品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 进口食品市场基本介绍

1.1 进口食品基本界定

1.1.1 定义

1.1.2 主要类别

1.1.3 重点品牌

1.2 食品进口的操作流程

1.2.1 进口方式

1.2.2 进口流程

1.2.3 许可流程

第二章 2016-2019年世界进口食品市场发展分析

2.1 国际进口食品市场发展状况

2.1.1 进口食品价格指数

2.1.2 市场整体发展态势

2.1.3 食品安全问题分析

2.2 2016-2019年国外进口食品市场规模

- 2.2.1 韩国
- 2.2.2 越南
- 2.2.3 墨西哥
- 2.2.4 迪拜
- 2.2.5 牙买加
- 2.3 国外对进口食品标签的要求
 - 2.3.1 美国
 - 2.3.2 欧盟
 - 2.3.3 日本
 - 2.3.4 韩国
- 2.4 国外进口食品市场管制规定
 - 2.4.1 美国
 - 2.4.2 欧盟
 - 2.4.3 澳大利亚
 - 2.4.4 日本
 - 2.4.5 韩国
 - 2.4.6 印度
 - 2.4.7 越南

第三章 2016-2019年中国进口食品市场环境分析

- 3.1 经济环境
 - 3.1.1 全球经济运行态势
 - 3.1.2 宏观经济运行状况
 - 3.1.3 对外贸易发展规模
 - 3.1.4 人民币汇率变动状况
 - 3.1.5 宏观经济发展趋势
- 3.2 社会环境
 - 3.2.1 人口环境分析
 - 3.2.2 居民收入水平
 - 3.2.3 居民消费价格
 - 3.2.4 商品零售规模
- 3.3 政策环境

- 3.3.1 规范进口食品不良记录管理
- 3.3.2 国务院加强进口的若干意见
- 3.3.3 新版食品安全法实施
- 3.3.4 食品安全重点工作安排
- 3.3.5 “十三五”国家食品安全规划

第四章 2016-2019年中国进口食品市场发展现状

4.1 中国进口食品市场发展综述

4.1.1 市场高速发展

2009-2019年，我国进口食品规模年复合增长率高达17.7%，到2019年进口食品规模已超过700亿美元，达到724.7亿美元，中国已成为全球最大的进口食品消费国之一。2009-2018年中国进口食品规模及增长

4.1.2 市场增长原因

4.1.3 市场价格状况

4.2 中国进口食品市场发展特征分析

4.2.1 行业发展特点

4.2.2 市场消费特征

4.2.3 进口来源分布

4.2.4 进口种类齐全

4.3 2016-2019年中国进口食品市场贸易状况

4.3.1 贸易规模回顾

4.3.2 贸易规模现状

4.3.3 贸易区域分布

4.3.4 贸易方式占比

4.4 中国进口食品市场存在的问题及对策分析

4.4.1 食品标签问题

4.4.2 产品质量问题

4.4.3 市场竞争激烈

4.4.4 企业成长路径

第五章 2016-2019年中国进口食品细分市场分析

5.1 进口乳制品

- 5.1.1 行业发展现状
- 5.1.2 市场管制措施
- 5.1.3 进口贸易规模
- 5.1.4 市场竞争状况
- 5.1.5 市场存在问题
- 5.2 进口酒
 - 5.2.1 市场发展规模
 - 5.2.2 进口规模状况
 - 5.2.3 进口来源地分布
 - 5.2.4 产品质量监管
- 5.3 进口水果
 - 5.3.1 行业运行状况
 - 5.3.2 进口水果规模
 - 5.3.3 进口市场现状
 - 5.3.4 智利对华出口
- 5.4 进口食糖
 - 5.4.1 进口市场规模
 - 5.4.2 进口来源地分布
 - 5.4.3 进口区域特征
 - 5.4.4 保障措施公告
- 5.5 进口大豆
 - 5.5.1 行业发展现状
 - 5.5.2 进口规模现状
 - 5.5.3 进口走势预测

第六章 2016-2019年中国进口食品区域市场发展分析

- 6.1 中国进口食品区域市场分析
 - 6.1.1 一级城市
 - 6.1.2 二级城市
 - 6.1.3 三级城市
 - 6.1.4 四级城市
- 6.2 中国重点地区进口食品市场分析

- 6.2.1 北京
- 6.2.2 上海
- 6.2.3 深圳
- 6.2.4 江苏
- 6.2.5 浙江

第七章 2016-2019年糖酒类食品进口数据分析

7.1 中国糖及糖食进出口数据分析

- 7.1.1 进出口总量数据分析
- 7.1.2 主要贸易国进出口情况分析
- 7.1.3 主要省市进出口情况分析

7.2 中国葡萄汽酒进出口数据分析

- 7.2.1 进出口总量数据分析
- 7.2.2 主要贸易国进出口情况分析
- 7.2.3 主要省市进出口情况分析

7.3 中国葡萄酒进出口数据分析

- 7.3.1 进出口总量数据分析
- 7.3.2 主要贸易国进出口情况分析
- 7.3.3 主要省市进出口情况分析

7.4 中国白酒进出口数据分析

- 7.4.1 进出口总量数据分析
- 7.4.2 主要贸易国进出口情况分析
- 7.4.3 主要省市进出口情况分析

7.5 中国黄酒进出口数据分析

- 7.5.1 进出口总量数据分析
- 7.5.2 主要贸易国进出口情况分析
- 7.5.3 主要省市进出口情况分析

第八章 2016-2019年其他主要食品进口数据分析

8.1 中国食用水果及坚果进出口数据分析

- 8.1.1 进出口总量数据分析
- 8.1.2 主要贸易国进出口情况分析

8.1.3 主要省市进出口情况分析

8.2 中国乳品、蛋品、天然蜂蜜、其他食用动物产品进出口数据分析

8.2.1 进出口总量数据分析

8.2.2 主要贸易国进出口情况分析

8.2.3 主要省市进出口情况分析

8.3 中国可可及可可制品进出口数据分析

8.3.1 进出口总量数据分析

8.3.2 主要贸易国进出口情况分析

8.3.3 主要省市进出口情况分析

第九章 2016-2019年中国进口食品电子商务发展状况

9.1 中国进口食品电子商务发展态势分析

9.1.1 进口食品线上优势

9.1.2 线上市场交易规模

9.1.3 线上交易品类结构

9.1.4 线上进口食品来源地

9.1.5 线上消费者特征分析

9.2 主要进口食品电商平台发展分析

9.2.1 天猫

9.2.2 京东

9.2.3 顺丰优选

9.2.4 亚马逊

第十章 2016-2019年中国进口食品市场重点企业经营状况分析

10.1 中粮集团有限公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 主营业务分析

10.1.3 主要经营指标

10.1.4 进口食品业务

10.2 安徽省粮油食品进出口（集团）公司

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 主营业务分析

- 10.2.3 企业经营状况
- 10.2.4 进口食品业务
- 10.3 广东食品进出口集团公司
 - 10.3.1 企业发展概况
 - 10.3.2 主营业务分析
 - 10.3.3 进口食品业务
- 10.4 湖北省粮油食品进出口（集团）公司
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 主营业务分析
 - 10.4.3 企业发展战略
- 10.5 其他主要竞争企业的发展
 - 10.5.1 广州蒙嘉蒂贸易有限公司
 - 10.5.2 广州市龙鹭贸易有限公司
 - 10.5.3 珠海宇上品贸易有限公司
 - 10.5.4 卡卡进口食品有限公司

第十一章 2016-2019年进口食品的市场营销分析

- 11.1 中国进口食品市场销售渠道分析
 - 11.1.1 大型门店
 - 11.1.2 电子商务
 - 11.1.3 餐饮业
 - 11.1.4 礼品团购
 - 11.1.5 礼品卡
- 11.2 中国进口食品市场营销策略分析
 - 11.2.1 市场营销要点
 - 11.2.2 市场营销策略
 - 11.2.3 连锁店营销对策
- 11.3 细分产品的营销分析
 - 11.3.1 进口葡萄酒
 - 11.3.2 进口糖果

第十二章 2021-2027年进口食品市场投资及前景预测

- 12.1 中国进口食品市场投资分析
 - 12.1.1 投资机会
 - 12.1.2 投资风险
 - 12.1.3 投资建议
- 12.2 中国进口食品市场发展前景分析
 - 12.2.1 市场发展商机
 - 12.2.2 市场容量展望
 - 12.2.3 产业发展趋势
 - 12.2.4 市场前景分析
- 12.3 2021-2027年中国进口食品行业发展预测分析
 - 12.3.1 中国进口食品行业形势分析
 - 12.3.2 2021-2027年中国进口食品贸易额预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/X05043FEY5.html>