

2009-2010年中国食品饮料 行业研究报告

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

《2009-2010年中国食品饮料行业研究报告》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.abaogao.com/b/yinliao/Z227198PF2.html>

报告价格：纸质版：5000元 电子版：5500元

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

[b]2009-2010年中国[b]食品饮料[/b]行业研究报告 内容介绍：[/b]

食品饮料行业包括三个子行业：食品加工业、食品制造业和饮料制造业。2009年上半年行业整体增速较缓。但11月后，各子行业均有较大增长，食品加工业增速最高；饮料制造行业则表现出一定的抗跌性，保持稳步上涨；而食品制造业营业收入增长较慢，低于行业平均水平。

2010年食品饮料行业仍保持了增长势头。2010年一季度，食品饮料行业营业收入同比增长25.4%，远高于2009年一季度，全行业净利润也大幅度增长，由2009年一季度的55.99亿元增加到69.88亿元，同比增长24.8%。

1、饮料制造行业

因为行业处于成长期，发展空间大，在中高端葡萄酒的带动下，2009年中国葡萄酒产量达到96万吨，同比增长27.6%；其次是软饮料和白酒，增速为24.3%和23.8%；相对而言，黄酒和啤酒表现一般，增速各为12.1%、7.1%。

图：2009年饮料制造业各子行业产量及增速（万吨、%）

数据来源：wind

在葡萄酒方面，张裕、王朝和中粮长城位居前三甲。2009年张裕实现销售收入42.0亿元，其中葡萄酒为33.9亿元，占到总营业收入的87.1%。

在白酒方面，茅台和五粮液占据了70%左右的市场份额，相比较而言，2009年茅台发展较为突出，主要表现在以下三点：（1）依靠地方政策，有产能扩张优势；（2）以增加专卖店的方式消化新增产能；（3）出厂价与零售价价差幅度很大，所以其提价空间和阻力优于其他公司。

在软饮料方面，高低浓度之争显现。近年来，中国低浓度果汁饮料行业发展分析[/b]

3.1 饮料业

3.1.1 白酒

3.1.2 葡萄酒

3.1.3 啤酒

3.1.4 黄酒

3.1.5 果汁

3.2 食品制造业

3.2.1 液体乳及乳制品

3.2.2 速冻食品

3.3 食品加工业

3.3.1 屠宰及肉类加工业

[b]第四章 饮料行业重点上市公司分析[/b]

4.1 白酒

4.1.1 贵州茅台 (600519)

4.1.2 五粮液 (000858)

4.1.3 泸州老窖 (000568)

4.1.4 山西汾酒 (600809)

4.1.5 老白干酒 (600559)

4.1.6 水井坊 (600779)

4.2 葡萄酒

4.2.1 张裕 A (000869)

4.3 啤酒

4.3.1 燕京啤酒 (000729)

4.3.2 青岛啤酒 (600600)

4.4 黄酒

4.4.1 古越龙山 (600059)

4.4.2 金枫酒业 (600616)

4.5 软饮料

4.5.1 国投中鲁 (600962)

[b]第五章 食品加工和制造行业重点上市公司分析[/b]

5.1 速冻食品

5.1.1 三全食品 (002216)

5.1.2 郑州思念 (SYFH)

5.2 屠宰及肉类加工

5.2.1 双汇发展 (000895)

5.2.2 雨润食品 (1068)

5.3 方便面

5.3.1 康师傅 (0322)

5.3.2 统一 (0220)

5.4 液体乳及乳制品

5.4.1 光明乳业 (600597)

5.4.2三元股份（600429）

5.4.3 *ST伊利（600887）

[b]第六章 食品饮料行业发展趋势及前景分析[/b]

部分图表目录图：中国GDP到食品消费传导图

图：2009-2010年4月消费者信心指数月度走势

图：2005-2009年食品饮料各子行业主营收入、利润的复合增长率

图：2009-2010年2月食品饮料子行业营业收入增长率走势

图：2009-2010年4月食品饮料各子行业产量增速

表：53家食品行业上市公司2009年和2008年业绩汇总（单位：亿元）

图：2009年中国食品饮料（分行业）营业收入总额分布

图：2009年中国食品饮料（分行业）净利润总额分布

图：2009年2月-2010年2月饮料制造业主营业务收入和利润总额累计值（单位：十亿）

图：2009-2010年4月白酒产量月度走势（单位：千升）

图：2009年-2010年2月中国白酒业主营收入和利润总额累计值（单位：十亿元人民币）

表：白酒主要香型的工艺

图：2000-2011E茅台、五粮液和国窖1573价格（单位：元）

图：国内葡萄酒品牌知名度调查

图：2009-2010年2月葡萄酒产量和进口量（单位：千升）

图：2009-2010年2月葡萄酒制造业主营业务收入和利润总额累计值（单位：十亿元人民币

)

图：2009年1月-2010年4月中国啤酒产量（单位：百万升）

图：2009年1月-2010年4月中国啤酒进行行业毛利率变化趋势

表：黄酒分类

图：2009-2010年4月中国黄酒产量（单位：百万升）

图：2009-2010年2月黄酒行业主营收入和利润总额累计（单位：百万元人民币）

图：2009年黄酒产量（分地区）构成

图：2009年黄酒销量（分地区）构成

表：2008.9-2009.6果汁及果汁饮料月度与累计产量、同比与环比增速情况

图：2009-2010年2月食品制造业收入、利润总额累计值（单位：十亿元人民币）

图：2009-2010年2月液体乳及乳制品行业主营收入和利润总额累计值（单位：十亿元）

图：2008年1月-2009年7月中国乳制品月度行业主营收入和利润总额累计值（单位：百万元人民币）

图、2009-2010年2月中国食品加工业收入、利润总额累计值（单位：十亿元人民币）

图：2009-2010年2月中国屠宰及肉类加工行业主营收入和利润总额累计

图：双汇、雨润、金锣分业务收入对比

图：贵州茅台基酒产量支持销售扩张

表：2010年贵州茅台主要产品市场零售价格（元/瓶）

表：2001-2010茅台酒提价历程表（单位：元/瓶）

图：2007-2010Q1贵州茅台经营数据（单位：百万元人民币）

表：2009年贵州茅台主营业务(分行业、产品)财务数据（单位：百万元人民币）

表：2009年贵州茅台（分地区）主营业务收入（单位：百万元人民币）

图：贵州茅台各省销售网点分布

图：2006-2009茅台零售价格与出厂价格比较

表：2009年高端酒出厂价与终端价价差（元/瓶）

图：五大消费者最认可的高端白酒（分品牌）市场占比

表：2009年五粮液主要产品市场零售价格（元/瓶）

图：2007-2010Q1五粮液经营数据（单位：百万元人民币）

表：2009年泸州老窖主要产品市场零售价格（元/瓶）

图：2002-2009年泸州老窖高档酒、中低档酒收入占比

图：2002-2009年泸州老窖各类酒毛利率

图：2007-2010Q1泸州老窖经营数据（单位：百万元人民币）

表：2009年泸州老窖（分产品）主营业务收入（单位：百万元人民币）

图：2008-2011E山西汾酒产品收入的构成

表：2009年山西汾酒主要白酒产品及出厂价格

图：2007-2010Q1山西汾酒经营数据（单位：百万元人民币）

表：2009年山西汾酒（分产品）主营业务收入（单位：百万元人民币）

表：2009年山西汾酒（分地区）主营业务收入（单位：百万元人民币）

图：2002-2009年山西汾酒省市和省外市场收入占比

图：2002-2009年山西汾酒省市和省外市场收入增速

图：老白干酒白酒产品体系定位和大致价位

表：2009年老白干（分产品）主营业务收入（单位：元）

表：2009年老白干（分地区）主营业务收入（单位：元）

图：2007-2010年老白干经营数据统计（单位：百万元人民币）

图：2007-2010Q1水井坊经营数据统计（单位：百万元人民币）

表：2009年水井坊（分行业和分产品）财务数据（单位：元）

表：2009年水井坊（分地区）营业收入（单位：元）

表：2009年张裕（分行业和产品）财务数据

表：2009年张裕（分地区）主营业务收入

表：2009年占张裕公司（分产品）主营业务收入

图：2006-2009年张裕 A 营业收入、净利润及增长率变化

图：2006-2009年张裕 A 主要酒类产品的收入及增长率

图：2006-2009年张裕 A 葡萄酒、白兰地的毛利率变化

图：2006-2009年张裕 A 司预收账款的变化（亿元）

图：2009-2010Q1张裕经营数据（单位：百万元人民币）

表、张裕 A 09 年上半年的新建项目

表：2005-2009H1各品牌啤酒市场份额

图：2007-2010E燕京啤酒各品牌销量逐步提升

图：2007-2010Q1燕京啤酒经营数据（单位：百万元人民币）

图：2009年燕京啤酒（分地区）主营业务构成（单位：百万元人民币）

图：2009年上半年燕京啤酒重点区域销售增长情况

图：2007-2009燕京啤酒外埠市场销量变化

图：2009年上半年青岛啤酒分区域销售收入增长率

图：2009年上半年青岛啤酒分区域销售收入构成

图：2007-2010年Q1青岛啤酒经营数据（单位：百万元人民币）

图：2009年青岛啤酒（分地区）主营业务构成

图：2007-2010Q1古越龙山经营数据（单位：百万元人民币）

图：2009年古越龙山（分地区）主营业务构成

图：金枫酒业产品结构

图：2007-2010Q1金枫酒业经营数据（单位：百万元人民币）

图：行业内主要浓缩苹果汁厂商加工能力（吨/小时）

图：2004-2009年中国浓缩苹果汁(浓缩苹果汁出口数据)出口量

图：2007-2010Q1国投中鲁经营数据（单位：百万元人民币）

图：2003-2009年三全食品市场占有率变化

图：2007-2009Q1三全食品经营数据（单位：百万元人民币）

表：2009年三全食品（分行业分产品）财务数据（单位：百万元人民币）

表：2009年三全食品（分地区、分产品）主营业务收入（单位：百万元人民币）

表：2009年三全食品（分产品）毛利率变动情况

表、三全食品新建产能的基本情况

图：2009Q1-2010Q1郑州思念经营数据统计（单位：百万元人民币）

表：2008-2009年思念食品（分产品）营业收入

图：肉制品龙头企业（分业务）收入对比

表：双汇和雨润的（分产品）毛利率对比

图：2007-2009双汇发展经营数据（单位：百万元人民币）

图：2006.7-2010.2猪肉价格波动

表：2009年双汇发展（分产品）主营业务收入、主营业务构成

表：2009双汇发展（分地区）主营业务收入、利润构成

图：2005-2009雨润食品经营数据（单位：百万元人民币）

图：2007-2009康师傅经营数据（单位：百万元人民币）

图：2005-2009统一经营数据统计（单位：百万元人民币）

图：2007-2010Q1光明乳业经营数据（单位：百万元人民币）

图：2009年光明乳业（分地区）主营业务构成

图：2007-2010Q1三元经营数据（单位：百万元人民币）

图：2009年三元（分产品）主要业务构成

图：2009年三元（分地区）主营业务构成

图：伊利主要产品展示

图：2007-2010Q1伊利经营数据（单位：百万元人民币）

图：2009年伊利（分品种）主营业务构成

图：2009年伊利（分地区）主营业务构成

图：伊利六大黄金奶源带

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/Z227198PF2.html>