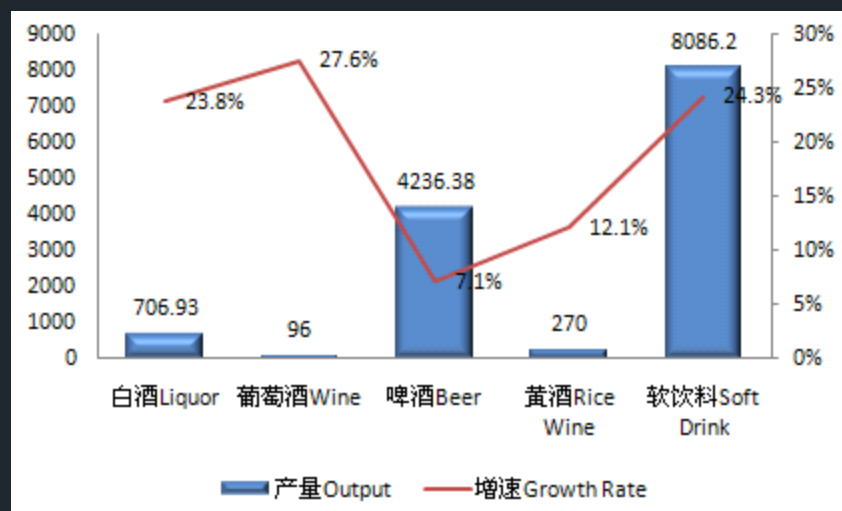


# 2009-2010年食品饮料行业研究报告



- 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 整理：水清木华研究中心

- 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市场覆盖率一直保持在80%左右，但随着人们对健康饮食的关注和年轻人饮食习惯的改变，营养丰富的高浓度果汁饮料将越来越受青睐，其市场份额将迅速提升。

## 2、食品加工行业

- 本报告对食品加工行业中的肉类加工行业进行了分析。2009年肉类加工行业保持高增速的稳定发展，其中冷却肉的生产 and 消费比例不断提高、逐渐代替热鲜肉。从企业发展来看，双汇拥有业内最全的产品线和显著的规模效益，是高温肉制品市场绝对强者；而雨润则在低温肉市场称王，占冷鲜肉市场的六成份额。

## 3、食品制造行业

- 本报告对食品制造行业中的速冻食品、乳制品、方便面行业进行了分析。近年来，中国速冻食品行业已经形成以三全、思念、龙凤和湾仔码头为领军的品牌阵营，但其经营战略各有千秋，三全与思念营销网点遍布全国，而湾仔码头和龙凤主要集中于一线城市。2009年思念与肯德基、真功夫等连锁快餐业联手，进一步开拓营销渠道，这将有利于其品牌竞争力的提高。

- 自2009年下半年起，乳制品产量增长较快。其原因有两方面，一方面，与2008年遭遇三聚氰胺导致行业基数低有关；另一方面，受市场回暖和需求拉动。蒙牛、伊利作为中国奶制品的龙头企业，但2009年表现悬殊。其中伊利奶粉市场份额由之前的不足10%提升到现在的13%；蒙牛的市场份额则有所下降，但依然保持第一的位置。

- 随着经济的回暖，消费者信心指数不断提高，食品饮料行业将稳定加速发展。最后本报告对2010年食品饮料各子行业的发展前景分别进行了分析预测。

# 报告目录

- 第一章 食品饮料分类及研究范围
- 第二章 中国食品饮料行业发展状况
  - 2.1 经济发展和消费者信心影响食品饮料行业
  - 2.2 食品饮料行业整体运行情况
  - 2.3 食品饮料行业上市公司总体分析
- 第三章 食品饮料细分行业发展分析
  - 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
- 第四章 饮料行业重点上市公司分析
  - 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)
- 第五章 食品加工和制造行业重点上市公司分析
  - 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)

- 第六章 食品饮料行业发展趋势及前景分析

# 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月中国啤酒进出口量（单位：百万升）
- 图：世界主要国家人均啤酒消费量（公斤/人）对比
- 图：我国分地区人均啤酒消费量（公斤/人）对比
- 图：2009年中国啤酒市场主要企业市场占有率
-

- 图：2003-2011E青岛、燕京和雪花啤酒销量及增速
- 图：2009-2010年2月中国啤酒业主营收入和利润总额累计值（单位：十亿）
- 图：2008-2009.8中国啤酒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月中国乳制品月度进口走势
- 表：中国主要速冻食品企业营销战略分析
- 图：2002-2009速冻食品行业收入（千元人民币）
- 图：2009-2010年2月中国速冻食品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A09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年我国浓缩苹果汁出口量
- 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



# 购买报告

价 格	电子版： 5500元	电话： 010-8260.1561/62/63
	纸质版： 5000元	传真： 010-8260.1570
页数： 108页		邮箱： hanyue@waterwood.com.cn
发布日期： 2010-06		网址： www.pday.com.cn
链接： <a href="http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201006/24511110.html">http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201006/24511110.html</a>		
地址： 北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦A2座1008室		

## 如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》

([http://www.pday.com.cn/research/pday\\_report.doc](http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc)), 注明单位名称、联系人、  
联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-  
82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

## 版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。