

2024-2029年中国熟食行业转型升级与发展战略规划报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：熟食行业发展综述**
 - 1.1 熟食行业发展综述**
 - 1.1.1 行业概念及定义
 - 1.1.2 本报告数据来源说明
 - 1.2 熟食行业政策环境分析**
 - 1.2.1 行业主管部门及监管体制
 - 1.2.2 行业相关政策及规划
 - 1.2.3 政策环境对行业影响分析
 - 1.3 熟食行业经济环境分析**
 - 1.3.1 宏观经济发展现状
 - (1) GDP规模及增速
 - (2) 固定资产投资情况
 - (3) 中国工业发展情况
 - 1.3.2 宏观经济发展展望
 - 1.3.3 经济环境对行业影响分析
 - 1.4 熟食行业社会环境分析**
 - 1.4.1 人口规模情况
 - 1.4.2 居民消费能力
 - 1.4.3 社会环境对行业影响分析
- 第2章：熟食行业发展状况与竞争格局分析**
 - 2.1 熟食行业发展概况分析**
 - 2.1.1 全球熟食行业发展概况
 - 2.1.2 中国熟食行业发展概况
 - (1) 熟食行业发展历程
 - (2) 熟食行业发展特点
 - (3) 熟食行业区域发展特点
 - (4) 熟食行业市场规模
 - 2.2 熟食行业竞争格局**
 - 2.2.1 全球熟食行业竞争格局
 - 2.2.2 中国熟食行业竞争格局
- 第3章：熟食行业产业链分析**
 - 3.1 熟食行业产业链概念**
 - 3.2 熟食行业上游产业分析**
 - 3.2.1 畜禽养殖业发展现状分析
 - (1) 畜牧养殖业现状
 - (2) 禽畜屠宰业
 - 3.2.2 蔬菜养殖业发展现状分析
 - 3.2.3 水产品养殖业发展现状分析
 - (1) 水产养殖业产值
 - (2) 水产养殖产量
 - (3) 水产养殖面积
 - 3.3 熟食行业下游产业分析**
 - 3.3.1 餐饮业发展现状分析
 - (1) 餐饮业发展现状
 - (2) 餐饮业发展趋势
 - 3.3.2 连锁超市发展现状分析
 - (1) 连锁超市销售额
 - (2) 连锁超市区域分布
 - (3) 连锁超市运营情况
- 第4章：熟食行业细分市场分析**
 - 4.1 熟食行业细分市场结构分析**

- 4.2 家禽类熟食市场分析
 - 4.2.1 家禽产量分析
 - 4.2.2 家禽消费量分析
 - 4.2.3 家禽类熟食市场规模分析
 - 4.2.4 家禽类熟食市场竞争格局分析
 - 4.3 红肉类熟食市场分析
 - 4.3.1 红肉产量分析
 - (1) 猪肉产量
 - (2) 牛肉产量
 - 4.3.2 红肉消费量分析
 - (1) 猪肉消费量
 - (2) 牛肉消费量
 - 4.3.3 红肉类熟食市场规模分析
 - 4.3.4 红肉类熟食市场竞争格局分析
 - 4.4 蔬菜类熟食市场分析
 - 4.4.1 蔬菜产量分析
 - 4.4.2 蔬菜消费量分析
 - 4.4.3 蔬菜类熟食市场规模分析
 - 4.4.4 蔬菜类熟食市场竞争格局分析
 - 4.5 豆制品及其他熟食市场分析
 - 4.5.1 大豆产量
 - 4.5.2 大豆需求量
 - 4.5.3 豆制品及其他熟食市场规模分析
 - 4.5.4 豆制品及其他类熟食市场竞争格局分析
 - 4.6 熟食行业细分市场发展趋势分析
- 第5章：熟食行业转型升级路径与案例分析**
- 5.1 熟食行业技术转型升级分析
 - 5.1.1 熟食产品包装形式分析
 - (1) 纸质包装
 - (2) 塑料包装
 - (3) 金属铝膜材质包装
 - 5.1.2 熟食包装创新升级分析
 - (1) 可降解包装材料
 - (2) 可食性包装材料
 - 5.1.3 熟食行业生产技术水平及特点
 - 5.1.4 熟食行业未来的技术发展趋势
 - (1) 逐渐采用西式自动化的生产工艺
 - (2) 产品的保鲜技术水平将进一步提高
 - 5.2 熟食行业供应链转型升级路径与案例分析
 - 5.2.1 熟食产品材料供应模式分析
 - (1) “外部供应”模式——绝味
 - (2) “公司+合作社+农户”模式——煌上煌
 - 5.2.2 熟食产品生产加工模式分析
 - (1) “完全自主生产”模式——周黑鸭
 - (2) “自主生产+委托加工”模式——绝味
 - 5.2.3 熟食产品物流配送模式分析
 - (1) 自主物流配送模式分析
 - (2) 第三方物流配送模式分析
 - (3) 全冷链配送模式分析
 - 5.2.4 上市企业供应链模式分析
 - 5.2.5 熟食行业供应链转型升级创新分析
 - 5.3 熟食行业市场营销转型升级路径与案例分析
 - 5.3.1 熟食产品定价模式分析
 - 5.3.2 互联网+熟食营销模式分析
 - (1) 熟食行业电子商务发展模式
 - (2) 熟食行业电子商务发展潜力
 - (3) 熟食行业引入电子商务O2O模式存在问题
 - (4) 熟食行业引入电子商务O2O模式问题对策
 - 5.3.3 上市企业营销模式分析

5.3.4 熟食行业市场营销转型升级创新分析

5.4 熟食企业经营模式转型升级路径与案例分析

5.4.1 熟食企业传统经营模式分析

- (1) 小作坊经营模式
- (2) 区域性经营模式
- (3) 全国连锁经营模式

5.4.2 “直营+特许加盟”模式分析

5.4.3 “餐饮集团”经营模式分析

5.4.4 上市企业经营模式分析

5.4.5 熟食企业经营模式转型升级创新分析

第6章：互联网对熟食行业的机遇挑战与转型突围策略

6.1 互联网行业发展现状

- 6.1.1 网民规模和普及率
- 6.1.2 互联网应用发展概述
- 6.1.3 网络购物发展现状
 - (1) 网络购物用户规模
 - (2) 网上零售市场交易规模

6.2 熟食企业互联网布局情况分析

- 6.2.1 煌上煌
- 6.2.2 绝味
- 6.2.3 周黑鸭

6.3 互联网下熟食行业的机遇和挑战

- 6.3.1 互联网时代熟食行业环境变化
- 6.3.2 互联网给熟食行业带来的突破机遇
 - (1) 互联网直击传统肉制品加工行业消费痛点
 - (2) 互联网主力熟食行业提升运作效率
 - (3) 电商成熟食行业企业市场突破口
- 6.3.3 熟食行业企业互联网化面临的难题和挑战
 - (1) 互联网下熟食行业营销环节面临的挑战
 - (2) 互联网下熟食行业组织管理面临的挑战
 - (3) 互联网下熟食行业客户管理的挑战

6.4 互联网对熟食行业的改造与重构

- 6.4.1 重构熟食行业供应链格局
- 6.4.2 重构熟食企业营销模式
 - (1) 从“效果”到“精准”
 - (2) 从“覆盖”到“互动”
 - (3) 从“轰炸”到“影响”
- 6.4.3 促进熟食加工利益重新分配
- 6.4.4 改变熟食行业未来销售格局

第7章：熟食行业领先企业经营案例分析

7.1 卤菜领先企业案例分析

- 7.1.1 安徽卤三国餐饮管理有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业资质能力分析
 - (4) 企业熟食业务分析
 - (5) 企业销售渠道与网络分析
 - (6) 企业发展优劣势分析
- 7.1.2 无锡市三凤桥肉庄有限责任公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业资质能力分析
 - (4) 企业熟食业务分析
 - (5) 企业销售渠道与网络分析
 - (6) 企业发展优劣势分析

7.2 鸭脖领先企业案例分析

- 7.2.1 周黑鸭国际控股有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

7.2.2 绝味食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

7.2.3 江西煌上煌集团食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

7.3 凤爪领先企业案例分析

7.3.1 有友食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

7.3.2 重庆市辣媳妇食品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

7.3.3 四川品品食品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业发展优劣势分析

7.4 烤鸭/酱鸭领先企业案例分析

7.4.1 中国全聚德（集团）股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

7.4.2 南京桂花鸭（集团）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

7.5 凉拌菜企业案例分析

7.5.1 廖记食品连锁股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力

- (4) 企业熟食业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析
- 7.5.2 上海紫燕食品股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业资质能力
 - (4) 企业熟食业务分析
 - (5) 企业销售渠道与网络分析
 - (6) 企业发展优劣势分析

第8章：熟食行业发展前景预测与投资建议

8.1 熟食行业发展前景预测

- 8.1.1 行业生命周期分析
- 8.1.2 行业市场前景预测
- 8.1.3 行业发展趋势预测
 - (1) 提高食品安全度将成为行业第一要务
 - (2) 品牌建设和推广将成为重中之重
 - (3) 营销网络建设将直接决定企业的市场份额
 - (4) 逐渐向上游拓展，完善产业链

8.2 熟食行业投资特性分析

- 8.2.1 行业进入壁垒分析
 - (1) 市场准入壁垒
 - (2) 产品质量安全障碍
 - (3) 品牌障碍
 - (4) 营销网络障碍
- 8.2.2 行业盈利模式分析
 - (1) 规模发展型盈利模式
 - (2) 价值链延展下的盈利模式
- 8.2.3 行业盈利因素分析
 - (1) 宏观因素
 - (2) 微观因素

8.3 熟食行业投资策略与建议

- 8.3.1 行业投资风险预警
- 8.3.2 行业投资机会分析
- 8.3.3 行业投资策略与建议

图表目录

- 图表1：报告的研究方法及数据来源说明
- 图表2：2018-2022年中国熟食行业相关政策汇总
- 图表3：熟食行业相关规划及发展目标
- 图表4：2015-2022年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
- 图表5：2014-2022年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：亿元）
- 图表6：2014-2022年中国全部工业增加值及其增长速度（单位：亿元，%）
- 图表7：2020-2022年我国宏观经济核心预测（单位：亿元，%，亿美元）
- 图表8：2013-2022年中国人口规模变化情况（单位：万人）
- 图表9：2015-2022年中国居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表10：2015-2022年中国居民人均消费支出情况（单位：元，%）
- 图表11：熟食行业社会环境分析
- 图表12：2023-2028年全球熟食行业市场规模及预测（单位：亿美元，%）
- 图表13：熟食行业发展历程
- 图表14：中国大陆地区部分熟食品牌分布图
- 图表15：2016-2022年熟食行业市场规模（单位：亿元）
- 图表16：全球熟食市场的主要参与者简介
- 图表17：各熟食品牌发展情况对比
- 图表18：2022年卤制品行业竞争格局

- 图表19: 熟食行业产业链
- 图表20: 2012-2022年中国畜牧业总产值情况 (单位: 亿元, %)
- 图表21: 2022年中国畜牧业主要产品产量情况 (单位: 万吨, %)
- 图表22: 2012-2022年中国蔬菜种植面积 (单位: 千公顷)
- 图表23: 2017-2022年中国淡水及海水养殖业产值情况 (单位: 亿元)
- 图表24: 2017-2022年中国水产养殖产量情况 (单位: 万吨)
- 图表25: 2017-2022年中国海水及淡水养殖产量情况 (单位: 万吨)
- 图表26: 2017-2022年中国水产养殖面积情况 (单位: 万公顷)
- 图表27: 2017-2022年中国水产养殖面积情况 (单位: 万公顷)
- 图表28: 2014-2022年中国餐饮收入 (单位: 亿元)
- 图表29: 2022年中国连锁超市TOP20销售额和门店数 (单位: 亿元, 个)
- 图表30: 2022年中国连锁超市城市级别分布情况 (单位: 亿元, 个)
- 图表31: 2022年中国连锁超市区域分布情况 (单位: 个, %)
- 图表32: 2022年中国连锁百强企业人效数据 (单位: 万元/人/年)
- 图表33: 2022年中国连锁百强企业毛利率分布 (单位: %)
- 图表34: 2022年中国连锁百强企业净利率分布 (单位: %)
- 图表35: 2022年熟食行业细分市场结构 (根据原材料分类) (单位: %)
- 图表36: 2013-2022年中国家禽出栏量情况 (单位: 亿只)
- 图表37: 2014-2022年中国禽肉产量 (单位: 万吨)
- 图表38: 2017-2022年中国禽肉消费量统计 (单位: 万吨)
- 图表39: 2016-2022年中国禽肉类熟食市场规模 (单位: 亿元)
- 图表40: 部分熟食品牌家禽类产品布局情况
- 图表41: 2016-2022年中国猪肉产量情况 (单位: 万吨)
- 图表42: 2016-2022年中国牛肉产量情况 (单位: 万吨)
- 图表43: 2016-2022年中国猪肉消费量 (单位: 万吨)
- 图表44: 2017-2022年中国牛肉需求量 (单位: 万吨)
- 图表45: 2016-2022年中国红肉类熟食市场规模 (单位: 亿元)
- 图表46: 红肉类熟食市场的主要参与者情况
- 图表47: 2013-2022年中国蔬菜产量 (单位: 万吨)
- 图表48: 2017-2022年中国蔬菜需求量 (单位: 万吨)
- 图表49: 2016-2022年中国蔬菜类熟食市场规模 (单位: 亿元)
- 图表50: 蔬菜类熟食市场的主要参与者情况
- 图表51: 2017-2022年中国大豆产量变化情况 (单位: 万吨)
- 图表52: 2016-2022年中国豆制品50强规模企业投豆量 (单位: 万吨)
- 图表53: 2016-2022年中国豆制品及其他类熟食市场规模 (单位: 亿元)
- 图表54: 煌上煌养殖示意图
- 图表55: 周黑鸭产品加工流程
- 图表56: 头部企业供应链模式对比
- 图表57: 熟食行业供应链转型升级创新分析
- 图表58: 熟食行业经营模式
- 图表59: 绝味销售模式
- 图表60: 绝味直营和加盟模式分析
- 图表61: 煌上煌直营和加盟模式分析
- 图表62: 直营与加盟模式优劣势对比
- 图表63: 绝味、周黑鸭与煌上煌门店数量对比 (单位: 间)
- 图表64: 2017-2022年绝味、周黑鸭与煌上煌单店收入 (单位: 万元/间)
- 图表65: 2017-2022年绝味、周黑鸭与煌上煌毛利率 (单位: %)
- 图表66: 2018-2022年中国网民规模和互联网普及率 (单位: 万人, %)
- 图表67: 2020-2022年网民各类互联网应用用户规模和使用率 (单位: 万人, %)
- 图表68: 2018-2022年网络购物用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表69: 2018-2022年手机网络购物用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表70: 2018-2022年中国网上零售市场交易规模及趋势 (单位: 亿元, %)
- 图表71: 2022年煌上煌线上业务发展情况 (单位: 万元, %)
- 图表72: 2022年绝味线上业务发展情况 (单位: 万元)
- 图表73: 2017-2022年周黑鸭网上渠道销售收益及占比 (单位: 百万元, %)
- 图表74: 2018-2022年全国网络零售实物商品交易额同比增速 (单位: %)
- 图表75: 互联网3.0时代肉制品消费信息传播: 从不对称到透明化
- 图表76: 互联网给肉制品加工行业微笑曲线
- 图表77: 传统肉制品加工行业消费存在的问题

- 图表78: 熟食企业电子商务重构供应链流程
- 图表79: 纯电商品牌的难点
- 图表80: 安徽卤三国餐饮管理有限公司基本信息表
- 图表81: 安徽卤三国餐饮管理有限公司资质及荣誉
- 图表82: 安徽卤三国餐饮管理有限公司熟食产品系列
- 图表83: 安徽卤三国餐饮管理有限公司发展优劣势分析
- 图表84: 无锡市三凤桥肉庄有限责任公司基本信息表
- 图表85: 无锡市三凤桥肉庄有限责任公司熟食产品
- 图表86: 无锡市三凤桥肉庄有限责任公司发展优劣势分析
- 图表87: 周黑鸭国际控股有限公司基本信息表
- 图表88: 2017-2022年周黑鸭国际控股有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表89: 2017-2022年周黑鸭国际控股有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表90: 2017-2022年周黑鸭国际控股有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表91: 2017-2022年周黑鸭国际控股有限公司偿债能力分析 (单位: %)
- 图表92: 2018-2022年周黑鸭国际控股有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表93: 周黑鸭国际控股有限公司熟食产品系列
- 图表94: 截至2022年周黑鸭国际控股有限公司自营和特许经营门店数量 (单位: 间, %)
- 图表95: 周黑鸭国际控股有限公司优势与劣势
- 图表96: 绝味食品股份有限公司信息简况
- 图表97: 2017-2022年绝味食品股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表98: 2017-2022年绝味食品股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表99: 2017-2022年绝味食品股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表100: 2017-2022年绝味食品股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表101: 2017-2022年绝味食品股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表102: 2022年绝味食品股份有限公司产品结构分析 (单位: %)
- 图表103: 绝味食品股份有限公司销售网络
- 图表104: 绝味食品股份有限公司优势与劣势
- 图表105: 江西煌上煌集团食品股份有限公司
- 图表106: 2017-2022年江西煌上煌集团食品股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表107: 2017-2022年江西煌上煌集团食品股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表108: 2017-2022年江西煌上煌集团食品股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表109: 2017-2022年江西煌上煌集团食品股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表110: 2017-2022年江西煌上煌集团食品股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表111: 江西煌上煌集团食品股份有限公司熟食产品系列
- 图表112: 江西煌上煌集团食品股份有限公司销售网络
- 图表113: 江西煌上煌集团食品股份有限公司优势与劣势
- 图表114: 有友食品股份有限公司基本信息表
- 图表115: 2018-2022年有友食品股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表116: 2018-2022年有友食品股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表117: 2018-2022年有友食品股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表118: 2018-2022年有友食品股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表119: 2018-2022年有友食品股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表120: 有友食品股份有限公司熟食产品系列
- 略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！