

2019年中国食品饮料金属包装行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2019年中国食品饮料金属包装行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/youqituliao/379895379895.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

我国金属包装行业自20世纪80年代至今一直快速发展，行业技术水平和行业管理能力均不断提高，市场竞争秩序逐步改善，金属包装行业已进入到稳定有序的良性发展时期。我国金属包装业现已形成包括印涂装、制罐、制盖、制桶等产品的完整金属包装工业体系。截至目前，我国食品饮料金属包装行业呈现下列特征：

1、金属包装是包装行业的重要组成部分，其产值占比逐步上升

金属包装是一种可以通过回收、再生进行无限次重复利用的资源，其再生过程是一个节约能源、避免污染的过程。由于具有机械性能好、阻隔性优异、保质期长、易于实现自动化生产、装潢精美、形状多样等优点，金属包装被广泛应用于食品饮料包装、医药品包装、化妆品包装、仪器仪表包装、工业品包装、军火包装等领域，在石油、森林资源供给紧张，以及追求自然降解、可持续发展的大趋势下，金属包装在包装产业中的地位愈加重要。

预计到2020年，全国金属包装容器制造业在我国包装业主营业务收入占比将达到16%-18%；从细分行业来看，我国快速消费品细分领域中，软饮料及酒类应用金属包装的占比高且近年逐步提升；食品和日化品领域金属包装占比较低，近年变动幅度不大；烟草业中应用金属包装的比例最低。但与全球情况相比，我国快速消费品各细分领域中应用金属包装的比重存在明显差距。

2、国内食品饮料金属罐呈稳定增长态势

近年来，在国民经济水平持续提高，人均可支配收入稳定增长的背景下，我国食品饮料消费需求持续扩大，带动了食品饮料金属包装行业的发展，市场需求呈现增长态势。根据数据显示，2017年我国城镇居民人均可支配收入达到了36396元。

2007-2017年我国城镇居民人均可支配收入（单位：元）数据来源：公开数据整理

国民经济的稳步增长，居民可支配收入的不断提高，为食品饮料行业的成长提供了强有力的支撑。随着城乡居民收入水平的提高以及消费观念的转变，消费者对高品质食品饮料消费需求日益增长，对饮料的营养价值愈发重视，从而带动了含乳饮料、植物蛋白饮料、凉茶、八宝粥等软饮料消费市场的快速增长。软饮料市场的日益繁荣为饮料包装尤其是金属饮料包装创造了广阔的市场空间。饮料包装容器的需求将随着广大消费者对各类饮料产品新需求的不断涌现而持续增长。

中国软饮料行业收入（单位：亿元）数据来源：公开数据整理 随着我国人民生活水平的不断提高，我国饮料产量和消费量也快速增长。2017年我国软饮料产量18,051万吨，2003-2017年年度复合增长率达15.59%。软饮料行业的快速发展，为饮料包装行业提供了广阔的市场空间。

此外根据原料和加工工艺分类，我国软饮料可进一步分为碳酸饮料、果蔬饮料、含乳饮料和植物蛋白饮料、固体饮料、瓶装水、茶饮料及其他饮料等。其中我国软饮料消费中果蔬饮料、含乳及植物蛋白饮料以及瓶装水近年来占比不断提升，反映了居民健康意识的提高

以及消费习惯的变化。预计2020年植物蛋白饮料行业的市场规模将达到2,583亿元，占饮料行业市场总规模的24.2%，仍为饮料行业的主要细分品类。

我国金属包装的主要应用领域是食品饮料。而食品饮料金属包装又可分为二片罐、三片罐和杂罐。根据预测，受益于下游食品饮料行业的稳步增长，啤酒罐化率水平的不断提高，以及罐头食品普及率的提升，未来几年食品饮料金属包装行业仍将迎来稳步增长。预计到2020年，我国食品饮料金属包装行业总产量将达到1,318亿罐，实现9.23%的年复合增长率。

2012-2020年我国食品饮料金属包装行业产量规模及预测（单位：亿元、%）数据来源：公开数据整理

在啤酒方面，我国啤酒行业目前已进入成熟发展阶段。自2014年以来，啤酒产量开始出现负增长。2017年，我国啤酒产量为44,015百万升，同比下滑2.33%。随着行业整合进程的推进，啤酒行业集中度日益提高，百威、青岛、雪花、燕京四大啤酒厂商的市场份额进一步扩大，品牌啤酒厂商在全国范围内整合生产经营，集中化生产趋势明显，从而对运输配送的安全性提出了更高的要求。相较玻璃瓶，金属罐更加安全便于运输，因此啤酒罐化率也将进一步提升。

2013-2017年我国啤酒产量（单位：百万升）数据来源：国家统计局，观研天下整理

3、食品饮料金属包装使用率与发达国家差距明显，存在较大提升空间

目前，我国食品金属包装使用率与发达国家差距明显，未来提升空间较大。据预测，2019年我国软饮料包装中金属包装占比有望继续提升至19%，啤酒包装中金属包装有望达到21.8%。

全球软饮料包装中金属包装占比比较 数据来源：公开数据整理

4、行业集中度将逐步提高

在欧美市场，食品饮料金属包装行业呈现出寡头垄断的格局。欧美食品饮料金属包装企业通常绑定一个或几个下游核心优质客户，例如波尔、雷盛等国际巨头与可口可乐、百威等客户保持战略合作关系，正是金属包装行业贴近客户属性的体现，同时欧美食品饮料等快消品牌高度集中的发展格局，使得技术过硬、客户资源优势显著的金属包装企业能引领行业成长，最终成为行业龙头。

参照欧美市场的经验，我国食品饮料金属包装行业集中度将不断提高。目前我国中小金属包装企业数量众多、低端产品产能过剩，金属包装行业加快了行业整合，行业内兼并收购力度加大，代表案例如奥瑞金入股中粮包装、永新股份，昇兴股份收购太平洋制罐有限公司国内业务等。优势企业凭借其领先的技术水平，先进的管理经验以及雄厚的资金实力，不断做大做强，推动行业有序竞争，促进行业优胜劣汰，从而提高行业整体竞争实力。

5、行业技术水平不断提升

近年来，我国金属包装行业整体技术水平得到大幅提升，行业龙头企业在加工制造方面已具备与国际大企业竞争的能力，尤其是部分龙头企业的装备及技术已跻身国际先进水平

行列。行业内优质企业在学习国外技术和管理方式的同时，注重培养技术研发人才，加大自主研发力度，已经取得丰硕的研发成果，在金属包装罐身减薄、新材料应用、新产品开发、节能减排等方面已达到或接近国际先进水平。

未来我国金属包装行业技术研发的重点将以自主集成、设计为主，围绕提高生产效率和降低原材料消耗等方向开展。此外，下游客户对不同罐型和内容物的需求不断变化，将对金属包装行业内企业提升技术研发能力、扩展产品类别提出更高的要求。技术研发能力将成为未来行业内龙头企业的重要核心竞争力。

6、拓展产业链、向下游延伸

近年来，包装行业龙头企业逐渐与核心客户建立了全过程生产模式，提供一站式食品饮料金属包装和灌装解决方案。通过将业务环节由金属包装产品的生产向下游延伸至灌装服务，可以实现包装容器设计、印刷、生产、配送、灌装一体化全方位客户服务，有利于更加深入挖掘产业链价值，在与核心客户的紧密合作、协同发展中不断提升自身的市场地位和核心竞争能力。

综上所述，市场集中度不断提高、民众不断提升的食品饮料消费水平、资本和技术的不断发展以及产品质量的不断提高是饮料金属包装市场发展的主要驱动因素，我国金属包装行业拥有广阔的发展前景。（ww）

观研天下发布的《2019年中国食品饮料金属包装行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深

分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国 食品饮料金属包装行业发展概述

第一节 食品饮料金属包装行业发展情况概述

- 一、食品饮料金属包装行业相关定义
- 二、食品饮料金属包装行业基本情况介绍
- 三、食品饮料金属包装行业发展特点分析

第二节 中国 食品饮料金属包装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、食品饮料金属包装行业产业链条分析
- 三、中国 食品饮料金属包装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国 食品饮料金属包装行业生命周期分析

- 一、食品饮料金属包装行业生命周期理论概述
- 二、食品饮料金属包装行业所属的生命周期分析

第四节 食品饮料金属包装行业经济指标分析

- 一、食品饮料金属包装行业的赢利性分析
- 二、食品饮料金属包装行业的经济周期分析
- 三、食品饮料金属包装行业附加值的提升空间分析

第五节 中国 食品饮料金属包装行业进入壁垒分析

- 一、食品饮料金属包装行业资金壁垒分析
- 二、食品饮料金属包装行业技术壁垒分析
- 三、食品饮料金属包装行业人才壁垒分析
- 四、食品饮料金属包装行业品牌壁垒分析
- 五、食品饮料金属包装行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球 食品饮料金属包装行业市场发展现状分析

第一节 全球 食品饮料金属包装行业发展历程回顾

第二节 全球 食品饮料金属包装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲 食品饮料金属包装行业地区市场分析

- 一、亚洲 食品饮料金属包装行业市场现状分析
- 二、亚洲 食品饮料金属包装行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲 食品饮料金属包装行业市场前景分析

第四节 北美 食品饮料金属包装行业地区市场分析

- 一、北美 食品饮料金属包装行业市场现状分析
- 二、北美 食品饮料金属包装行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美 食品饮料金属包装行业市场前景分析

第五节 欧盟 食品饮料金属包装行业地区市场分析

- 一、欧盟 食品饮料金属包装行业市场现状分析
- 二、欧盟 食品饮料金属包装行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟 食品饮料金属包装行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界 食品饮料金属包装行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球 食品饮料金属包装行业市场规模预测

第三章 中国 食品饮料金属包装产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品 食品饮料金属包装总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国 食品饮料金属包装行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国 食品饮料金属包装产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国 食品饮料金属包装行业运行情况

第一节 中国 食品饮料金属包装行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国 食品饮料金属包装行业市场规模分析

第三节 中国 食品饮料金属包装行业供应情况分析

第四节 中国 食品饮料金属包装行业需求情况分析

第五节 中国 食品饮料金属包装行业供需平衡分析

第六节 中国 食品饮料金属包装行业发展趋势分析

第五章 中国 食品饮料金属包装所属行业运行数据监测

第一节 中国 食品饮料金属包装所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 食品饮料金属包装所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 食品饮料金属包装所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国 食品饮料金属包装市场格局分析

第一节 中国 食品饮料金属包装行业竞争现状分析

一、中国 食品饮料金属包装行业竞争情况分析

二、中国 食品饮料金属包装行业主要品牌分析

第二节 中国 食品饮料金属包装行业集中度分析

一、中国 食品饮料金属包装行业市场集中度分析

二、中国 食品饮料金属包装行业企业集中度分析

第三节 中国 食品饮料金属包装行业存在的问题

第四节 中国 食品饮料金属包装行业解决问题的策略分析

第五节 中国 食品饮料金属包装行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国 食品饮料金属包装行业需求特点与动态分析

第一节 中国 食品饮料金属包装行业消费市场动态情况

第二节 中国 食品饮料金属包装行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 食品饮料金属包装行业成本分析

第四节 食品饮料金属包装行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国 食品饮料金属包装行业价格现状分析

第六节 中国 食品饮料金属包装行业平均价格走势预测

- 一、中国 食品饮料金属包装行业价格影响因素
- 二、中国 食品饮料金属包装行业平均价格走势预测
- 三、中国 食品饮料金属包装行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国 食品饮料金属包装行业区域市场现状分析

第一节 中国 食品饮料金属包装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地 食品饮料金属包装市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区 食品饮料金属包装市场规模分析
- 四、华东地区 食品饮料金属包装市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区 食品饮料金属包装市场规模分析
- 四、华中地区 食品饮料金属包装市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区 食品饮料金属包装市场规模分析

第九章 2016-2018年中国 食品饮料金属包装行业竞争情况

第一节 中国 食品饮料金属包装行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国 食品饮料金属包装行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国 食品饮料金属包装行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 食品饮料金属包装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国 食品饮料金属包装行业发展前景分析与预测

第一节 中国 食品饮料金属包装行业未来发展前景分析

- 一、食品饮料金属包装行业国内投资环境分析
- 二、中国 食品饮料金属包装行业市场机会分析
- 三、中国 食品饮料金属包装行业投资增速预测

第二节 中国 食品饮料金属包装行业未来发展趋势预测

第三节 中国 食品饮料金属包装行业市场发展预测

- 一、中国 食品饮料金属包装行业市场规模预测
- 二、中国 食品饮料金属包装行业市场规模增速预测
- 三、中国 食品饮料金属包装行业产值规模预测
- 四、中国 食品饮料金属包装行业产值增速预测
- 五、中国 食品饮料金属包装行业供需情况预测

第四节 中国 食品饮料金属包装行业盈利走势预测

- 一、中国 食品饮料金属包装行业毛利润同比增速预测
- 二、中国 食品饮料金属包装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国 食品饮料金属包装行业投资风险与营销分析

第一节 食品饮料金属包装行业投资风险分析

- 一、食品饮料金属包装行业政策风险分析
- 二、食品饮料金属包装行业技术风险分析
- 三、食品饮料金属包装行业竞争风险
- 四、食品饮料金属包装行业其他风险分析

第二节 食品饮料金属包装行业企业经营发展分析及建议

- 一、食品饮料金属包装行业经营模式
- 二、食品饮料金属包装行业销售模式
- 三、食品饮料金属包装行业创新方向

第三节 食品饮料金属包装行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国 食品饮料金属包装行业发展策略及投资建议

第一节 中国 食品饮料金属包装行业品牌战略分析

- 一、食品饮料金属包装企业品牌的重要性
- 二、食品饮料金属包装企业实施品牌战略的意义
- 三、食品饮料金属包装企业品牌的现状分析
- 四、食品饮料金属包装企业的品牌战略
- 五、食品饮料金属包装品牌战略管理的策略

第二节 中国 食品饮料金属包装行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国 食品饮料金属包装行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国 食品饮料金属包装行业发展策略及投资建议

第一节 中国 食品饮料金属包装行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国 食品饮料金属包装行业定价策略分析

第三节 中国 食品饮料金属包装行业营销渠道策略

- 一、食品饮料金属包装行业渠道选择策略
- 二、食品饮料金属包装行业营销策略

第四节 中国 食品饮料金属包装行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国 食品饮料金属包装行业重点投资区域分析

二、中国 食品饮料金属包装行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youqituliao/379895379895.html>