

2021-2027年中国进口食品 市场评估与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国进口食品市场评估与投资前景分析报告》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.cction.com/report/202108/234426.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

进口食品，指非本国品牌的食品，通俗的讲就是其他国家和地区食品，包含在其他国家和地区生产并在国内分包装的食品。

对于消费者而言，最直接辨别食品是否为进口食品的方式就是看有包装上有没有标注“原产国”。而通常人们会以商品条码是否为“进口条码”区分，这是一个判断的误区。因为商品条码采用国际通用的商品代码及条码标识体系，具有唯一性，并全球通行，它只表明该商品的注册地，不代表产品的实际生产地。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国进口食品市场评估与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了进口食品行业市场发展环境、进口食品整体运行态势等，接着分析了进口食品行业市场运行的现状，然后介绍了进口食品市场竞争格局。随后，报告对进口食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了进口食品行业发展趋势与投资预测。您若想对进口食品产业有个系统的了解或者想投资进口食品行业，本报告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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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

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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年糖酒类食品进口数据分析

7.1 中国糖及糖食所属行业进出口数据分析

- 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 中国葡萄汽酒所属行业进出口数据分析

- 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 中国葡萄酒所属行业进出口数据分析

- 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 中国白酒所属行业进出口数据分析

- 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 中国黄酒所属行业进出口数据分析

- 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 2015-2019年其他主要食品所属行业进口数据分析

8.1 中国食用水果及坚果所属行业进出口数据分析

- 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、其他食用动物产品所属行业进出口数据分析

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所属行业进出口数据分析

8.3.1 所属行业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 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 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 2015-2019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.cction.com/report/202108/234426.html>