

Industrial Map

中国食品 产业地图

崔 凯 潘亦藩 主编

Chinese Food
of



中国轻工业出版社

ZHONGGUO QINGGONGYE CHUBANSHE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国食品产业地图/崔凯, 潘亦藩主编. —北京: 中国轻工业出版社, 2006. 5

ISBN 7-5019-5270-1

I. 中... II. ①崔... ②潘... III. 食品工业—经济发展—研究—中国 IV. F426. 82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 010485 号

责任编辑: 伊双双

策划编辑: 李亦兵 责任终审: 孟寿萱 封面设计: 宋琳媛

版式设计: 华 艺 责任校对: 李 靖 责任监印: 胡 兵

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 利森达印务有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2006 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 787×1092 1/16 印张: 34

字 数: 642 千字

书 号: ISBN 7-5019-5270-1/TS·3065 定价: 54.00 元

读者服务部邮购热线电话: 010-65241695 85111729 传真: 85111730

发行电话: 010-85119817 65128898 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

50824K1X101ZBW

编写人员简介与分工

主编人员:

崔凯: 食品工程博士, 管理心理学博士, 高级经济师, 上海麦杰管理咨询有限公司总经理。曾先后担任多家国内知名企业中高级管理人员。长期从事企业管理工作, 有丰富的企业管理和咨询经验, 擅长投资分析、行业研究、战略规划、企业并购、绩效评估等业务, 兼任上海交通大学管理学院 EMBA 案例库专家评委和多家企业管理顾问。编著《私募股权投资操作实务》, 参译《消费行为学》, 公开发表论文 20 余篇。曾应邀在复旦大学、上海交通大学等高校讲授专题课程。(cuik007@163.com)

负责编写第一章第一、二节, 第二章第一、三、四节, 第四章第四节和第十章第一、二、三、四节。

潘亦藩: 工商管理博士, 中国首批执业经理人, 上海麦杰管理咨询有限公司董事长。曾任冠生园集团公司营销副总、希波集团总经理等职务。在消费品领域先后领导完成多项投资决策和产品推广活动并获成功。目前兼任国内多家大中型企业战略和营销顾问。曾应邀在国内多个经济论坛和上海交通大学、天津大学等高校 MBA 课堂讲授中国企业战略和营销的理论与实务, 广受各界好评。(panyifan77@126.com)

负责编写第八章第一、二节和第十二章。

参编人员 (按章节顺序):

赵大云: 食品科学博士, 上海交通大学食品安全研究中心副教授。主讲《食品工程原理》、《食品感官鉴评》、《食品化学专题》及《功能性食品》等课程。曾赴荷兰 Wageningen 大学食品化学实验室从事博士后研究。先后发表论文 15 篇, 参编专业书籍一本。

负责编写第一章第三节和第三章第一节。

胡晓鹏: 经济学博士, 上海社会科学院金融中心副研究员。主持完成《漯河食品工业发展对策与融资模式研究》, 编著《中国食品加工业的竞争力与发展出路》, 合著《产业经济学》, 在各类核心期刊发表论文 60 余篇。

负责编写第二章第二节。

王继东: 经济学硕士, 上海麦杰管理咨询有限公司高级咨询师, 先后供职于中信基金、西南证券、新华信等公司。擅长尽职调查、投资价值分析与兼并

收购业务。曾参与完成《安全食品项目可行性研究报告与发展战略》项目。

负责编写第三章第二节，第四章第五节和第十章第五节。

宋翔：农学学士，MBA，农牧企业家网站负责人。曾供职于德隆战略投资公司，从事农业食品领域的行业研究工作，对饲料、肉类加工及烟草等行业有资本运作经验。

负责编写第三章第三节。

宋红：食品工程硕士，智利迪隆克斯股份有限公司业务经理，负责食品配料部门在中国区的业务。多年从事食品添加剂相关工作，曾先后任职于罗氏（中国）有限公司与罗地亚（中国）有限公司。

负责编写第三章第四节。

李丹：食品科学博士，长春大学生物科学技术学院副院长，国家大豆深加工技术研究推广中心副主任，中国食品科技学会大豆食品分会理事。曾在韩国国立汉城大学食品科学与技术系从事博士后研究工作，是国内知名的大豆工程技术专家。

负责编写第四章第一节。

吴淑清：食品科学硕士，长春大学食品科学系副教授。在功能性食品、大豆深加工和食品加工技术领域有丰富的理论基础与实践经验。主编《人体微生态与低聚糖》，参加完成《玉米膳食纤维功能食品的开发研究课程》。

负责编写第四章第二节。

梁云志：MBA，注册会计师、资格律师，上海交大昂立明视食品有限公司总经理助理。擅长财务管理、项目评估、并购重组业务。在新业务开拓、新营销模式、新产品开发等业务领域积累了丰富的工作经验。

负责编写第四章第三节，第五章第四节。

宋文君：EMBA，上海市动物学会宠物分会秘书长，国内知名的宠物行业专家，《上海宠物》期刊创办者。曾牵头策划并组织“2003 上海国际宠物展览会暨 2003 上海宝路杯世界名犬展评”等大型宠物展览活动，组织“庆祝世界动物日”等大型主题活动，具有丰富的组织大型活动的经验。熟悉中国宠物消费市场，与许多大学、研究所保持着密切的联系。

负责编写第四章第六节。

贺玉衡：食品工程硕士，上海麦杰管理咨询有限公司高级咨询顾问。具有近 10 年乳品行业从业经验，历任光明乳业运营副总裁助理、信息部经理等职，谙熟乳品行业现状与发展趋势。

负责编写第五章第一节。

朱丹蓬：MBA，中国糖烟酒周刊及商业博客联盟特约专栏作家。先后供职于英国联合饼干、达能饼干、安徽口子窖、福建雅客等知名食品企业。具有

丰富的市场实战经验，熟悉中国快速消费品市场，与许多大客户及中国重点KA系统保持着良好的客情关系，在产品创新、渠道创新、差异化经营方面有独到见解。

负责编写第五章第二节。

刘春艳：上海麦杰管理咨询有限公司高级咨询师，具有15年食品行业工作经验，谙熟食品行业的技术管理与质量控制。曾供职于华丰方便面、美国通用磨坊、百事食品等企业，在食品开发与行业研究方面积累了丰富的经验。

负责编写第五章第三节。

陈之贵：工学硕士，中国食品发酵工业研究院酿酒工程技术研究发展部工程师，已经发表论文数十篇，研究领域为酒类酿造技术、食品安全、食品标准、行业技术经济等。

负责编写第六章第一节。

丁亚猛：管理学硕士，长期从事企业并购业务，先后供职于上海交大昂立股份公司、香港力康发展有限公司等国内外知名上市公司投资管理部门，历任投资经理、高级经理、部门经理等职位，主持或参与了数十个食品、医药、医疗器械行业的并购项目，涉及金额数亿元，对食品、医药、医疗器械等行业有深刻的见解。

负责编写第六章第二节。

张骏：经济学硕士，先后担任国泰证券公司研究发展部首席策略分析师、国泰君安证券公司资产管理总部高级基金经理。对食品饮料行业研究具有较浓厚兴趣，并在实际股票投资中有一定心得，较成功的投资品种有张裕、贵州茅台等。

负责编写第六章第三节。

赵林：经济学硕士，上海申银万国证券研究所食品行业分析师。曾赴美国约翰霍普金斯大学交流学习。先后为基金、保险等理财机构和上市公司撰写食品行业类投资价值咨询报告数十篇。

负责编写第六章第四节。

张敬滋：山东鲁菱果汁有限公司综合部经理，浓缩果汁行业资深人士。曾任山东中鲁果汁有限公司总经理办公室秘书、国投中鲁果汁股份有限公司办公室主任等职。在《中国食品报》、《中国青年报》、新浪网等报刊网络上发表多篇颇具影响力的文章。

负责编写第六章第五节。

晋艳曦：食品科学博士，雀巢研发中心（上海）有限公司消费解析专家。谙熟茶饮料行业，具有丰富的食品加工工艺及理论研究经验，先后在权威食品行业期刊杂志上发表相关论文多篇。

负责编写第六章第六节。

胡文龙：MBA，高级经营师，现供职于上海烟草集团。长期从事营销咨询、快速消费品营销工作，具有较丰富的营销实践和咨询经验。参加并完成上海烟草集团《零售终端识别体系》、《零售终端服务体系》等项目，在核心期刊上公开发表论文若干。

负责编写第七章。

吴俊毅：信息学学士，上海麦杰管理咨询有限公司高级咨询师。对食品物流、连锁经营有深入研究，擅长信息采集和企业培训业务。

负责编写第八章第三节，第九章。

吕 霞：经济学硕士，注册会计师，上海泛亚策略投资有限公司高级投资经理，主要从事私募股权投资工作，负责项目搜寻、尽职调查、价值评估，以及投资项目执行等工作。对境内外资本市场有着丰富的认识和了解。

负责编写第十一章。

前 言

“民以食为天”，食品消费是人类生存发展第一位的需要，食品产业的发展直接关系到国计民生，尤其是中国这个拥有 13 亿人口庞大消费基数、崇尚“食文化”的国度。作为消费品产业中为国家提供积累最多、吸纳城乡劳动就业人员最多、与农业依存度最大、与其他行业关联度最强的一个产业门类，食品产业链从上游的农业到中游的食品工业，直至下游的食品零售及餐饮业，部分细分行业还涉及国际贸易及期货市场领域。按照 2005 年的统计数据，中国食品产业经济总量近 4 万亿元人民币，约占 GDP 的 1/4，成为名副其实的中国经济第一大产业。

近年来，麦杰咨询一直非常关注中国食品产业，有针对性地做了大量行业研究和战略分析方面的工作。在此过程中，我们越来越清晰地意识到，实现食品产业的可持续发展，不仅需要专业知识，更需要一种立足整个产业发展的战略眼光。因此，有了把这些信息加以分析整理并汇编成书的想法。

作为一种崭新的产业书籍的出版形式，《中国食品产业地图》本着客观、中立的态度，用专业的视角，采用图文结合的方式，力求以信息的集成性与相对同步性在产业分析与战略决策之间架起一座桥梁，并在内容的深入性与实用性之间取得平衡，使关注食品产业的人士能够用最短的时间一览食品产业发展概况。本书首次推出三大篇章，分别为产业总论篇、产业专论篇和资本与战略篇，共 12 章 47 节。内容横跨农业、工业和服务业，延伸至资本市场领域，集中而有侧重地反映了食品产业发展的现状、特点与趋势。必须说明的是：食品产业包含数以百计的细分行业，由于篇幅所限，本书在产业专论篇中只选择了业内人士最为关注的 40 个细分行业与热点；截至本书完稿，2005 年部分行业数据尚未公布，书中相应数据为估计值。

本书的第一部分读者是关注食品产业发展的业内人士，包括食品产业业内人士、基金公司投资经理及相关专家学者。中国食品产业市场化程度较高，随着市场竞争的日趋激烈，食品企业开始通过打造产业链、跨行业经营等模式提升自身的竞争能力。在产业整合的过程中，有成功的案例，但更多的企业由于缺乏对相关行业的了解，准备不充分，导致决策失误，盲目投资，最终功亏一篑。作者希望本书有助于业内人士从产业的高度确立企业下一步战略发展方向。

本书的第二部分读者是在读食品类专业的高年级学生和研究生。目前国内已经有 140 多所高等院校开设了食品类院系或专业，在读学子数以万计。然而很少有学校为学生开设“食品产业概论”类的课程。近几年作者到高校为食品专业的学生作专题讲座时，经常有学生问：食品产业的前景如何？哪些行业最有发展前途？食品行业有哪些大公司？我应该选择哪个学科方向？作者希望本书能够为莘莘学子推开食品产业之窗，帮助他们明确自己的专业方向乃至职业方向。

全书由崔凯负责总策划与组稿，崔凯、潘亦藩总审稿，共邀请了 20 位业内各领域的专业人士执笔相关章节，他们中包括知名食品企业经理人、高校食品院系专家学者、证券投资机构食品行业分析师和投资经理；还通过网络、报章、期刊、杂志等媒体，汲取了很多同行的著述和观点。吴俊毅、高锋、陈凯、王蕾、李明等参与了部分章节的资料整理与审稿校对。考虑到行业的差异，在编审过程中，我们适当尊重和保留了部分编者在内容和风格上的特点。在此，对上述所有熟悉和不熟悉的朋友表示由衷的敬意和感谢。我们深信，本书的出版适得其时，能够成为食品业内人士案头一本开卷有益的书籍。

食品产业领域的很多问题见仁见智，特别是产业处于动态发展的过程中，囿于编著者的知识结构和从业经验，书中的一些观点难免有不成熟之处。衷心希望有机会与业内同仁交流体会，聆听来自各方的意见。如需帮助和建议，请访问我们的网站：www.majorchina.com，或发 E-mail 至 cuik007@163.com。

崔 凯

2006 年 2 月

目 录

第一篇 产业总论

第一章 机遇与挑战	(3)
第一节 食品：永恒的朝阳产业	(3)
第二节 战略视角下的中国食品产业	(12)
第三节 苏丹红，禽流感，明天还会发生什么	(23)
第二章 中国食品产业的国际竞争力	(34)
第一节 原料生产：成本优势	(34)
第二节 食品加工：任重道远	(41)
第三节 食品制造：国内市场，国际竞争	(46)
第四节 食品贸易：突破技术壁垒	(51)

第二篇 产业专论

第三章 食品原料生产	(63)
第一节 食品安全从这里开始	(63)
第二节 绿色食品：圈地运动	(68)
第三节 农产品期货的玄机	(81)
第四节 食品添加剂：成长的烦恼	(89)
第四章 食品加工业	(101)
第一节 大豆加工业：优胜劣汰	(101)
第二节 玉米经济：深加工是出路	(115)
第三节 植物提取物：亟待整合	(130)
第四节 肉类“大饼”谁来分割	(141)
第五节 做大水产品行业	(159)
第六节 宠物食品：春天的故事	(170)

第五章 食品制造业	(179)
第一节 乳品行业：冰火两重天	(179)
第二节 糖果市场：拼的是品牌	(194)
第三节 速冻食品：这边风景独好	(205)
第四节 保健食品：借我一双慧眼	(215)
第六章 酒类与饮料制造业	(226)
第一节 白酒行业转机在哪里	(226)
第二节 啤酒之争：春秋战国	(236)
第三节 “葡萄美酒夜光杯”	(248)
第四节 黄酒的复兴之路	(261)
第五节 浓缩果汁：小苹果做出大文章	(274)
第六节 茶饮料：中国人的“可口可乐”	(285)
第七章 烟草加工业	(298)
第一节 国家的利税大户	(298)
第二节 烟草行业竞争和供需预测	(310)
第三节 烟草行业发展趋势与投资机会	(320)
第八章 食品流通业	(334)
第一节 零售为王，决战终端	(335)
第二节 渠道纷争，厂商博弈	(345)
第三节 食品物流：第三利润源	(353)
第九章 餐饮行业	(369)
第一节 10000 亿的大蛋糕：挡不住的诱惑	(369)
第二节 中西快餐：谁领风骚	(374)
第三节 特许连锁：方兴未艾	(386)

第三篇 资本与战略

第十章 食品企业投资、并购、融资与改制	(397)
第一节 项目投资：三思而行	(397)
第二节 食品产业并购：风云迭起	(405)
第三节 食品企业融资：七大要素	(422)
第四节 如何写一份有“食品”特色的商业计划书	(435)
第五节 管理层收购：柳暗花明	(439)

第十一章 食品企业上市策略	(452)
第一节 制定恰当的上市计划	(452)
第二节 食品企业上市地点的选择	(461)
第三节 借力私募资本：成就蒙牛神话	(478)
第十二章 食品企业的战略发展模式	(484)
第一节 食品行业的发展和食品企业的迷局	(484)
第二节 食品企业的战略制定：模式与策略	(495)
第三节 食品企业的品牌战略	(512)
附录 麦杰咨询——倾力打造中国食品产业最专业的咨询机构	(521)
后记	(526)
主要参考文献	(528)



第一篇 产业总论

◎ 机遇与挑战

◎ 中国食品产业的国际竞争力



机遇与挑战

2005年8月,由世界品牌实验室和《世界经理人周刊》联合发布了2005年《中国500最具价值品牌》排行榜,共有79家食品类企业榜上有名,占16%。2005年10月公布的胡润400富豪榜中,从事食品产业的富豪有24位,占6%。中央电视台在过去的十年广告竞标中,食品企业占据了其中六年的标王。截至2005年11月,北京2008年奥运会已签约的6家赞助商,分别是美国UPS公司、海尔集团、搜狐公司、伊利集团、青岛啤酒和燕京啤酒,食品企业占据半壁江山。2005年度,中国收视率最高的两档电视娱乐节目“超级女生”和“梦想中国”的冠名权分别归属“蒙牛酸酸乳”和“青岛啤酒”,谈到“哈根达斯”冰淇淋、“费列罗”巧克力、“轩尼诗”红酒,食品更在昭示着一种时尚和文化——这就是今天的食品产业。

第一节 食品：永恒的朝阳产业

在决定中华民族命运和国家发展前途、迈入改革开放之路的28年历程中,与国计民生息息相关的食品产业链,向纵横两方面扩展延伸,已成为振兴国民经济、改善人民生活、与国际市场接轨、融入全球一体化的一个重要的经济体系。食品消费是人类生活消费中必不可少并且支出最大的一部分。从发达国家的发展轨迹看,当一个国家人均GDP达到800美元以后,恩格尔系数降低到40%左右,食品产业将迅速发展,迎来一个非常重要的战略机遇期。市场表现为消费结构变化加快,消费者由追求数量向营养、多样、便捷、安全转变,食品产业的增速将保持在10%以上,一般会持续15~20年,中国目前恰恰处于这样一个发展阶段。

一、食品产业现状

国内外经济学家公认,在未来的10年,中国将是全球收入增长最快的国

家之一，至少有 1 亿家庭进入年收入 1 万美元以上的行列。1 亿家庭即 3 亿人口，接近美国人口总数，相当于日本人口的 2 倍。这个巨大的消费市场使中国食品产业成为一个充满激情和希望的产业。近几年，世界 500 强中的食品企业争相到中国内地，或通过直接投资建厂，或通过兼并收购扩张。总之，大家都看到了中国食品产业中所蕴含的这一历史性机遇。

（一）食品产业构成

食品产业是一个高度关联的一体化产业，涉及农业、加工业、制造业、流通、包装、化工等多个产业。食品产业链条涉及面广，产业链条长。本书将重点对食品工业、食品零售和餐饮三大行业进行研究。按照 2005 年的统计数据，中国食品产业经济总量突破 40000 亿元，约占 GDP 的 1/4，成为名副其实的中国第一大产业。其中食品工业 16100 亿元、社会食品零售（含餐饮）额 22000 亿元、食品出口 4000 亿元。主要食品子行业规模以上企业数量如图 1-1 所示。

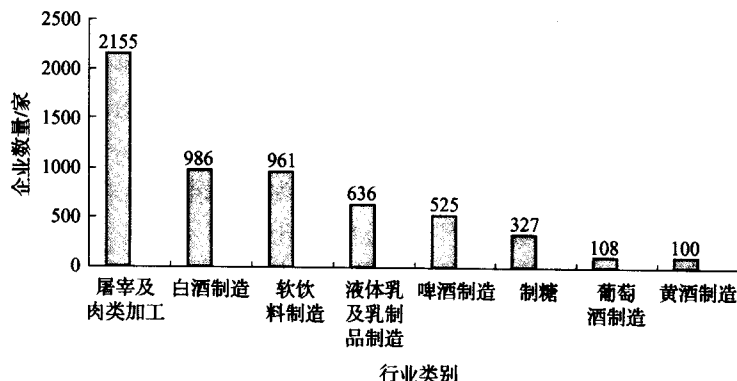


图 1-1 2004 年主要食品子行业规模以上企业数量

经过 20 多年的发展，作为中国第一产业的食物产业诞生了一批“百亿”规模的食物集团，如双汇、五粮液、青岛啤酒、伊利、蒙牛等。在一批优秀食物企业崛起的同时，也孕育出一批优秀的民营食物企业家（表 1-1）。2005 年 10 月，胡润百富榜发布了中国最富有的 400 位富豪名单，其中涉足食物行业的富豪 24 位。

表 1-1 食物富豪（根据 2005 年胡润富豪榜整理）

名次	2005 年财富/亿元	姓名	公司名称	公司总部
8	65	宗庆后	娃哈哈集团	浙江
20	47	刘永好	新希望集团	四川
21	45	刘永行	东方希望集团	上海
24	42	朱新礼	汇源果汁	北京
30	35	祝义才	雨润集团	江苏南京
33	33	郭浩家族	超大农业	福建

续表

名次	2005 年财富/亿元	姓名	公司名称	公司总部
34	32	明金星	大众食品控股	香港
43	28	史玉柱	上海健特	上海
97	17	李永军兄弟	喜之郎集团	广东深圳
113	15	吴炳新	三株集团	山东
135	13	刘小明	大成生化	香港
140	12	郑定平	大印象集团	广东汕头
140	12	陈伟东	万基集团	广东深圳
168	10	周连奎, 周连良	大众食品控股	山东
168	10	范现国	华龙日清食品	河北
266	7.8	徐周文	大成生化	香港
267	7.5	宫学斌	龙大食品	山东莱阳
267	7.5	叶韦辰	联合食品控股	香港
273	7.4	孙少峰	中国绿色食品	福建厦门
276	7	欧俊发	大成生化	香港
276	7	孙孟全	山东鲁花集团	山东莱阳
291	6.6	孔展鹏	大成生化	香港
292	6.5	王铁光	大成生化	香港
305	6	傅光明	圣农实业	福建

(二) 主要食品行业的增长态势

在中国,随着民众膳食结构的调整,自给型食品消费相对减少,经过加工的成品或半成品食品在人们消费支出中的比重持续上升。近 20 年来,中国国内生产总值年均增幅为 9.3%;其中食品工业则以年均 16% 的增速持续发展,大大高于中国 GDP 增幅。1999 年中国食品工业总产值为 7828 亿元,农业总产值为 24542 亿元,食品工业总产值与农业总产值之比仅为 0.32/1;到 2005 年,中国食品工业总产值已超过 16100 亿元,年均增长速度达 15% 以上,食品工业总产值 5 年翻了一番,与农业总产值之比突破 0.5/1,是中国景气度较高的产业之一。2005 年度中国销售额增长率排名前 15 位的品类中,食品占据其中 8 类(图 1-2)。

2005 年,随着宏观调控效果的显现,原材料成本的压力趋缓,食品产业继续保持增长态势。2005 年上半年,食品加工、食品制造、饮料制造业实现销售收入分别同比增长 32%、30% 与 23%,实现利润总额分别同比增长 48%、35% 与 25%。主要食品行业销售收入复合增长率如图 1-3 所示。

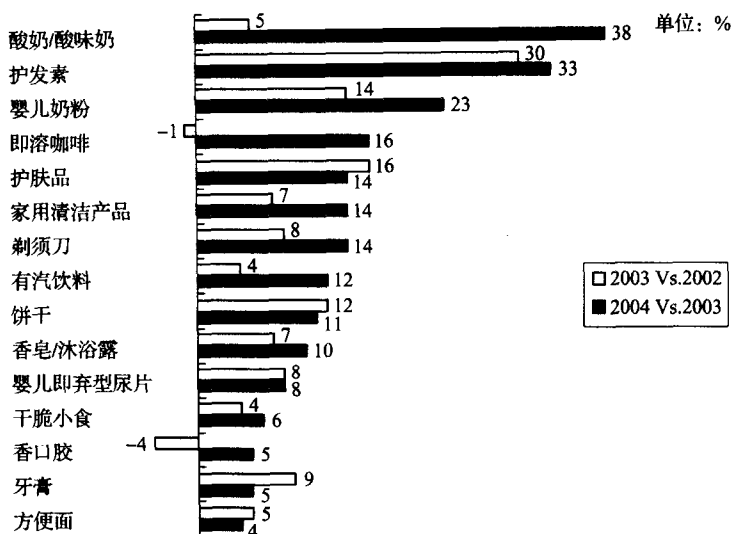


图 1-2 2002—2004 年中国销售额增长率排名前 15 位品类

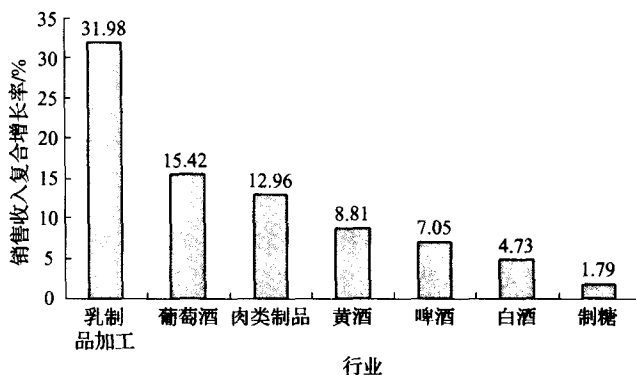


图 1-3 主要食品行业销售收入复合增长率 (1998—2004 年)

二、食品产业发展趋势

中国食品产业已经诞生了双汇、五粮液、青岛啤酒、伊利、蒙牛等一批年销售额超百亿元的企业。这些企业的规模扩张主要是通过兼并收购迅速实现其产业扩张。与此同时，包括雀巢、可口可乐、麦当劳等公司在内的世界食品前 50 强企业近年来也争相到中国内地寻求发展机遇。可以预见，在今后的 3~5 年时间内，乳品、肉类、水产品加工、葡萄酒、果汁、冷饮及餐饮行业规模的年均增速将超过 10%，这些行业将会吸引更多的资本加入。总之，众多战略投资者都看到了中国食品产业中所蕴含的这一历史性机遇。