

2017-2022年中国罐头行业竞争态势及投资决策分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国罐头行业竞争态势及投资决策分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/290768290768.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

1 罐头食品现状

中国肉罐头生产接近半个世纪，产品的生产工艺和市场需求都有较好的发展。从国内肉罐头主要的生产企业所在地来看，肉罐头产业的区域相对分散，华东地区和西南地区是国内肉罐头生产企业数量最多的区域；从企业状况分析，中国肉罐头生产加工企业100多家，民营企业占据市场主体，产品销售多局限于区域市场，部分肉罐头生产加工企业具有一定规模，资产数亿元，产能上万吨，拥有自主进出口经营权，但多数企业仍属中小型企业；从产量上分析，产量呈现区域性分布，华东地区肉罐头产品总产量占到全国产量的30%以上；从肉罐头市场需求来看，消费群非常广泛，市场分布受销售渠道覆盖、经济发展程度以及区域饮食习惯等影响；从进出口贸易分析，中国2011年进口总量达到279t，主要来自美国和欧洲，出口总量达到4.51万t，主要出口至日本、东南亚和非洲。

近年来，国内消费市场正在起步。来自中国食品工业协会的调查表明，随着居民生活水平的提高，出行、旅游不断增加，食品消费观念和方式正在悄然改变，很多家庭试图从厨房中解放出来，减少油烟污染，减轻家务劳动。罐头食品正以其方便、卫生、易储存的特点，适应了人们的日常需要，日益受到人们的欢迎。另外，我国罐头消费水平还很低，以人均年消费量计算，美国为90kg，西欧为50kg，日本为23kg，我国仅为1kg。可见，国内市场尚未真正启动，潜力巨大。

我国罐头行业已经具备了满足国内市场迅速增长的生产能力，全国罐头行业重点生产企业近500家，年生产能力近300万t，品种上千个；农副产品等原料供应充足；形成了一批老字号和龙头企业；浙江、山东、福建、山西等地的区域优势日益明显。在口味上，目前的罐头食品已不再是食品供应紧张时的简单替代品，众企业力求为消费者提供“家里做不出味道”，使罐头食品进入一日三餐，包括肉食、素菜、水果、调料等。

罐头企业正在着力开发国人欢迎的中国传统风味和地方特色风味罐头，如咖喱鸡、走油蹄子、东坡肉、香菇肉酱、藕汤等；开发适合老年人、青少年、幼儿的专用罐头食品以及有保健功能的各类罐头；开发全日式、营养型、救灾类、旅游类及宠物类等特殊品种。

在包装上，过去清一色的马口铁、玻璃罐，正在被更方便实用的易拉罐、铝质二片浅冲罐、铝箔复合软包装袋以及可用微波炉加热的涂塑板材冲制罐头所取代。为了提高卫生标准，一些企业已经实现了加工过程一条龙和自动化，引进了先进的封口设备、肉类斩拌设备和杀菌设备，建立了现代化的封闭式低温车间。

图：2011-2015年我国罐头行业规模以上企业数量分析

资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2011-2015年我国罐头行业资产走势图 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2011-2015年我国罐头行业销售收入走势图 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2011-2015年我国罐头行业利润走势图 资料来源：公开资料，中国报告网整理

2罐头热杀菌工艺

热杀菌技术的主要研究动向是热杀菌条件的最优化和热杀菌设备，热杀菌条件的最优化就是协调热杀菌的温度 - 时间(T - t)条件，使热杀菌的效果达到商业无菌的同时能最大程度保持食品本身营养成分。

罐头杀菌工艺过程有严格的要求，对不同品种有不同的工艺曲线，按时间顺序可分为预升温、升温、保温和降温4个阶段，在不同阶段对温度、时间、压力等有不同的要求，目前罐头杀菌多数采用蒸汽加温和冷水降温的方式，杀菌主要设备采用杀菌釜，杀菌工艺要求如下。

(1)预升温阶段。

需用蒸气循环快速加热物料，要求在5~6min时间内使釜内温度上升到100~106℃。

(2)升温阶段。

使釜内气温按一定的速率上升，大约在10min左右的时间内上升到121℃，相对应的蒸气压力将达到1×10⁵Pa。

(3)保温阶段。

使釜温保持在121℃，釜内蒸气压力保持在1×10⁵Pa恒定不变，保温时间随物料品种不同而不同，一般从15~30min不等。

(4)降温阶段。

将釜温在一定的时间内从121℃降低到40℃以下。在此阶段一个很重要的要求是使釜内压力基本保持不变，但在加注冷水使釜降温的同时，釜内压力往往受到很大影响，大量冷水

一注入釜内，就会使压力急速下降，需及时控制。除此之外，对降温时间也有相应的要求。大多数的微生物最适pH值在6~7范围。在酸性与高酸性食品中，微生物及其芽孢的抗热性大大减弱。因此食品的酸度不同其相应的杀菌温度也不同。目前罐头食品加热杀菌温度大致可分为两类。

2.1 低温杀菌法

某些食品如水果及部分蔬菜类食品经受不了高温加热，在高温下果蔬的组织形态变软。色香味及风味降低。因而对这类高酸性食品可采用温度低于100℃，时间视品种、规格而定，通常在10~30min。

但对于低酸性的果蔬罐头采用这种温度和时间尚不能达到“商品杀菌”目的。为了达到既能保持食品质量，又能达到杀菌目的，可采用低温间隙杀菌法。即先将罐头在60~70℃温度下杀菌。取出后放置室温中一定时间使罐内残存的微生物繁殖发育。再将罐头置于低温杀菌，以达到商品杀菌的目的。

2.2 高温杀菌法

肉类、水产类及某些蔬菜罐头。这类低酸性食品因其微生物抗热性强，故要采用较高温度。通常高于100℃，最高达121℃，时间也要相应延长，约在60~90min。对某些食品因长时间杀菌会使产品质量、营养成分受到很大损失。为此罐头工业中也有采用“高温短时”杀菌法。温度大于121℃。常用的有127℃、135℃，最高达150℃。时间在几分钟到几秒钟。这种杀菌对流体类食品及采用转动杀菌装置的罐头其杀菌效果为最好。此外，按杀菌装置分，罐头的杀菌方式可分为：间歇式杀菌和连续式杀菌。

3 杀菌新技术

3.1 含气调理杀菌

1990年，日本小野食品兴业株式会社开发出含气调理杀菌技术，它是通过将食品原材料预处理后，装在高阻氧的软包装袋中，抽出空气注入不活泼气体并密封，然后在多阶段升温、两阶段冷却的调理杀菌锅内进行温和式灭菌。含气调理杀菌锅可设定单一式或多个杀菌阶段。多阶段升温一般有预热期、调理期和杀菌期3个阶段，每一阶段杀菌温度的高低和时间的长短，均取决于食品的种类和调理的要求。多阶段升温杀菌第3阶段的高温域较窄，从而改善了高温高压(蒸汽)杀菌锅因一次性升温及高温高压时间过长，对食品造成的热损伤以

及出现蒸馏异味和糊味的弊端。

经含气调理杀菌处理的食品保质期可达到2年以上，同时，在适中的温度和时间下灭菌，能较完美地保存食品的品质和营养成分。目前已开发出3700余种含气调理食品，主要有主食类、肉食类、禽蛋类、水产类、盒饭类等。含气调理杀菌设备在国内现已得到应用，在军内也首次应用于舰艇远航食品的研制中。

3.2微波杀菌

微波杀菌是指将食品经微波处理后，使食品中的微生物丧失活力或死亡，从而达到延长保存期的目的。微波杀菌时食品本身成为加热体，食品内外同时升温，不需要利用传热介质的传导和对流传热。因此相对传统热杀菌来说，微波杀菌具有加热时间短、升温速度快、能耗少、杀菌均匀、食品营养成分和风味物质破坏和损失少等特点。微波杀菌包括热效应和非热生化效应。微波作用于食品时，食品表里同时吸收微波能，温度升高。

食品中的微生物细胞在微波场的作用下，分子被极化并作高频振荡，产生热效应，温度快速升高，使其蛋白质结构发生变化，从而失去生物活性，导致微生物死亡或因受到严重干扰而无法繁殖。非热力效应是指在温度没有明显变化的情况下，细胞所发生的生理、生化和功能上的变化，又称生物效应。由于无法对非热力效应杀菌效果的增强作用进行量化，为保证加工食品的微生物学安全性，在工艺设计过程中通常只考虑热力效应。

3.3超高压杀菌

超高压杀菌是将食品物料以某种方式包装以后，放入液体介质中，在100~1000MPa压力下作用一段时间后，使之达到灭菌要求。其基本原理是压力对微生物的致死作用，主要是通过破坏其细胞壁，使蛋白质凝固，抑制酶的活性和DNA等遗传物质的复制等来实现。一般而言，压力越高杀菌效果越好。

但在相同压力下延长受压时间并不一定能提高灭菌效果。在400~600MPa的压力下，可以杀死细菌、酵母菌、霉菌，避免了一般高温杀菌带来的不良变化，超高压冷杀菌技术的先进性是高压、常温灭菌，采用该项技术对食品进行处理后，不但具备高效杀菌性，而且能完好保留食品中的营养成分，食品口感佳，色泽天然，安全性高，保质期长，这是传统高温热力杀菌方法所不具有的优点。1991年日本明治屋食品公司利用超高压杀菌技术生产了世界上第一个高压食品—果酱，并取得了良好的试销效果。超高压杀菌技术在罐头行业中主要应用于果酱类及果汁类罐头的加工，近几年来，已有学者对其在水果类罐头中的应用展开了

研究。

4 罐头食品的挑战与机遇

罐头是使用添加剂最少，但最能保持食品原汁原味的一种食品。但很多消费者普遍认为罐头是依靠防腐剂来保存的，正是这种误区，使消费者对购买罐头产品存在巨大桎梏。中国罐头行业的品牌意识起步较晚，缺乏强势品牌。到目前为止，国内80%以上的罐头企业还是贴牌生产，利用国外企业的品牌和销售渠道低利润销售，中国成为世界罐头的“生产大后方”。虽然梅林、古龙、鹰金钱、银鹭等品牌正在崛起，但品牌宣传投入较少，品牌建设的力度远不及饮料等其它行业。

对消费者进行更深入的教育，消除一些根深蒂固的误区，需要通过长时间潜移默化的影响。企业需主动宣传罐头产业产品优势，增强做大做强的机会。锻造产品力，顺应中餐化、个性化、便利化趋势。梅林的中式风味的肉类罐头，红烧系列产品是近年广受消费者欢迎的罐头食品。传统工艺制作与现代烹饪需求的结合，让中外消费者轻松享受到了中国传统菜肴的美味。梅林的红烧猪肉，其是地道的中国传统名菜，采用品质良好的五花肉，经预煮油炸切片，配以传统工艺精心制作，其风味独特，回味悠长，味鲜而不腻，在国内许多市场被广泛用来制作一道名为“炖菜”的佳肴。

推动产品包装创新，厦门“古龙牌”豆豉鲮鱼铁听易拉盖朝下，包装倒置，产品外观装潢从底部开始，极大增加了视觉空间，也令人耳目一新。近几年，罐头企业把开拓国内市场作为重要任务来抓，努力扩大内需并初见成效。随着生活水平提高和工作节奏的加快，安全、营养、健康和便捷食品受到更多人欢迎。罐头食品采用密封和高温杀菌技术，食品安全能得到充分保证，营养健康的特点符合国内消费潮流。面对现实，罐头食品企业坚持发展国内市场不动摇，努力做好市场营销和开发等工作，逐步从单一出口为主逐步转变为国内、国外两个市场齐头并进。

中国报告网发布的《2017-2022年中国罐头行业竞争态势及投资决策分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章：中国罐头行业发展环境分析

第二章：中国罐头行业发展环境分析

2.1 罐头行业发展综述

2.1.1 行业概念及产品特点

(1) 行业概念

(2) 产品特点

2.1.2 行业主要产品大类

2.1.3 行业产业链分析

(1) 产业链上游分析

(2) 产业链下游分析

2.2 行业统计标准

2.2.1 罐头行业统计部门和统计口径

2.2.2 罐头行业统计方法

2.3 中国罐头行业经济环境分析

2.3.1 中国宏观经济环境形势分析

(1) 国内生产总值

(2) 社会消费品零售总额

2.3.2 中国宏观经济发展趋势预测

2.3.3 宏观经济与行业关联性分析

2.4 中国罐头行业政策环境分析

2.4.1 行业技术标准分析

(1) 《果蔬类罐头食品卫生标准》

(2) 《肉类罐头食品卫生标准》

(3) 《食用菌罐头卫生标准》

(4) 《食品添加剂使用卫生标准》

(5) 《食品安全国家标准预包装食品标签通则》（GB7718-2011）

(6) 《肉制品生产许可审查细则（2006版）》

2.4.2 行业发展相关政策

2.4.3 政策对行业影响分析

2.5中国罐头行业消费环境分析

2.5.1居民收入水平分析

2.5.2居民消费信心分析

2.5.3消费环境对行业影响分析

2.6中国罐头行业贸易环境分析

2.6.1国际罐头行业相关认证和标准

2.6.2中国罐头行业贸易环境现状

- (1) 我国食品出口遭遇环境壁垒的现状
- (2) 环境壁垒对我国食品出口贸易的影响剖析
- (3) 我国罐头行业贸易环境分析

第三章：中国罐头行业市场运行分析

3.1中国罐头行业发展现状分析

3.1.1中国罐头行业市场发展概况

- (1) 罐头行业状态描述总结
- (2) 罐头行业经济特性分析

3.1.2中国罐头行业市场规模分析

3.1.3中国罐头国产化率分析

3.1.4中国罐头行业发展有利因素

- (1) 农业产业化水平的提高，提供充足原料支持
- (2) 罐头加工技术成熟，配套行业有了迅速发展
- (3) 内需市场发展潜力巨大
- (4) 国际市场发展空间广阔

3.2中国罐头行业经营效益分析

3.2.1中国罐头行业经营效益分析

3.2.2中国罐头行业盈利能力分析

3.2.3中国罐头行业运营能力分析

3.2.4中国罐头行业偿债能力分析

3.2.5中国罐头行业发展能力分析

3.3中国罐头行业市场供需分析

3.3.1中国罐头行业市场供给分析

3.3.2中国罐头行业市场容量预测

3.3.3中国罐头行业供需平衡分析

3.4中国罐头行业进出口分析

3.4.1中国罐头行业进出口总体情况分析

- (1) 包含产品种类
- (2) 进出口总体情况
 - 1) 进出口数量对比
 - 2) 进出口金额对比
- 3.4.2中国罐头行业出口情况分析
 - (1) 行业出口规模分析
 - (2) 行业出口产品结构分析
- 3.4.3中国罐头行业进口情况分析
 - (1) 行业进口规模分析
 - (2) 行业进口产品结构分析

第四章：中国罐头行业市场竞争分析

- 4.1中国罐头行业市场格局分析
 - 4.1.1中国罐头行业区域市场格局
 - 4.1.2中国罐头行业企业市场格局
 - 4.1.3中国罐头行业品牌市场格局
- 4.2中国罐头行业五力竞争分析
 - 4.2.1上游议价能力分析
 - 4.2.2下游议价能力分析
 - 4.2.3新进入者威胁分析
 - 4.2.4替代品威胁分析
 - 4.2.5行业内部竞争分析
 - 4.2.6行业五力竞争总结
- 4.3中国罐头行业兼并重组分析
 - 4.3.1行业兼并重组现状分析
 - 4.3.2行业兼并重组最新案例分析
 - (1) 中企收购西班牙罐头食品老字号品牌
 - (2) 桂林三金：收购桂林金可罐头食品公司100%股权
 - (3) 上海企业收购欧洲知名鱼类加工公司，将在国内推出中高端罐头
 - 4.3.3行业兼并重组趋势分析

第五章：中国罐头行业细分产品分析

- 5.1中国罐头行业产品市场结构
 - 5.1.1行业产品市场结构分析
 - 5.1.2行业产品市场发展概况

(1) 国际市场是我国罐头的主要市场

(2) 罐头企业开始大力发展内需

5.2中国蔬菜罐头市场发展分析

5.2.1蔬菜罐头市场发展概况

(1) 产量与产地分布

(2) 技术发展

(3) 出口状况

(4) 标准与质量控制体系不断完善

5.2.2蔬菜罐头市场规模分析

5.2.3蔬菜罐头产品结构分析

5.2.4蔬菜罐头需求特征分析

5.2.5蔬菜罐头发展前景预测

5.3中国水果罐头市场发展分析

5.3.1水果罐头市场发展概况

(1) 产量高，出口占绝对优势

(2) 市场规模超过400亿元

(3) 企业主要分布在东南沿海地区

5.3.2水果罐头市场规模分析

5.3.3水果罐头区域结构分析

5.3.4水果罐头需求特征分析

5.3.5水果罐头发展前景预测

5.4中国肉、禽类罐头市场发展分析

5.4.1肉、禽类罐头经济效益分析

5.4.2肉、禽类罐头市场规模分析

5.4.3肉、禽类罐头产品结构分析

(1) 产品分类

(2) 产品出口结构

5.4.4肉、禽类罐头发展前景预测

5.5中国水产品罐头市场发展分析

5.5.1水产品罐头市场发展概况

(1) 市场发展概况

(2) 鲑鱼罐头市场发展

5.5.2水产品罐头市场规模分析

5.5.3水产品罐头产品结构分析

(1) 产品分类

(2) 出品种类

5.5.4 水产品罐头发展前景预测

5.6 中国其他罐头市场发展分析

第六章：中国罐头行业消费市场调研及营销分析

6.1 中国罐头用户群体特征分析

6.1.1 用户群体年龄特征

6.1.2 用户群体性别特征

6.1.3 用户收入分布特征

6.1.4 用户婚姻分布特征

6.2 中国罐头用户群体购买行为分析

6.2.1 罐头产品购买考虑因素

6.2.2 水果罐头产品购买考虑因素

6.3 中国罐头用户群体产品偏好分析

6.3.1 用户品类偏好

6.3.2 用户价格偏好

6.4 中国罐头行业市场营销分析

6.4.1 罐头产品营销渠道分析

(1) 电商销售渠道和传统销售渠道同样重要

(2) 罐头企业通过电商渠道销售产品的优势

(3) 罐头企业通过电商渠道销售产品的威胁

(4) 罐头企业如何成功借助电商渠道进行产品的招商和销售

(5) 通过电商渠道销售产品的罐头企业更需要专业营销策划的支撑

6.4.2 罐头产品典型营销案例

(1) 真心罐头营销案例分析

(2) 银鹭罐头营销案例分析

6.4.3 罐头产品营销策略建议

第七章：中国罐头行业领先企业分析

7.1 中国罐头行业企业经营概况

7.1.1 罐头行业企业规模排名情况

7.1.2 罐头行业领先企业销售收入

7.1.3 罐头行业领先企业利润总额

7.2 中国罐头行业领先企业经营分析

7.2.1 上海梅林正广和股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.2 金字火腿股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.3 四川高金实业集团有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.4 福建漳州市港昌罐头食品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.5 乳山市华润食品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.6 浙江松友食品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.7 福建紫山集团股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.8 中国绿宝集团有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.9大连真心罐头食品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.2.10大石桥市龙山罐头食品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第八章：中国罐头行业发展前景与投资策略建议

8.1中国罐头行业发展趋势及前景

8.1.1中国罐头行业发展趋势分析

- (1) 行业市场潜力大，成长空间广
- (2) 延续出口型行业趋势
- (3) 品牌建设是行业发展的关键
- (4) 电商渠道给行业发展带来活力

8.1.2中国罐头行业发展前景预测

8.2中国罐头行业投资特性分析

8.2.1中国罐头行业投资现状分析

- (1) 上海梅林正广和股份有限公司
- (2) 金字火腿股份有限公司

8.2.2中国罐头行业投资价值分析

8.2.3中国罐头行业投资风险分析

- (1) 生产成本日益增高
- (2) 贸易壁垒日益增加

8.3中国罐头行业投资策略建议

8.3.1中国罐头行业投资机会分析

- (1) 餐饮渠道投资机会较大
- (2) 宠物罐头有望成为新的经济增长点

8.3.2中国罐头行业投资发展策略建议

(1) 行业存在的问题分析

(2) 我国罐头产业的发展对策

图表目录

图表1：罐头行业产业链示意图

图表2：全国蔬菜播种面积走势（单位：万公顷，%）

图表3：全国蔬菜产量走势（单位：万吨，%）

图表4：全国水果产量走势（单位：万吨，%）

图表5：全国水产品产量走势（单位：万吨，%）

图表6：食品添加剂产量走势（单位：万吨，%）

图表7：中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表8：中国社会消费品零售总额走势及增长变化（单位：亿元，%）

图表9：主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表10：中国罐头行业与宏观经济走势关系（单位：%）

图表11：中国罐头行业最新发展政策汇总

图表12：中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/290768290768.html>