

市场竞争趋势及投资战略分析报告



食品制造业 (2021-2022 年度)

版权与免责声明

本报告版权属于北京国研网信息股份有限公司。任何购买、收存和保管本报告各种版本的单位和个人，未经北京国研网信息股份有限公司允许，不得将本报告转借他人，亦不得随意复制、抄录、拍照或以任何方式传播。违反上述声明者，北京国研网信息股份有限公司将追究其相关法律责任。

欢迎读者对本报告提出任何问题或建议。同时，由于任何研究都会具有一定程度的不足或局限性，因此，本报告仅供读者参考。北京国研网信息股份有限公司不承担读者由于阅读或使用此报告引起的投资、决策等行为风险。

北京国研网信息股份有限公司

2022年3月

要点提示

- ☆ **我国经济稳定恢复，行业政策助力高质量发展。**2021年，全球经济在波动中复苏；我国经济持续稳定恢复，主要指标实现预期目标，实现“十四五”良好开局。2021年食品制造业及时有效出台了一系列组合政策，进一步完善食品安全监管体制，建立最严格的食品安全监管制度，推动行业高质量发展。一是为全方位监管各个生产领域，保障国民食品安全，食品安全监管持续强化；二是进出口食品安全保障能力不断提升，筑牢冷链进口食品疫情防线；三是为制止食品浪费行为、提倡绿色消费，多方发力坚决遏制食品浪费行为；四是地方政府出台一系列食品监管政策，推进食品产业高质量发展。
- ☆ **食品制造业稳步增长，关联行业运行向好。**2021年，食品制造业主要经济运行指标呈现稳步增长，主要表现为：一是在扩大有效投资推进下，食品制造业全年投资增速维持两位数增长；二是食品制造业增加值延续恢复态势，增速基本恢复至疫情前同期水平；三是我国稳外贸政策红利持续释放，食品制造业出口交货值规模逐年扩大，增速保持稳步回升。作为食品制造业的上游行业，2021年，我国农业生产总体保持稳中有进，粮食总产量再创新高，生猪生产恢复常年水平，牛羊禽生产保持稳定；主要农产品市场供应充足，农产品生产者价格稳中有降。
- ☆ **行业盈利能力下降，企业成长能力保持稳定。**2021年，食品制造业经济效益指标主要呈现以下特征：一是大宗商品价格总体高位运行导致食品制造业增收不增利，但利润降幅有所收窄；二是负债率保持在合理区间，长期偿债能力较高；但受生产成本等要素上涨压力的影响，企业亏损面及亏损度有所扩大；三是食品制造业流动资产利用水平和效率保持稳定运行，行业营运能力良好；四是食品制造业投资有所提升，企业负债增速放缓，表明企业成长性相对稳定。
- ☆ **各子行业主要企业业绩分化。**2022年，疫情多点散发及大宗商品价格上涨影响，食品制造业各子行业主要企业经济效益业绩受到一定冲击，但随着消费需求回暖，产品提价落地助推公司业绩回归。受益于产品提价缓解成本压力，海天味业收入与净利润双双延续增长态势；洽洽食品业绩超预期；但受原材料成本和饲料成本上升光明业绩增收不增利；安琪酵母收入首破百亿元，净利润5年来首降。受猪价大跌的拖累，双汇发展营收净利双双下降。
- ☆ **宏观经济稳步复苏，行业发展质量将持续提升。**展望2022年，世界经济运行面临多重挑战，我国经济发展有望实现稳中求进。随着补短板投资的不断增强，2022年食品制造业固定资产投资有望改善，在保供稳价的政策支撑下，在粮食再获丰收、猪肉价格止跌企稳的背景下，食品价格上涨空间有限，但受局部疫情散发、地区冲突导致能

源危机等因素冲击，国际大宗商品价格高位恐将持续至 2022 年年中，叠加总需求收缩，食品制造企业利润改善或将受到制约。

- ☆ **投资潜力显现，细分行业均有亮点。**展望 2022 年，食品制造业的投资潜力、投资韧性和活力依然强劲。从行业来看，后疫情时代，方便食品制造业消费红利依旧，投资潜能凸显；预制菜较强的发展势头赋予速冻食品行业新的发展机遇；复合调味品有望将持续扩容，未来有较大提升空间和投资机会；乳制品消费需求的内在动力增强，乳制品行业市场空间依然很大从投资企业来看，大品牌、龙头企业仍是投资的首选。行业龙头公司凭借产业链条完善、渠道优势以及基本面稳定性降低风险，投资收益机会看好。

正文目录

1 食品制造业总体发展情况	9
1.1 食品制造业概述.....	9
1.1.1 定义.....	9
1.1.2 细分行业.....	9
1.2 食品制造业发展的主要特征.....	11
1.2.1 行业生命周期.....	11
1.2.2 行业市场结构.....	12
1.2.3 市场供求关系.....	12
1.2.4 产业依赖度.....	13
2 食品制造业发展环境分析	15
2.1 宏观经济环境分析.....	15
2.1.1 国际经济形势分析.....	15
2.1.2 我国经济形势分析.....	17
2.2 产业政策环境分析.....	20
2.2.1 持续强化食品安全监管.....	20
2.2.2 筑牢冷链进口食品疫情防线.....	23
2.2.3 坚决遏制食品浪费行为.....	26
2.2.4 打造地方食品产业高质量发展.....	28
2.3 关联行业分析.....	33
2.3.1 农业.....	33
2.3.2 畜牧业.....	35
3 食品制造业整体运行情况	38
3.1 固定资产投资情况分析.....	38
3.2 生产情况分析.....	39
3.3 销售情况分析.....	40
3.4 出口情况分析.....	41
3.5 价格情况分析.....	42
3.6 经济效益分析.....	43
3.6.1 盈利能力分析.....	43
3.6.2 偿债能力分析.....	45
3.6.3 营运能力分析.....	47
3.6.4 成长能力分析.....	48
4 食品制造业重点企业发展情况	50
4.1 海天味业（603288）.....	50
4.1.1 企业介绍.....	50

4.1.2	企业基本情况.....	50
4.2	洽洽食品(002557).....	52
4.2.1	企业介绍.....	52
4.2.2	企业基本情况.....	52
4.3	光明乳业(600597).....	54
4.3.1	企业介绍.....	54
4.3.2	企业基本情况.....	54
4.4	双汇发展(000895).....	56
4.4.1	企业介绍.....	56
4.4.2	企业基本情况.....	56
4.5	安琪酵母(600298).....	58
4.5.1	企业介绍.....	58
4.5.2	企业基本情况.....	58
5	食品制造业发展趋势预测.....	61
5.1	宏观经济形势预测.....	61
5.1.1	全球经济形势展望.....	61
5.1.2	国内经济形势展望.....	63
5.2	产业政策环境预测.....	64
5.2.1	全方位加强食品生产经营监督管理.....	64
5.2.2	渐行渐近的绿色消费.....	65
5.2.3	推行食品生产企业风险分级管理.....	66
5.3	市场形势预测.....	67
5.3.1	供求形势预测.....	67
5.3.2	外贸形势预测.....	70
5.3.3	经济效益形势预测.....	72
6	食品制造业投资机会与风险分析.....	74
6.1	投资机会分析.....	74
6.2	投资风险分析.....	77
6.3	投资建议.....	79

图目录

图 1	2013 年-2021 年食品制造业营业收入及同比增长变化趋势.....	11
图 2	2013 年-2021 年全国和食品制造业固定资产投资增速比较.....	13
图 3	食品制造业产业链.....	14
图 4	2011 年-2021 年世界主要发达经济体 GDP 同比增长变化趋势.....	16
图 5	2011 年-2021 年世界主要新兴经济体 GDP 同比增长变化趋势.....	17
图 6	2011 年-2021 年中国累计 GDP 及三次产业增加值同比增长趋势.....	18
图 7	2011 年-2021 年工业生产以及投资、消费、出口需求同比增长趋势.....	19
图 8	2011 年-2021 年 CPI 和 PPI 变化趋势.....	19
图 9	2016 年-2021 年我国粮食产量及同比增长变化趋势.....	33
图 10	2017 年-2021 年我国猪粮比价走势.....	37
图 11	2013 年-2021 年全国和食品制造业固定资产投资同比增长变化趋势.....	38
图 12	2013 年-2021 年工业增加值与食品制造业增加值同比增长.....	39
图 13	2013 年-2021 年社会消费品及粮油、食品零售总额同比增长变化趋势.....	40
图 14	2013 年-2021 年食品制造业出口交货值及同比增长变化趋势.....	42
图 15	2017 年-2021 年工业和食品制造业出厂价格指数变化趋势比较.....	42
图 16	2013 年-2021 年食品制造业营业收入和利润增速走势.....	43
图 17	2013 年-2021 年食品制造业销售利润率走势.....	44
图 18	2013 年-2021 年食品制造企业亏损面和亏损度变化趋势.....	46
图 19	2012 年-2020 年食品制造业资产负债率变化趋势.....	46
图 20	2013 年-2021 年食品制造业流动资产周转次数走势.....	47
图 21	2013 年-2021 年食品制造业应收账款周转率变化趋势.....	48
图 22	2013 年-2021 年食品制造业所有者权益及同比增长变化趋势.....	49
图 23	2016 年-2021 年海天味业主营业收入及同比增长变化趋势.....	51
图 24	2015 年-2020 年海天味业归属上市公司股东净利润及同比增长变化趋势 ..	51
图 25	2016 年-2021 年洽洽食品营业收入及同比增长变化趋势.....	53
图 26	2016 年-2021 年洽洽食品归属上市公司股东净利润及同比增长变化趋势 ..	53
图 27	2016 年-2021 年光明乳业营业收入及同比增长变化趋势.....	55
图 28	2016 年-2021 年光明乳业归属上市公司股东净利润及同比增长变化趋势 ..	55
图 29	2016 年-2021 年双汇发展营业收入及同比增长变化趋势.....	57
图 30	2016 年-2021 年双汇发展归属上市公司股东净利润及同比增长变化趋势 ..	57
图 31	2016 年-2021 年安琪酵母营业收入及同比增长变化趋势.....	59
图 32	2016 年-2021 年安琪酵母利润总额及同比增长变化趋势.....	59
图 33	主要经济体经济 2022 年 GDP 增长率预测.....	62
图 34	2021 年我国新订单指数和进口指数变化趋势.....	71

表目录

表 1	食品制造业主要子行业定义及内容.....	9
表 2	行业生命周期各阶段判断标准及主要特征.....	11

表 3	猪肉储备预警调节机制	36
表 4	2013 年-2021 年全国和食品制造业固定资产投资增长情况	38
表 5	2013 年-2021 年食品制造业出口交货值情况	41
表 6	2013 年-2021 年食品制造业营业收入和利润总额增长情况	43
表 7	2013 年-2021 年食品制造业销售利润率情况	44
表 8	2013 年-2021 年食品制造业主要偿债指标情况	45
表 9	2013 年-2021 年食品制造业流动资产情况	47
表 10	2013 年-2021 年食品制造业应收账款情况	48
表 11	2013 年-2021 年食品制造业所有者权益情况	49
表 12	2016 年-2021 年 Q3 海天味业主要经济指标	51
表 13	2016 年-2021 年洽洽食品主要经济指标	52
表 14	2016 年-2021Q3 年光明乳业主要经济效益指标	55
表 15	2016 年-2021 年 Q3 双汇发展主要经济效益指标	57
表 16	2016 年-2021 年安琪酵母主要经济效益指标	59
表 17	2022 年全球经济增速预测概览	62

1 食品制造业总体发展情况

1.1 食品制造业概述

1.1.1 定义

食品制造业是指以粮食等农产品为原料，通过一系列精细化加工操作，生产面向最终消费者产品的活动，属基础消费品行业，其发展水平与国家或地区经济发展状况密不可分。

食品制造业事关民生，一直是政府部门重点关注的行业，具有消费刚性的特点，行业发展尤其是农产品生产和价格变动受上游农业、畜牧业影响较大。

1.1.2 细分行业

根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），食品制造业属制造业一个子行业，该行业又细分为七大类：焙烤食品制造；糖果、巧克力及蜜饯制造；方便食品制造；乳制品制造；罐头食品制造；调味品、发酵制品制造和其他食品制造。

表 1 食品制造业主要子行业定义及内容

行业名称及代码	产品细分	定义及内容
141 焙烤食品制造	1411 糕点、面包制造	指用米粉、小麦粉、豆粉为主要原料，配以辅料，经成型、油炸、烤制而成的各种食品生产活动。
	1419 饼干及其他焙烤食品制造	指以小麦粉（或糯米粉）、糖和油脂为主要原料，配以奶制品、蛋制品等辅料，经成型、焙烤制成的各种饼干，以及用薯类、谷类、豆类等制作的易于保存、食用方便的焙烤食品生产活动。
142 糖果、巧克力及蜜饯制造	1421 糖果、巧克力制造	糖果制造指以砂糖、葡萄糖浆或饴糖为主要原料，加入油脂、乳品、胶体、果仁、香料、食用色素等辅料制成甜味块状食品的生产活动；巧克力制造指以浆状、粉状或块状可可、可可脂、可可酱、砂糖、乳品等为主要原料加工制成巧克力及巧克力制品的生产活动。
	1422 蜜饯制作	指以水果、坚果、果皮及植物的其他部分制作糖果蜜饯的活动。
143 方便食品制造	1431 米、面制品制造	指以大米、小麦粉、杂粮等为主要原料，经加工制成各种未经蒸煮类米面制品的生产活动。
	1432 速冻食品制造	指以米、小麦粉、杂粮等为主要原料，以肉类、蔬菜等为辅料，经加工制成各类烹制或未烹制的主食食品后，立即采用速冻工艺制成的，并可以在冻结条件下运输储存及销售的各类主食食品的生产活动。
	1433 方便面制造	包括各类方便面食品；各类干吃面食品，不包括方便汤料的制作。
	1439 其他方便食品制造	指用米、杂粮等为主要原料加工制成的，可以直接食用或只需简单蒸煮即可作为主食的各种方便主食食品的生产活动，以及其他未列明的方便食品制造。

144 乳制品制造	1441 液体乳制造	指以生鲜牛（羊）乳及其制品为主要原料，经加工制成的液体乳及固体乳（乳粉、炼乳、乳脂肪、干酪等）制品的生产活动；不包括含乳饮料和植物蛋白饮料生产活动。
	1442 乳粉制造	
	1449 其他乳制品制造	
145 罐头食品制造	1451 肉、禽类罐头制造	指以符合要求的肉禽类为原料经处理、分选、修整、烹调（或不经烹调）、装罐、密封、杀菌、冷却（或无菌包装）等罐头生产工艺制成的，达到商业无菌要求，并可以在常温下储存的罐头食品的制造。
	1452 水产品罐头制造	指鱼类、虾贝类和其他水产品的硬包装和软包装罐头生产；以及在船舶上从事的水产品罐头加工活动。
	1453 蔬菜、水果罐头制造	指以符合要求的蔬菜、水果为原料经处理、分选、修整、烹调（或不经烹调）、装罐、密封、杀菌、冷却（或无菌包装）等罐头生产工艺制成的，达到商业无菌要求，并可以在常温下储存的罐头食品的制造。
	1459 其他罐头食品制造	指婴幼儿辅助食品类罐头、米面食品类罐头（如八宝粥罐头等）及上述未列明的罐头食品制造。
146 调味品、发酵制品制造	1461 味精制造	指以淀粉或糖蜜为原料，经微生物发酵、提取、精制等工序制成的，谷氨酸钠含量在 80% 及以上的鲜味剂的生产活动。
	1462 酱油、食醋及类似制品制造	指以大豆和（或）脱脂大豆，小麦和（或）麸皮为原料，经微生物发酵制成的各种酱油和酱类制品，以及以单独或混合使用各种含有淀粉、糖的物料或酒精，经微生物发酵酿制的酸性调味品的生产活动。
	1469 其他调味品、发酵制品制造	指对其他调味品、发酵制品的制造活动。
149 其他食品制造	1491 营养食品制造	指以新食品原料和其他富含营养成分的传统食材为原料，经各种常规食品制造技术生产的特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品和其他适用于特定人群的主辅食品的生产活动。
	1492 保健食品制造	指标明具有特定保健功能的食品，适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗为目的，对人体不产生急性、亚急性或慢性危害，以补充维生素、矿物质为目的的营养素补充等保健食品制造。
	1493 冷冻饮品及食用冰制造	指以砂糖、乳制品、豆制品、蛋制品、油脂、果料和食用添加剂等经混合配制、加热杀菌、均质、老化、冻结（凝冻）而成的冷餐饮品的制造，以及食用冰的制造。
	1494 盐加工	指以原盐为原料，经过化卤、蒸发、洗涤、粉碎、干燥、脱水、筛分等工序，或在其中添加碘酸钾及调味品等加工制成盐产品的生产活动。
	1495 食品及饲料添加剂制造	指增加或改善食品特色的化学品，以及补充动物饲料的营养成分和促进生长、防治疫病的制剂的生产活动。
	1499 其他未列明食品制造	其他未列明食品的制造活动。

资料来源：国家统计局

1.2 食品制造业发展的主要特征

1.2.1 行业生命周期

作为传统工业之一，食品制造业受经济周期波动影响较小，属于较为典型的防御性行业。近年来，食品制造业规模一直处于稳定上升阶段。

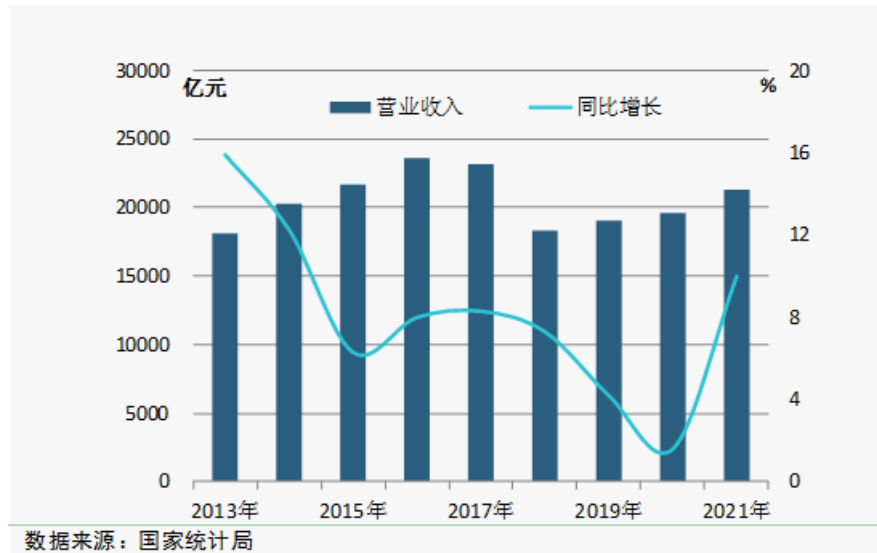
从行业生命周期来看，行业发展要经历四个周期：萌芽期、成长期、成熟期和衰退期。通过分析行业销售收入增长情况，大致可判断行业所处生命周期的成长阶段。近年来，我国农业生产能力的不断提高为食品制造业提供了日益丰富和充足的原料，加之扩大内需政策和刚性需求保障了食品制造业健康稳定发展。2010年-2021年食品制造企业营业收入年复合增长率为6.2%，行业处于成熟期。

表 2 行业生命周期各阶段判断标准及主要特征

发展阶段	判断标准	主要特征
萌芽期	行业销售收入年增长大于 100%	技术上不够成熟、创办成本较高、市场占有率低，行业利润和风险都相对较高
成长期	行业销售收入年增长 20%-100%	产品和服务都比较标准化，企业经营比较规范，有一定规模的市场占有率，行业的系统风险相对较小
成熟期	行业销售收入年增长 0%-20%	产品和服务都比较标准化，企业经营比较规范，市场占有率高，行业的系统风险相对较小
衰退期	行业销售收入年增长小于 0%	行业面临萎缩，行业系统风险较高

资料来源：根据公开资料整理

图 1 2013 年-2021 年食品制造业营业收入及同比增长变化趋势



1.2.2 行业市场结构

从市场竞争分析，由于食品的保质期相对较短，运输成本高以及不同区域消费习惯的差异，食品行业竞争的地域性特色十分明显。随着食品制造业规模的扩大，一些优势企业已开始开发适应不同细分市场需求的产​​品来突破地域限制，向全国市场拓展，企业对市场份额的争夺相当激烈，企业之间的竞争也从产品品质到相关的原材料、工艺技术、包装，再到产品品牌和销售渠道等，其中产品质量、品牌、销售渠道等方面的拓展尤其重要。

从集中度来看，近年来食品制造业在加快产业结构调整政策推动下，行业集中度有所提升，但企业规模普遍偏小，主要集中在经济发达东部地区，且竞争实力相对较强。国家统计局数据显示，2021年，食品制造企业数达到8130家，较上年减少161家。

从企业结构看，大中型企业在食品制造业中挑大梁作用日益突出，虽然大中型企业仅占食品制造业总数的16%，但它在食品制造业总产值、增加值、利润总额、资产总额、营业收入等指标具有较大优势，并逐年快速发展。

1.2.3 市场供求关系

供求关系是市场经济中决定产品价格的基本变量，也是决定行业发展前景的重要因素。

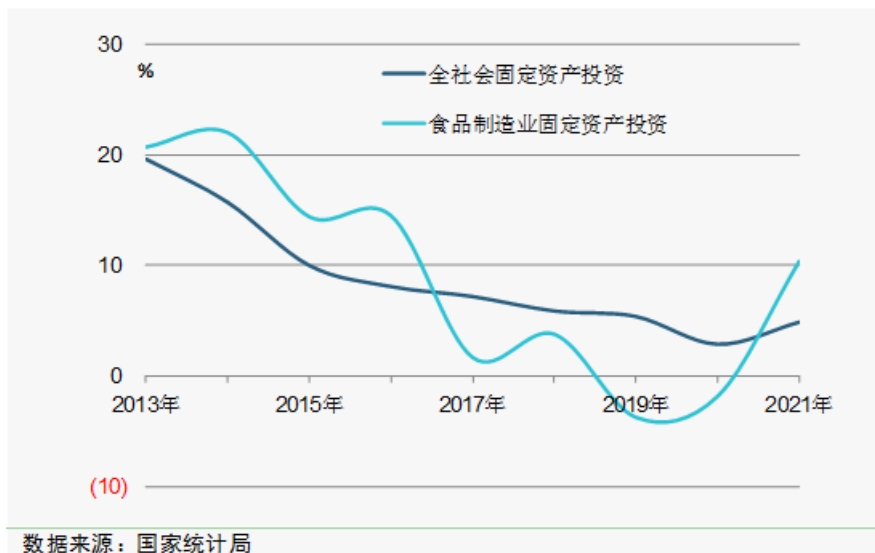
从供给来看，农副产品为食品制造业提供生产原材料，上游农副产品的供给直接决定了下游食品企业的生产成本和产品产量。2021年农业种植结构继续调整优化，粮食生产再获好收成，农业生产结构进一步优化，生猪存栏四季度出现止跌回升。国家统计局数据显示，2021年全国农产品生产者价格比上年上涨15.0%。农产品生产者价格呈现逐季回落的走势，其中，一季度上涨39.0%，二季度上涨21.1%，三季度上涨14.8%，四季度上涨1.9%。分类别看，农业产品生产者价格比上年上涨2.8%，饲养动物及其产品价格上涨32.4%，林业和渔业产品价格总体平稳。分品种看，2020年玉米、大豆生产者价格比上年分别上涨7.6%和5.5%，

稻谷、小麦价格分别上涨 0.8%和 0.5%；蔬菜价格上涨 5.2%；牛羊市场需求旺盛，活牛和活羊价格分别上涨 10.5%和 10.4%；生猪价格上涨 55.7%，随着生猪生产持续恢复，市场供应逐步改善，生猪价格涨幅逐季回落，四季度生猪生产者价格比上年同期下降 2.3%；活家禽和禽蛋价格分别下降 7.1%和 14.1%。

从需求来看，随着我国城乡居民收入水平的提高，国内消费水平进一步提高，而城镇化推进和消费“硬核”政策实施也为食品制造业提供了较大的消费空间。居民收入提高和消费市场升级拉动食品类刚需消费稳定增长，2013 年突破万亿大关，从 2015-2019 年间，我国粮油食品类零售保持两位数增长趋势，2020 年受新冠疫情影响粮油食品类零售增速放缓，随着我国统筹疫情防控成效显著，民生保障有力，基本消费品产销稳定增长，2021 年粮油食品类零售总额达 16759.1 亿元，同比增长 10.8%。

从投资来看，受传统食品行业面临的转型升级压力巨大，部分子行业持续低迷，企业生产扩容乏力，投资意愿有所减弱，同时，在食品安全和绿色生产的压力下，行业处于整合和出清阶段，2014 年以来食品制造业固定资产投资呈现波浪式下滑，投资高速增长时期已经过去。特别是受新冠疫情拖累，2019 年-2020 年行业固定资产投资恶化，投资增速陷入负增长。受益于“十四五”规划重大项目陆续开工，2021 年行业固定资产投资增速企稳回升稳定恢复，全年投资由负转正，增速重回两位数增长，同比增长 10.4%。

图 2 2013 年-2021 年全国和食品制造业固定资产投资增速比较



1.2.4 产业依赖度

产业依赖度是指行业经营状况受其上下游产业的影响程度，主要表现在行业原料供应商和产品客户群的集中度，分为对上游产业的依赖性和对下游产业的依赖性。上、下游产业的

集中度越高，该行业对其依赖性越强。根据波特模型，下游产业讨价还价能力相对较弱，行业风险相应较高。

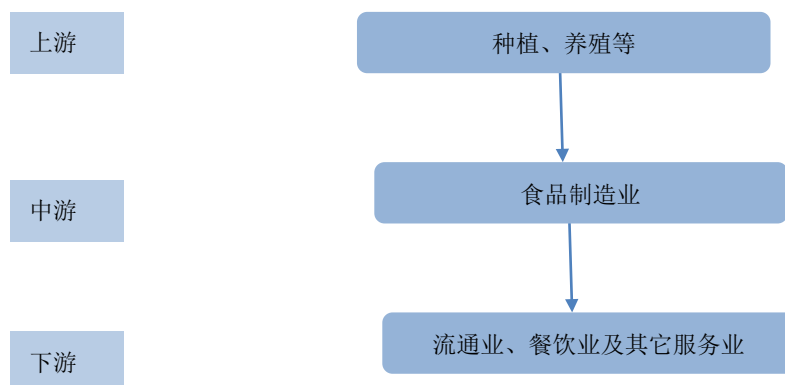
作为基础消费品行业之一，食品制造业的产业链比较短，上游行业主要涉及农业、畜牧业，以及与行业本身相关的食品包装及食品机械等行业；下游行业主要涉及商业、流通业、餐饮业及其它服务业。因此，食品制造业是连接农业与直接消费的中间环节，行业发展有助于推动上游农业的发展，而农产品的供应及价格也直接影响食品制造业的利润水平。同时，居民消费水平及消费倾向也直接决定了食品制造业发展进程。由于食品制造业发展受上游农业、畜牧业影响最大，尤其是农产品生产情况和价格变化情况，因此本报告主要分析农业、畜牧业发展情况。

农业是国民经济的基础，其中，粮食是人类生存、发展必不可缺的、最基本的生活资料。“十三五”期间，我国农业基础地位巩固，全国粮、经、饲种植结构进一步优化，优质高效作物种植规模不断扩大，粮食产量创历史新高。国家统计局数据显示，2021年，全年粮食总产量达到13657亿斤，增长2%，连续7年保持在1.3万亿斤以上。粮食再获丰收，为保障市场供应和稳定物价奠定良好基础。食品制造业子行业中烘焙食品制造业和方便食品制造业依赖农产品程度最高。

畜牧业是现代农业产业体系的重要组成部份。2021年，随着生猪稳产保供各项政策措施稳步落实，新建、扩建养殖场陆续建成投产，有力促进生猪产能快速释放。2021年，全国猪肉产量5296万吨，同比增长28.8%。牛羊肉、牛奶产量增加。2021年，牛肉产量698万吨，同比增长3.7%；羊肉产量514万吨，同比增长4.4%。食品制造业子行业中烘焙食品制造业和方便食品制造乳制品制造业和罐头制造业依赖畜牧业程度最高。

因此，农产品和畜牧业产品的产量及价格的波动将直接影响食品制造业主要子行业的产销及盈利能力。

图 3 食品制造业产业链



2 食品制造业发展环境分析

2.1 宏观经济环境分析

2.1.1 国际经济形势分析

2021 年，全球经济在波动中复苏，受疫情反复的影响，全年经济增速呈“W 型”走势。全球各经济体经济依然保持了恢复态势，工业生产和商品贸易稳步修复，已高于疫情前水平，发达经济体复苏态势好于新兴经济体。从全球经济的景气度来看，2021 年 11 月摩根大通发布的全球综合 PMI、制造业 PMI 以及服务业 PMI 指数分别为 54.80%、55.60%及 54.20%，处于近年来较高水平，但较 5 月的高点明显回落，表明疫情影响下全球经济持续恢复而节奏已有所放缓。世界银行于 2022 年 1 月 11 日发布《全球经济展望》，认为全球经济增速 2020 年降至 3.4%，2021 年则快速反弹至 5.5%，主要是由于疫情防控措施的放松使得需求强劲增长，其中，发达经济体在大规模刺激性预算和货币政策的影响下，其经济增长达到 5%。然而，随着相关刺激性政策的退出，2021 年末美国、欧洲乃至中国等主要经济体的增长已出现放缓势头。

具体来看，2021 年，全球经济继续恢复但并不均衡。受前期刺激政策带来的流动性泛滥以及全球供应链混乱与物流受阻的影响，大宗商品价格大幅上升并引起了全球性的通胀攀升。为抑制通胀的上行，全球主要经济体开始逐步将货币政策由宽松转向紧缩，部分新兴经济体开始面临债务偿还压力。2021 年全球经济主要表现出以下特征：

一是全球经济逐渐从底部恢复。从经济恢复情况来看，各主要发达经济体的季度同比增速的走势大致趋同，全球经济呈现“W 型”复苏，一季度减速、二季度复苏、三季度再度放缓、四季度有所回升。经过将近 2 年的艰难复苏，全球经济逐渐走出低谷。在 IMF 统计的 194 个经济体中，2020 年有 163 个经济体实际 GDP 总量低于疫情前，2021 年降至 103 个，2022 年有望进一步降至 50 个。从重点区域看，2021 年全年美国经济增长 5.7%，为 1984 年以来的最高水平，据欧盟统计局公布的初步数据显示，2021 年欧盟 27 国的 GDP 总和约为 15.73 万亿美元，经季节和工作日调整后，2021 年欧元区和欧盟去年 GDP 均增长 5.2%，预计到 2021 年底 G20 中约半数经济体 GDP 将超过疫情前水平。

二是各经济体间经济恢复不平衡出现缓和迹象。从经济增长来看，发达经济体与新兴经济体之间、发达经济体内部以及新兴经济体内部的经济恢复的分化现象仍然较为显著。不过从景气度方面来看，2021 年下半年以来，随着发达经济体制造业 PMI 逐步见顶以及新兴经济体制造业 PMI 的回升，两者之间的差异明显缩小，全球经济恢复的不平衡出现缓和的迹象。具体来看，美国、欧元区及英国的制造业 PMI 指数仍然领先主要新兴经济体，但其绝对值已较 2021 年年内的高点有所下降，而新兴经济体中的印度、俄罗斯及南非在经历了年中疫情冲击后景气指数已开始回升。

三是全球通胀压力持续。疫情发生后，为了对冲疫情对经济产生的冲击，全球各经济体均实行了极为宽松的货币政策，全球的流动性泛滥。以对全球影响较大的美、欧、日为例，截至 2021 年 11 月末，美联储资产负债表较 2019 年末扩大了 4.49 万亿美元、欧洲央行资产负债表扩大了 3.76 万亿欧元、日本央行资产负债表扩大了 155.17 万亿日元。同时，由于作为上游原材料生产国的新兴经济体经济恢复缓于发达经济体，导致大宗商品的供应相对紧缺。流动性泛滥与供应紧缺叠加，大幅推升了全球商品的价格。根据世界银行的商品价格指数，截至 2021 年 11 月末，能源价格指数为 114.56，较上年末上涨了 82.07%；非能源价格指数为 115.43，较上年末上涨 18.67%，其中农业价格指数上涨 14.47%，金属和矿物价格指数上升 14.42%。商品价格的上升带动全球各国 PPI 迅速上升。

具体来看，疫情前长期处于低通胀状态的发达经济体中，2021 年 11 月美国的 CPI、核心 CPI 及 PPI 同比增速分别达到了 6.80%、4.90% 和 22.80%，均为 30 年来的最高值；欧元区的 CPI、核心 CPI 及 PPI 分别达到了欧元区建立以来的最高值 4.90%、2.60% 和 21.90%（11 月数据尚未更新，为 10 月值）；日本 CPI 及核心 CPI 增速仍然较低，为 0.60% 及 0.50%，但 PPI 增速则达到了 40 年以来最高 9.03%；英国 CPI、核心 CPI 及 PPI 同比增速分别为 5.10%、4.00% 和 9.14%，也均创 10 年来新高。主要新兴经济体中，2021 年 11 月，金砖五国中除中国外的俄罗斯、巴西、南非及印度的 CPI 同比增速分别为 8.40%、10.74%、5.48% 和 4.91%，其中俄罗斯及巴西的 PPI 增速也达到了 20.00% 以上，而部分新兴经济体在疫情前便面临通胀压力，疫情后其通胀压力进一步上升，以土耳其及阿根廷为例，两国 11 月的 CPI 同比增速分别高达 21.31% 和 51.20%，通胀水平已远远超过合理区间。

四是部分新兴经济体面临债务偿还压力。为了应对通胀带来的压力，全球主要经济体货币政策纷纷开始转向，而受各经济体不同的经济实力、通胀水平等影响，不同经济体间政策转向的节奏有所不同。对于新兴经济体而言，由于其同时面临通胀及汇率双重压力，故其货币政策转向的时间相对较早，2021 年以来包括巴西、土耳其、俄罗斯、墨西哥、阿根廷、智利、斯里兰卡、匈牙利、捷克、秘鲁等多个新兴经济体均已开启了加息节奏，其中俄罗斯已连续加息 7 次至 8.50%、巴西连续加息 7 次至 9.25%、墨西哥连续加息 5 次至 5.50%，货币政策收紧的力度较大。

图 4 2007 年-2021 年世界主要发达经济体 GDP 同比增长变化趋势



数据来源：美国商务部经济分析局、欧盟统计局数据库、日本内阁府数据库

图 5 2007 年-2021 年世界主要新兴经济体 GDP 同比增长变化趋势



数据来源：IMF

2.1.2 我国经济形势分析

2021 年，面对复杂严峻的国际环境和国内疫情散发等多重考验，我国经济持续稳定恢复，经济发展和疫情防控保持全球领先地位，主要指标实现预期目标，实现“十四五”良好开局。国家统计局数据显示，初步核算，2021 年国内生产总值 1143670 亿元，按不变价格计算，比上年增长 8.1%，两年平均增长 5.1%。分季度看，一季度同比增长 18.3%，二季度增长 7.9%，三季度增长 4.9%，四季度增长 4.0%。分产业看，第一产业增加值 83086 亿元，

比上年增长 7.1%；第二产业增加值 450904 亿元，增长 8.2%；第三产业增加值 609680 亿元，增长 8.2%。

图 6 2011 年-2021 年中国累计 GDP 及三次产业增加值同比增长趋势



数据来源：国家统计局

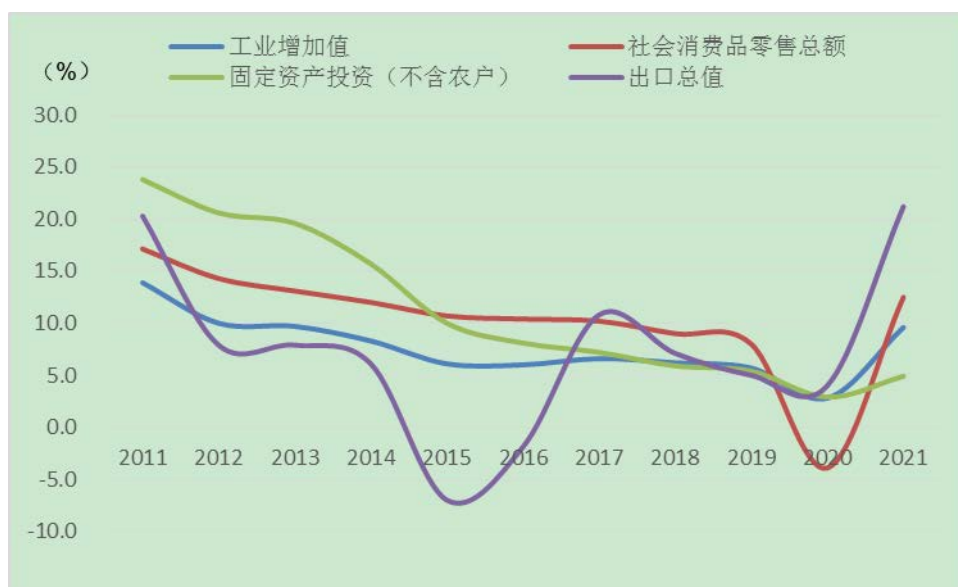
工业生产持续发展，高技术制造业和装备制造业较快增长。2021 年全国规模以上工业增加值比上年增长 9.6%，两年平均增长 6.1%。分三大门类看，采矿业增加值增长 5.3%，制造业增长 9.8%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长 11.4%。高技术制造业、装备制造业增加值分别增长 18.2%、12.9%，增速分别比规模以上工业快 8.6、3.3 个百分点。分产品看，新能源汽车、工业机器人、集成电路、微型计算机设备产量分别增长 145.6%、44.9%、33.3%、22.3%。分经济类型看，国有控股企业增加值增长 8.0%；股份制企业增长 9.8%，外商及港澳台商投资企业增长 8.9%；私营企业增长 10.2%。

固定资产投资保持增长，制造业和高技术产业投资增势较好。2021 年全国固定资产投资（不含农户）544547 亿元，比上年增长 4.9%；两年平均增长 3.9%。分领域看，基础设施投资增长 0.4%，制造业投资增长 13.5%，房地产开发投资增长 4.4%。全国商品房销售面积 179433 万平方米，增长 1.9%；商品房销售额 181930 亿元，增长 4.8%。分产业看，第一产业投资增长 9.1%，第二产业投资增长 11.3%，第三产业投资增长 2.1%。民间投资 307659 亿元，增长 7.0%，占全部投资的 56.5%。高技术产业投资增长 17.1%，快于全部投资 12.2 个百分点。其中，高技术制造业、高技术服务业投资分别增长 22.2%、7.9%。高技术制造业中，电子及通信设备制造业、计算机及办公设备制造业投资分别增长 25.8%、21.1%；高技术服务业中，电子商务服务业、科技成果转化服务业投资分别增长 60.3%、16.0%。社会领域投资比上年增长 10.7%，其中卫生投资、教育投资分别增长 24.5%、11.7%。12 月份，固定资产投资环比增长 0.22%。

市场销售规模扩大，基本生活类和升级类商品销售增长较快。2021 年社会消费品零售总额 440823 亿元，比上年增长 12.5%；两年平均增长 3.9%。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额 381558 亿元，增长 12.5%；乡村消费品零售额 59265 亿元，增长 12.1%。按消费类型分，商品零售 393928 亿元，增长 11.8%；餐饮收入 46895 亿元，增长 18.6%。基本生活消费增势较好，限额以上单位饮料类、粮油食品类商品零售额比上年分别增长 20.4%、10.8%。升级类消费需求持续释放，限额以上单位金银珠宝类、文化办公用品类商品零售额分别增长 29.8%、18.8%。全年全国网上零售额 130884 亿元，比上年增长 14.1%。其中，实物商品网上零售额 108042 亿元，增长 12.0%，占社会消费品零售总额的比重为 24.5%。

对外贸易快速增长，贸易结构持续优化。2021 年货物进出口总额 391009 亿元，比上年增长 21.4%。其中，出口 217348 亿元，增长 21.2%；进口 173661 亿元，增长 21.5%。进出口相抵，贸易顺差 43687 亿元。一般贸易进出口增长 24.7%，占进出口总额的比重为 61.6%，比上年提高 1.6 个百分点。民营企业进出口增长 26.7%，占进出口总额的比重为 48.6%，比上年提高 2 个百分点。

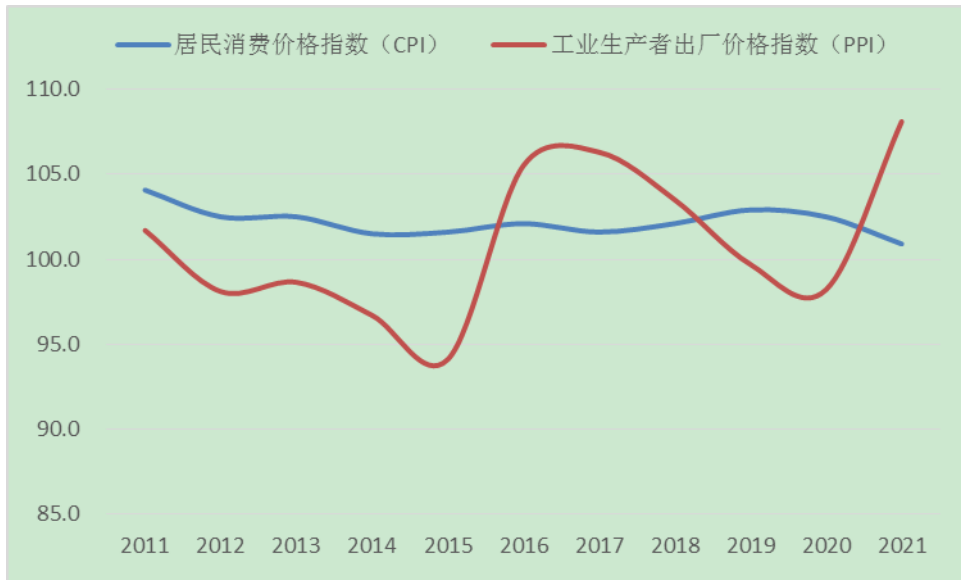
图 7 2011 年-2021 年工业生产以及投资、消费、出口需求同比增长趋势



数据来源：国家统计局

市场供求形势总体稳定，物价水平温和上涨。2021 年，全年居民消费价格比上年上涨 0.9%，涨幅比上年回落 1.6 个百分点，低于涨幅 3% 左右的全年预期目标，总体运行在合理区间。与民生相关的消费品和服务市场供应充足，价格涨幅较低，居民得到更多实惠。2021 年，工业生产者出厂价格比上年上涨 8.1%，工业生产者购进价格比上年上涨 11.0%。

图 8 2011 年-2021 年 CPI 和 PPI 变化趋势



数据来源：国家统计局

居民收入增长与经济增长基本同步，城乡居民人均收入比缩小。2021年，全国居民人均可支配收入35128元，比上年名义增长9.1%。扣除价格因素后，全国居民人均可支配收入实际增长8.1%，与经济增长基本同步。分城乡看，2021年城镇居民人均可支配收入47412元，增长8.2%，扣除价格因素，实际增长7.1%；农村居民人均可支配收入18931元，增长10.5%，扣除价格因素，实际增长9.7%，我国城乡居民人均收入比逐渐缩小。

2.2 产业政策环境分析

近年来，我国食品安全整体水平得到较大提升，食品安全形势总体向好。但是食品安全监管体制及制度仍存不足，为进一步完善我国食品安全监管体制，建立最严格的食品安全监管制度，2021年食品制造业出台了一系列有效政策，推动行业高质量发展。一是为全方位监管各个生产领域，保障国民食品安全，食品安全监管持续强化；二是进出口食品安全保障能力不断提升，筑牢冷链进口食品疫情防线；三是为制止食品浪费行为、提倡绿色消费，多方发力坚决遏制食品浪费行为；四是地方政府出台一系列食品监管政策，推进食品产业高质量发展。

2.2.1 持续强化食品安全监管

2.2.1.1 启动肉制品质量安全提升行动

近年来，随着人民生活水平的不断提高，消费者对食品的要求越来越高，作为生活必须食品之一的肉制品对其营养价值高、食用便利、安全卫生的需求越来越大。肉制品成为食品安全监管重点，政府部门相继强化了有关肉制品食品安全的一系列法律法规，形成了结构相对合理具有一定配套的肉制品安全标准体系，随着市场准入制度的实施，监督检查力度的加

大，大型生产企业和零售市场的肉制品质量安全总体水平不断提升；但是，对批发市场和餐饮行业的监管力度明显欠缺，批发市场成了劣质肉制品的集散地；同时，肉制品加工生产、运输、包装过程汇总二次污染等质量问题依然突出，特别是自“新冠肺炎”爆发以来，肉制品厂频频成为疫情“热点”，引发了对动物和肉制品传播病毒的怀疑和忧虑，暴露了肉制品标准体系仍存在不健全、企业的产业链和供应链不完整、研发创新和产品品质有待进一步提升等问题。为进一步提升肉制品质量安全水平，促进肉制品产业高质量发展，满足人民群众日益增长的美好生活需要，2021年1月21日，市场监管总局发布了《关于开展肉制品质量安全提升行动的指导意见》（以下简称《指导意见》）。《指导意见》部署了各地市场监管部门进一步提升肉制品质量安全水平，促进肉制品产业高质量发展，满足人民群众日益增长的美好生活需要。

《指导意见》提出，开展肉制品质量安全提升行动要完成三大主要任务（其中包括16项具体工作）：一是落实肉制品企业质量安全主体责任，严格制度执行和人员管理，严格环境卫生和设施设备管理，严把原辅材料质量安全关、生产过程控制关及检验检测关，加强贮存运输销售管理及食品安全自查和追溯体系建设。二是加强肉制品质量安全监督管理，完善监管制度标准体系，严格肉制品生产许可，加强肉制品生产经营监督检查，加强肉制品监督抽检和风险监测，严厉打击违法违规行为。三是提升肉制品质量安全水平，提升产业链供应链控制水平、企业生产管理水平、产品创新研发水平及产品品质和品牌建设水平。

此外，《指导意见》提出要认真组织实施开展肉制品质量安全提升行动，省级市场监管部门要高度重视，组织成立专门领导小组，制定具体实施方案，细化工作目标和措施，分解工作任务，抓好工作落实；各地市场监管部门要研究制定完善推动肉制品质量安全提升的政策措施，积极争取地方扶持政策，加大对中小肉制品生产企业、加工小作坊的扶持和技术服务力度，推动中小肉制品企业做大做强，助力加工小作坊转型升级。

我国是世界上最大的肉类生产国，近年来相关的质量安全问题也是层出不穷，加之我国对于肉制品的消耗非常巨大，肉制品的质量安全是重中之重，按照食品安全“四个最严”要求，对肉制品加大监督检查力度，确保监督检查的各项工作有序推动，规范肉制品生产的各个环节，保障肉制品质量与安全，以促进整个食品行业的可持续发展，增加公众信赖度。

2.2.1.2 出台酱油和食醋质量安全监督公告

为了加强酱油和食醋质量安全监督管理，提升酱油和食醋产品质量水平，保障食品安全，2021年6月29日，市场监管总局发布《关于加强酱油和食醋质量安全监督管理的公告》（以下简称《公告》）。

《公告》明确提出酱油食醋生产应具有完整发酵酿造工艺。不得使用酸水解植物蛋白调味液等原料配制生产酱油，不得使用冰乙酸等原料配制生产食醋。酱油和食醋生产企业应按

照食品安全法律法规和食品安全标准组织生产，加强原辅料采购、生产过程控制、产品出厂检验及食品添加剂使用管理，建立食品安全追溯体系，保障产品质量安全。

《公告》还明确提出要真实准确标注各种食品原料和食品添加剂。酱油和食醋产品应当真实合法标注食品标识，在标签醒目位置清晰标注“酱油”“食醋”等标准规定名称，真实准确标注各种食品原料和食品添加剂。不符合酱油和食醋食品安全国家标准的调味品，不得标注“酱油”“食醋”名称或类别。酱油和食醋生产企业不得再生产销售标示为“配制酱油”“配制食醋”的产品。

此外，《公告》要求组织开展酱油和食醋产品抽样检验，依法查处使用酸水解植物蛋白调味液等原料配制生产酱油、使用冰乙酸等原料配制生产食醋、产品标识虚假标注等违法行为，严厉打击使用工业盐、工业醋酸等非食用物质生产食品的违法行为。同时，加强行业自律，引导和督促酱油和食醋生产经营者依法生产经营，推动行业诚信建设。

酱油和食醋作为百姓生活必不可少的常见调味品，其传统发酵酿造工艺的成本相对较高，一些商家在利益驱使下，生产配制式的调味产品，这种变相欺诈行为，既违背了诚信经营的商业道德，又僭越了保护消费者合法权益的法律底线，给居民生活品质和舌尖安全造成了影响。面对酱油和食醋频出的质量问题，《公告》的颁布有望将酱油和食醋纳入食品安全追溯体系，以加强安全监管，提升产品质量、保障食品安全，推动酱油和食醋向健康化转型。

2.2.1.3 加强连锁食品经营企业食品安全监管

为进一步加强连锁食品经营企业食品安全监管，全力守护人民群众“舌尖上的安全”，2021年10月25日，国家市场监督管理总局发布了《关于加强连锁食品经营企业食品安全监管的通知》（以下简称《通知》）。

《通知》明确，连锁食品经营企业总部要严格落实主体责任。一是强化安全管理，对食品安全负总责，建立健全覆盖从总部到门店的食品安全管理体系，有效发挥食品安全管理机构作用，督促门店严格执行食品安全管理制度、操作规程等。二是加强自查自纠，定期全面开展食品安全自查，纠正违法违规行为，防范和消除风险隐患。三是制止餐饮浪费，要制定细化措施，通过主动提示提醒、在醒目位置张贴或摆放反食品浪费标识、合理确定数量分量、提供小份餐等措施减少餐饮浪费。

《通知》要求，各地市场监管部门要切实加大违法行为查处力度。食品安全事件发生后，涉事门店所在地市场监管部门要迅速核查，依法严惩重处食品安全违法行为。严格执行《食品安全法》第134条规定，该责令停产停业的责令停产停业，该吊销许可证的吊销许可证。对发现食品安全违法犯罪线索的，要依法及时移送公安机关。根据涉事门店违法情形及企业的食品安全责任分工，按照《食品安全法实施条例》第75条规定，实施“处罚到人”。

《通知》强调，各地市场监管部门要强化违法行为曝光和联合惩戒。要积极运用智慧监管手段，主动发现食品安全问题。对媒体监督和消费者投诉举报反映的食品安全问题，要严格开展现场核查，加大查处结果曝光力度，查处一批、曝光一批。要强化联合惩戒，连锁食品经营企业发生食品安全事件且查证属实的，事发地市场监管部门要对同品牌所有门店强化许可审批，增加日常检查、抽检频次，依法从严从重快查处违法行为。同时，按照《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》，依法将企业列入严重违法失信名单。

近年来，我国连锁食品经营企业快速发展，已成为最具活力的经营模式之一。连锁食品经营企业规模化、标准化经营方式对我国食品安全水平的稳步提升起到了重要的推动作用。但在连锁食品经营企业快速成长的过程中，个别连锁企业门店违规经营、失信经营，损害了连锁企业的良好形象和消费者的切身利益。此次《通知》旨在针对连锁食品经营企业特点，进一步加强从企业总部到经营门店的全程监管，强化企业总部对中央厨房、配送中心和经营门店的系统管理，进一步规范连锁企业经营行为，推进依法诚信经营，提高连锁食品经营企业食品安全水平。

2.2.2 筑牢冷链进口食品疫情防线

2.2.2.1 进出口食品安全管理办法发布

为进一步提升进出口食品安全治理能力和水平，保障进出口食品安全，2021年4月12日，海关总署发布了《中华人民共和国进出口食品安全管理办法》（以下简称《管理办法》）。《管理办法》自2022年1月1日起实施。同时，海关总署宣布，此前发布的《进出口食品安全管理办法》、《出口蜂蜜检验检疫管理办法》、《进出口水产品检验检疫监督管理办法》、《进出口肉类产品检验检疫监督管理办法》、《进出口乳品检验检疫监督管理办法》以及《出口食品生产企业备案管理规定》废止。

《管理办法》共分6章，79条，主要对我国进出口食品安全监管的一般要求、食品进口和食品出口管理以及相应的监督管理措施和法律责任做出规定。《管理办法》突出三大亮点：

亮点一：进口食品监管采用了“合格评定”概念对进口食品实施严控制的规定

《管理办法》第十条规定，海关依据进出口商品检验相关法律、行政法规的规定对进口食品实施合格评定。进口食品合格评定活动包括：向中国境内出口食品的境外国家（地区）食品安全管理体系评估和审查、境外生产企业注册、进出口商备案和合格保证、进境动植物检疫审批、随附合格证明检查、单证审核、现场查验、监督抽检、进口和销售记录检查以及各项的组合。《管理办法》将合格评定以法规的形式进行明确，也是对进口食品监管的严格细化，使进口食品监管更加科学、规范。同时，《管理办法》增加了海关对进口食品实施加严控制的规定。《管理办法》第三十四条规定了海关可以对进口食品实施加严控制的情形。

加严控制方式包括：对相关进口食品提高监督抽检比例、要求食品进口商逐批提交有资质的检验机构出具的检验报告等。通过这一条款加强存在安全隐患食品的监管，减少进口食品安全风险。

亮点二：明确出口食品监管内容，完善了出口食品企业的食品安全管理制度

《管理办法》第三十九条规定了海关依法对出口食品实施监督管理。明确了出口食品监督管理措施包括：出口食品原料种植养殖场备案、出口食品生产企业备案、企业核查、单证审核、现场查验、监督抽检、口岸抽查、境外通报核查以及各项的组合。这一条款明确了从原料监管、企业监管、出口申报、产品监管及出口食品出现问题被通报等一系列监管措施，实现全面有效监管。同时，《管理办法》细化出口食品企业食品安全管理制度要求。《管理办法》第四十四条细化了出口食品企业食品安全管理制度要求。明确要求建立可追溯的食品安全卫生控制体系，建立供应商评估制度、进货查验记录制度、生产记录档案制度、出厂检验记录制度、出口食品追溯制度和不合格食品处置制度。企业通过建立运行完善的食品安全管理体系实现食品从源头到餐桌的安全。

亮点三：切实履行境外企业审核主体责任。《管理办法》第二十二条规定食品进口商应当建立境外出口商、境外生产企业审核制度。重点审核制定和执行食品安全风险监控措施情况以及是否符合中国法律法规和食品安全国家标准。此条内容与《中华人民共和国食品安全法》第九十四条要求相呼应，对食品进口商提出了更高的要求的同时，通过建立审核制度，有利于强化各方主体责任，严格把关进口食品安全。

食品安全关系到国家和社会的稳定发展，关系到公民的生命健康。近年来，我国食品安全社会共治氛围逐步形成，食品安全治理能力稳步提升，食品安全治理体系加快完善，食品安全保障水平逐步提高。但是受我国进出口食品贸易量大幅增加、国际贸易摩擦不断升级、国际食品安全面临新风险新挑战等因素叠加影响，特别是在新冠全球暴发背景下，我国进口冷链食品频频中招，对我国进出口食品监管提出更高要求。《管理办法》的出台强化了对食品进口的管理，进一步提升了预防食品安全风险水平，完善了进出口食品安全监管法律体系。

2.2.2.2 进口冷链食品疫情防控不断加强

2021年8月13日，交通运输部修订印发《公路、水路进口冷链食品物流新冠病毒防控和消毒技术指南（第二版）》（以下简称《指南》），切实强化进口冷链食品物流重点环节和重要人员疫情防控要求。此次《指南》主要修订三项内容：

一是严格落实高风险岗位人员的闭环或封闭管理。要求与进口冷链食品货物直接接触的装卸、搬运、保洁等高风险岗位人员要完成疫苗接种，人员相对固定、登记造册，实行闭环或封闭管理，采取一定工作周期的轮班制，工作期间集中住宿、封闭管理，从严做好个人防护，工作场所与居住地之间对点转运，避免工作期间与家庭成员和社区普通人群接触。

二是增加核酸检测频次。明确港口码头、口岸等直接接触进口冷链食品的装卸、搬运、保洁等高风险岗位人员定期核酸检测频次调整为每隔 1 天 1 次，其他一线作业人员可 1 周 2 次，间隔 2 天以上。加强一线作业人员安全防护，企业员工实行每日健康监测零报告制度。

三是强化环境清洁消毒。明确使用过的防护用品、生活垃圾、接送员工车辆等，要做好处理、清洁、消毒等工作。

同时，《指南》还要求各地交通运输主管部门要进一步强化责任心，抓好公路、水路进口冷链食品物流疫情防控工作，坚决防止新冠病毒通过冷链物流渠道传播。

据海关总署信息显示，2021 年 3 季度，我国针对 14 个国家 101 个企业生产企业的进口冷链食品或包装物检出新冠病毒核酸阳性并采取了暂停其产品进口的措施。进口冷链食品输入风险依然严峻，为进一步强化进口冷链食品物流重点环节和重要人员疫情防控，交通运输部针对近期国内部分地区聚集性疫情暴露的短板和漏洞，自 2021 年 8 月 4 日起连续修订实施多项疫情防控指南，此次出台的《指南》第二版细化了道路货运车辆消毒、人员岗位管理、核酸检测和疫苗接种工作等环节的防控要求，及时查隐患、堵漏洞，确保冷链物流规范化操作，坚决防止疫情通过交通运输环节传播扩散。

时隔三个月，即 2021 年 11 月 20 日，交通运输部再次修订并发布了《公路、水路进口冷链食品物流新冠病毒防控和消毒技术指南（第三版）》（以下简称《指南》）。《指南》适用于从事进口冷链食品物流的公路、水路运输企业、港口码头、货运场站等经营单位（以下统称冷链物流企业）对进口冷链食品装卸、运输等环节中新冠病毒污染的防控。《指南》对装卸、运输过程的防控提出了具体要求，包括对装卸作业人员、运输人员的防控要求，以及对货物源头、货物信息登记、运输工具中转、转运设施的防控管理和从业人员安全防护要求。

《指南》指出，各地交通运输主管部门要进一步强化公路、水路进口冷链食品物流疫情防控工作，督促从事进口冷链食品装卸、运输等作业的公路、水路冷链物流企业、港口码头、货运场站等经营单位和从业人员严格落实《指南》各项要求，坚决防止新冠病毒通过冷链物流渠道传播。

《指南》指出，运输进口冷链食品的作业人员及随行人员在运输过程中不得擅自开箱，不得随意打开冷链食品包装直接接触冷链食品。车辆进出时，驾驶员及随行人员应当避免与门卫值班员、工作人员的非必要接触。

冷链物流企业应做好员工（含一线管理人员、新进人员、临时参加工作人员及保洁员等后勤服务人员）14 日内行程及健康状况登记，建立上岗员工健康卡，掌握员工流动及健康情况。鼓励新员工上岗前自愿接受核酸检测。

从事港口码头、口岸等直接接触进口冷链食品货物的装卸、搬运、保洁等高风险岗位人员要完成新冠肺炎疫苗接种，高风险岗位人员要相对固定、登记造册，按照当地联防联控机制统一部署实行闭环或者封闭管理。

此外，《指南》还对出现健康状况异常人员、发现样品核酸检测阳性的应急处置进行了要求。

自 2020 年 6 月北京新发地检测进口三文鱼检测新冠病毒核酸阳性以来，我国不断加强常态化疫情防控工作，为有效防范进口冷链食品输入风险，交通运输部先后于 2020 年 11 月 13 日印发了《进口冷链食品物流新冠防控和消毒技术指南（第一版）》、2021 年 8 月 24 日印发了《公路、水路进口冷链食品物流新冠病毒防控和消毒技术指南（第二版）》，举全国之力，筑牢进口冷链食品输入安全屏障，彻底解决生产加工、存储、运输、流通和交易等环节的传播。进入 2021 年 11 月，我国部分地区疫情再次出现反复，为实施精准疫情防控，交通运输部再次修改指南，进一步强化进口冷链食品物流重点环节和关键岗位人员疫情防控，让冷链变成“安全链”。

2.2.3 坚决遏制食品浪费行为

2.2.3.1 反食品浪费法公布实施

《中华人民共和国反食品浪费法》（以下简称《反食品浪费法》）已由中华人民共和国第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议于 2021 年 4 月 29 日通过，并正式颁布实施。《反食品浪费法》共三十二条，分别对定义、反食品浪费的原则和要求、政府及部门职责、各类主体责任、激励和约束措施、法律责任等作出规定。这是一部致力于弘扬勤俭节约传统美德，惩治食品浪费行为的法律。《反食品浪费法》重点突出以下四大内容：

首先，落实原则要求，划分政府职责。一是明确各级人民政府加强对反食品浪费工作的领导，建立健全反食品浪费工作机制，确定反食品浪费目标任务，加强监督管理，推进反食品浪费工作。二是规定县级以上地方人民政府每年向社会公布反食品浪费工作情况，提出加强反食品浪费措施。三是重点明确国务院发展改革部门、商务主管部门、市场监督管理部门、粮食和物资储备部门有关反食品浪费工作职责。

其次，明确主体责任，倡导厉行节约。《反食品浪费法》坚持约束与倡导相结合，约束公务用餐，规范餐饮服务提供者和餐饮外卖平台的餐饮服务行为，加强单位食堂、学校食堂、校外供餐单位管理，明确旅游经营者、食品经营者责任，倡导个人和家庭形成科学健康、物尽其用、防止浪费的良好习惯和生活方式。明确食品、餐饮行业协会等每年向社会公布有关反食品浪费情况及监测评估结果。鼓励餐饮服务经营者向社会公开反食品浪费情况。

再次，实行社会共治。《反食品浪费法》明确要求食品、餐饮行业协会加强行业自律，依法制定、实施反食品浪费等相关团体标准和行业自律规范。强调教育行政部门、学校将厉行节约、反对浪费纳入教育、教学内容。规定新闻媒体开展反食品浪费的公益宣传，禁止制作、发布、传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息。餐饮服务经营者可以对参与“光盘行动”的消费者给予奖励。

最后，强化监督机制，严防食品浪费。一是明确各级人民政府及其有关部门建立反食品浪费监督检查机制。二是规定县级以上人民政府采取措施，对防止食品浪费的科学研究、技术开发等活动予以支持；国家实行有利于防止食品浪费的税收政策。三是明确任何单位和个人发现食品生产经营者有食品浪费行为的，有权向有关主管部门和机关举报。四是对未主动进行防止食品浪费提示提醒，制作、发布、传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息等违法行为规定相应的法律责任。

随着城市化的推进和人民生活水平的不断提高，我国食品消费依然保持刚性增长趋势，但同时，食品浪费现象也十分严重。为制止食品浪费行为、提倡绿色消费，从2020年9月，全国人大常委会启动为期一个多月的珍惜粮食、反对浪费专题调研，到2020年12月22日，《中华人民共和国反食品浪费法》草案提请十三届全国人大常委会初次审议；再到2021年4月29日《反食品浪费法》颁布执行，一系列针对“反对食物浪费”的政策迅速推进，旨在加快建立法治化长效机制，为全社会确立餐饮消费、日常食物消费的基本行为准则，并最终通过立法得以强化，这充分体现了党中央对制止食品浪费行为的高度重视和坚定决心，也为绿色发展理念提供了有力的法律保障。

2.2.3.2 多方发力反食品浪费

2021年12月17日，国家发展改革委办公厅、商务部办公厅、市场监管总局办公厅、粮食和储备局办公室联合发布《反食品浪费工作方案》（以下简称《工作方案》）。《工作方案》围绕推进粮食节约减损、遏制餐饮行业食品浪费、加强公共机构餐饮节约、促进食品合理利用、严格执法监督、强化组织实施六方面开展工作。

在粮食物流环节，《工作方案》提出推广散粮运输专用工具，发展规范化、标准化、信息化散粮运输服务体系。在粮食加工环节，推动提高粮油产品出品率，推进粮食无害化处理和资源合理化利用，提升粮食加工业数字化管理水平，促进淘汰落后产能。

在遏制餐饮行业食品浪费方面，《工作方案》提出推动餐饮行业出台反食品浪费的团体标准和行业自律规范。将反食品浪费作为重要内容列入正在制修订的旅游餐饮业、住宿业和景区标准中。同时，指导餐饮等行业协会发出制止餐饮浪费的倡议，支持餐饮行业协会对有浪费行为的会员采取必要的自律措施，引导会员自觉开展反食品浪费活动。

在公共机构餐饮食品浪费方面，《工作方案》提出建立机关食堂反食品浪费工作成效评估和通报制度，将反食品浪费纳入公共机构节约能源资源考核和节约型机关创建活动内容。加强公务接待、会议、培训等公务活动用餐管理。曝光餐饮浪费典型案例及推动工作不力的单位。鼓励有条件的公共机构使用餐厨垃圾就地资源化处理设备。

在促进食品合理利用方面，《工作方案》提出引导食品生产经营者等在保证食品安全的前提下向有关社会组织、福利机构、救助机构等组织或者个人捐赠食品。有关组织根据需要，及时接收、分发食品。指导有关慈善行业组织依法研究制定食品捐赠需求对接相关团体标准和行业自律规范。

在严格执法方面，《工作方案》提出从三个方面实施监督：一是加强反食品浪费日常监督检查。加强对食品生产经营者反食品浪费情况的监督，督促落实反食品浪费措施。鼓励单位和个人举报食品生产经营者食品浪费行为。开通举报热线，收集问题线索，加强执法监督。二是加强反食品浪费执法。各地市场监督管理部门开展反食品浪费日常监管和执法，加强执法稽查培训，依法依职责执行《反食品浪费法》有关规定。三是严格食品浪费相关信息监管。禁止广播电台、电视台、网络音视频服务提供者制作、发布、传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息，对拒不改正或情节严重的，处以罚款、通报批评或节目停播整顿，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法依规追究责任。

随着城市化的推进和人民生活水平的不断提高，我国食品消费依然保持刚性增长趋势，但同时，食品浪费现象也十分严重。为制止食品浪费行为、提倡绿色消费，近年来全国推广了“光盘行动”，一系列针对“反对食物浪费”的政策迅速推进，“舌尖上的浪费”现象有所改观。2021年4月29日《反食品浪费法》颁布执行，旨在加快建立法治化长效机制，为全社会确立餐饮消费、日常食物消费的基本行为准则，并最终通过立法得以强化。此次出台《工作方案》是扎实落实反食品浪费法的基础保障，再次充分体现了党中央对制止食品浪费行为的高度重视和坚定决心，也为绿色发展理念提供了有力的法律保障。

2.2.4 打造地方食品产业高质量发展

2.2.4.1 地方政府全面推进加强食品产业高质量发展

山东省加快食品产业高质量发展

2021年1月3日，山东省出台《关于加快食品产业高质量发展若干措施的通知》（以下简称《通知》），为“十四五”期间加快推进该省食品产业基础高级化、产业链现代化，实现高质量发展勾画出路径。

《通知》提出，食品产业要推进全产业链协同发展。实施源头提升行动，培育新型农业经营主体，提升精深加工综合水平，建设全过程冷链物流体系，提升高端装备水平。力争到“十四五”末，食品产业精深加工综合转化率达到75%以上。

《通知》明确，要坚持创新驱动发展。推动企业技术创新，推进数字经济赋能，创新业态和模式，实施“三个一百”工程。“十四五”期间，力争食品产业规模以上重点企业研发投入达到3%以上，培育国家级创新平台50个以上、省级300个以上，培育国家级技术创新示范企业5个以上。2021年年底前，在酒类、粮油加工等具有比较优势的行业先行建立。用3-5年时间，树立200家食品产业工业互联网平台应用标杆企业。

《通知》指出，要加快产业结构优化升级，做优产业布局，打造过硬质量品牌，拓展市场空间，加强综合利用。到“十四五”末，培育20个省级以上特色优势食品产业集群，10个特色优势食品产业强县，100个特色优势食品产业强镇或园区，两家以上营业收入过五百亿的领军企业、10家以上过百亿的龙头企业、100家以上过十亿的骨干企业。2021年内，编制推出山东特色优质食品目录，实行动态管理，用5年时间培育全国知名品牌20个以上。到“十四五”末，食品产业进出口总额力争突破1000亿元。

《通知》还强调，要完善保障体系加强人才队伍建设，严格食品安全质量监管，创新服务机制，强化政策落实。到“十四五”末，全省食品合格率稳定在98%以上。

食品产业是山东省工业领域的第一大支柱产业，加快推进食品产业转型生态发展，提高供给质量，引领新型消费，扩大内循环，满足市场消费高品质生活新需求，培育壮大山东省国民经济传统优势产业发展新动能，对推动服务业繁荣和产业振兴建设具有重要意义。

上海进一步推进乳制品行业高质量发展

为进一步督促上海市乳制品企业落实食品安全主体责任，提升乳制品质量安全水平，推动乳制品产业高质量发展，2021年1月21日，上海市市场监管局发布了《关于进一步推进乳制品质量安全提升工作的通知》（以下简称《通知》）。《通知》从工作目标、工作重点、推进步骤和工作要求四个方面明确推进工作。

《通知》提出到2023年底，乳制品监督抽检合格率保持在99%以上。乳制品企业监督检查发现问题整改率达到100%，乳制品生产企业原辅料、关键环节与产品检验管控率达到100%，建立生产过程智能化追溯体系率达到100%，食品安全管理人员监督抽查考核合格率达到100%，获得危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证率达到100%，获得诚信管理体系认证率达到100%，食品安全自查达到100%，自查发现风险报告率达到100%。其中婴幼儿配方乳粉生产企业质量管理体系自查与报告率达到100%。

《通知》提出三项工作重点：一是强化乳制品企业落实主体责任，从落实食品安全自查制度、加强生产过程管控、加强检验把关、加强食品安全突发事件处置、加强冷链储运环节管控五个方面提出具体要求；二是强化落实食品安全监管责任，从严格乳制品生产企业许可、加强乳制品企业监督检查、开展飞行检查和体系检查、加强乳制品抽检监测、严厉打击违法违规行为、加大正面宣传引导力度六个方面提出具体要求；三是推进乳制品行业高质量发展，从健全质量标准体系建设、推进行业诚信体系建设、着力加强乳制品品牌建设和推进实施国产婴幼儿配方乳粉提升行动四个方面提出具体建议。

《通知》的全面落实将有效提升上海市乳制品质量安全，有利于完善上海市乳制品生产企业质量管理体系，进一步提高企业自建自控奶源比例，进一步强化企业产品研发能力，进一步优化产品结构，进一步改进生产工艺，进一步增强乳制品消费信心。

福建省部署乳制品质量安全提升行动

2021年2月3日，为进一步督促福建省乳制品企业落实食品安全主体责任，提升福建省乳制品质量安全水平，推动乳制品产业高质量发展，福建省出台《乳制品质量安全提升行动方案》（以下简称《行动方案》）。

《行动方案》明确，到2023年底，福建省乳制品质量安全水平进一步提升，企业产品研发能力进一步强化，产品结构进一步升级，生产工艺进一步规范，乳制品消费信心进一步增强。

《行动方案》指出，乳制品生产企业要落实食品安全主体责任和首负责任，以及法定代表人 and 食品质量安全负责人的责任，建立健全并有效落实食品安全管理制度，合理设置食品安全管理机构。配备与企业生产规模相适应的专职食品安全管理人员，加强食品安全管理人员培训与考核，不具备相应能力的人员不得上岗。不断提升食品安全管理能力与水平，切实保障食品安全。

《行动方案》强调，要建立健全婴幼儿配方乳粉生产企业体系检查制度，重点检查企业生产质量管理体系建立运行、按配方注册和生产许可要求组织生产等情况。省级市场监管部门原则上对辖区内婴幼儿配方乳粉生产企业每年至少开展一次体系检查，并督促企业对体系检查发现问题整改到位，指导基层加强日常监管。加大对农村、城乡结合部等重点区域和超市、批发市场、母婴用品店、网络等乳制品经营场所的日常监督检查力度，重点检查进货查验、产品标签标识、温度控制和记录等，以及婴幼儿配方乳粉专区专柜销售、标签说明书是否与注册批准的一致等内容。

作为我国食品安全的代表性产业之一，随着工业化生产技术的进步和居民消费的持续升级，在国家政策支撑下，我国乳制品消费市场逐渐呈现多样化态势。但乳制品行业仍存在企业自主研发能力不足、食品安全管理能力不强、产品竞争力和美誉度不高等问题。为推动乳

制品产业向高质量发展，近年来，我国乳制品行业严格落实“四个最严”要求，把乳制品作为食品安全监管工作重点，着力加强质量安全监管，对推进奶业振兴工作，提升乳制品质量安全水平具有重要意义。

2.2.4.2 地方政府制定“十四五”食品安全规划

近年来，行业监管部门为加强食品安全及促进食品行业健康发展，陆续发布了多项政策措施。《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标建议》中提到，加强和改进食品安全监管制度，完善食品安全法律法规和标准体系，探索建立食品安全民事公益诉讼惩罚性赔偿制度。为深入实施食品安全战略，加强食品全链条质量安全监管，推进食品安全放心工程建设攻坚行动，各地方政府继续出台政策加大重点领域食品安全问题联合整治力度，坚持最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，坚持源头治理、标本兼治，促进食品产业健康发展，推进健康中国建设。

《云南省“十四五”食品安全规划》发布

2021年8月4日，云南省人民政府食品安全委员会办公室印发了《云南省“十四五”食品安全规划》（以下简称《规划》）。《规划》共分为发展现状与形势、总体要求、主要任务和保障措施四个部分，突出四大亮点：

亮点一：严格遵循“四个最严”要求。坚持最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责。进一步细化、量化，设置了刚性、清晰的发展指标，明确了未来五年工作的时间表、路线图，确保中央决策部署在我省落地、落细、落实。

亮点二：紧密结合云南省发展实际，研究制定了推动食品产业高质量发展的具体举措。围绕服务打造世界一流“绿色食品牌”，明确了深化许可认证改革、实施质量兴农计划、推动食品产业转型升级、加快食品安全科技创新的具体措施，并以《规划》专栏的形式，专题制定了实施打造世界一流“绿色食品牌”的标准体系建设、“食安云南”品牌创建、食品安全追溯体系建设、食品安全智慧监管等工程项目。

亮点三：针对云南省食品安全风险隐患，着重制定了强弱项、补短板的任务措施。坚持问题导向，开展食品安全放心工程建设十大攻坚行动，集中力量破解难题，力争让人民群众见到实实在在的成效，不断提高安全感、满意度。将“加强食品安全基层治理”列为重点任务，明确了加强基层监管能力建设、建立农村食品安全风险防范机制的具体措施，实施食品安全风险预警系统建设、应急管理能力提升等工程项目，着力破解当前面临的突出问题。

亮点四：坚持立足当前与兼顾长远，加强衔接协调。《规划》着眼2025年、2035年两个时间节点，提出食品安全重要领域和关键环节的改革取得实质性进展的中期目标和基本实现食品安全领域治理体系和治理能力现代化的长期目标，既突出近期效果，切实解决眼前突

出问题；又着眼长远，着力构建长效工作机制。同时《规划》总结固化了近年来我省食品安全工作一些行之有效的经验做法，又结合新形势提出了一系列创新举措，提升了发展目标，如到 2025 年，农产品和食品抽检量达到 5 批次/千人，主要农产品质量安全例行监测合格率稳定在 97%以上，食品评价性抽检合格率达到 98%。

《河北省食品药品安全监管“十四五”规划》印发

为全面提升河北食品药品安全监管水平，推进食品药品安全领域治理体系和治理能力现代化，2021 年 9 月 1 日，河北省市场监管局印发了《河北省食品药品安全监管“十四五”规划》（以下简称《规划》），《规划》共分为发展基础和发展环境、指导思想和主要目标、体系建设、专项行动和保障措施五个部分。

关于健全风险防控体系，加强食品安全抽检监测，《规划》提出，“十四五”末实现农产品定量检测 7 万批次、快速检测 80 万批次以上；全省食品抽检密度达到 5 份/千人，针对农药兽药残留的食品检验量不低于 2.5 份/千人。注重监督抽检问题发现率，持续提升食品抽检效能，剥离监督抽检评价性功能，按要求开展评价性抽检。持续推进不合格及问题食品核查处置工作，国抽、省抽不合格食品核查处置完成率达到 100%。

关于健全全程监管体系，加强食品生产加工监管，《规划》提出深入实施生产企业食品安全风险分级管理，推广体系检查应用范围，逐步覆盖白酒、肉制品、食用植物油、饮料等高风险大宗消费食品以及规模以上企业，着力解决生产过程不合规、超范围超限量使用食品添加剂和非法添加“两超一非”等问题。深化国产婴幼儿配方乳粉品牌提升和保健食品行业专项清理整治提升行动。严格特殊食品生产经营许可，对特殊食品生产企业开展体系检查，严厉查处违法生产经营、虚假夸大宣传、误导诱导消费等违法违规行为。加强特殊医学用途配方食品监管。

关于健全社会共治共享体系，完善信用体系建设。《规划》提出对食品药品生产经营企业实施清单管理，将企业行政许可等信息归集到公示系统，并依法依规向社会公示，运用社会力量约束企业违法失信行为。推进信用风险分类管理，针对不同信用风险类别的企业，采取差异化监管措施，统筹推进重点监管和“双随机、一公开”监管，加强严重违法失信名单管理，依法依规对违法失信企业实施联合惩戒。

近年来，我国在食品安全监管方面不懈努力，食品安全监管体制和法律法规标准体系不断完善，各项监管制度措施不断建立健全，监管工作力度不断加大，食品安全形势不断好转，取得了巨大的成就。但由于我国食品产业结构相对落后，存在大量的中小型企业，食品安全问题仍不时发生，而食品行业企业是市场的主体更是食品安全的责任主体，以合法合规的方式向市场提供符合法规标准要求的产品是企业义不容辞的责任。2021 年是“十四五”开局之年，健康中国的建设已经提升至国家战略地位，作为深耕大健康领域的食品企业，在为健

康产业建设注入新活力的同时,也助力实现食品安全与健康良性协调发展,可以预见“十四五”时期我国食品安全将会再上一个新台阶。

2.3 关联行业分析

农业、畜牧业在我国国民经济中占有重要地位,作为食品制造业的上游行业,农业、畜牧业生产直接关系到下游食品制造业的原材料供给。近年来,我国农业农村市场积极应对国内外农产品市场形势变化,围绕促进粮食等重要农产品市场平稳运行和农业农村经济健康发展,推动农业向高质量,为三农全局发挥了重要支撑作用。2021年农业农村改革发展取得显著成效,全面完成年度目标任务,为开新局、应变局、稳大局发挥了重要作用。

2.3.1 农业

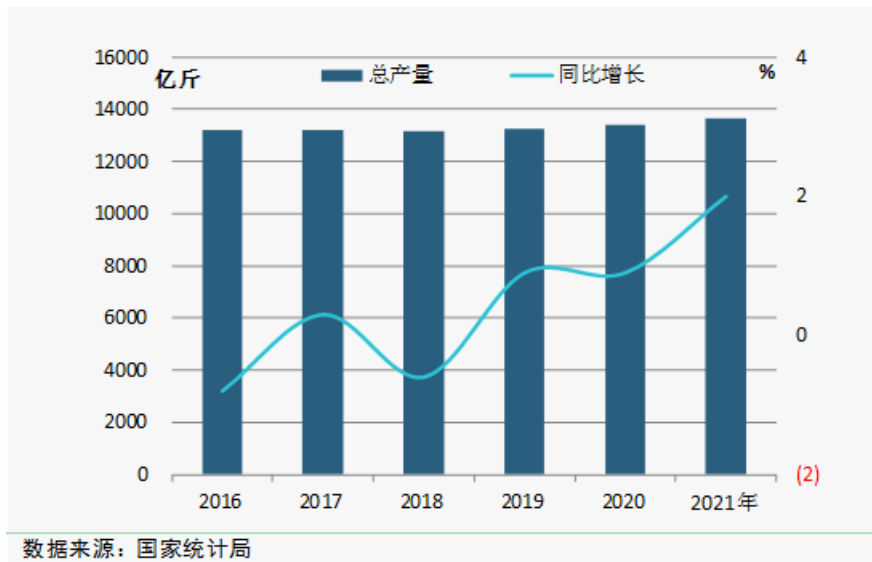
2021年是三农工作重心转向全面推进乡村振兴的第一年,我国农业实现了“两个新提升”、取得“三个新进展”,为“十四五”开局奠定了基础。

粮食生产再创新高,保障国家粮食安全的基础巩固向好。国家统计局数据显示,2021年全年粮食总产量连续7年保持在1.3万亿斤以上。粮食单产稳步提升,全国粮食作物单产387公斤/亩,每亩产量比上年增加4.8公斤,同比增长1.2%,农业“压舱石”地位更加巩固。分季节看,夏粮、早稻、秋粮均实现增产。其中,夏粮产量2919亿斤,比上年增加62亿斤,同比增长2.2%;早稻产量560亿斤,增加14亿斤,同比增长2.7%;秋粮产量10178亿斤,增加191亿斤,同比增长1.9%。

分品种看,稻谷、小麦、玉米增产,大豆减产。2021年,全国谷物产量12655亿斤,比上年增加320亿斤,同比增长2.6%。其中,稻谷产量4257亿斤,增加20亿斤,同比增长0.5%;小麦产量2739亿斤,增加54亿斤,同比增长2.0%;玉米产量5451亿斤,增加238亿斤,同比增长4.6%。全国薯类产量609亿斤,比上年增加11亿斤,同比增长1.9%。主要受播种面积下降影响,全国豆类产量393亿斤,比上年减少64亿斤,同比下降14.1%。其中,大豆产量328亿斤,减少64亿斤,同比下降16.4%。

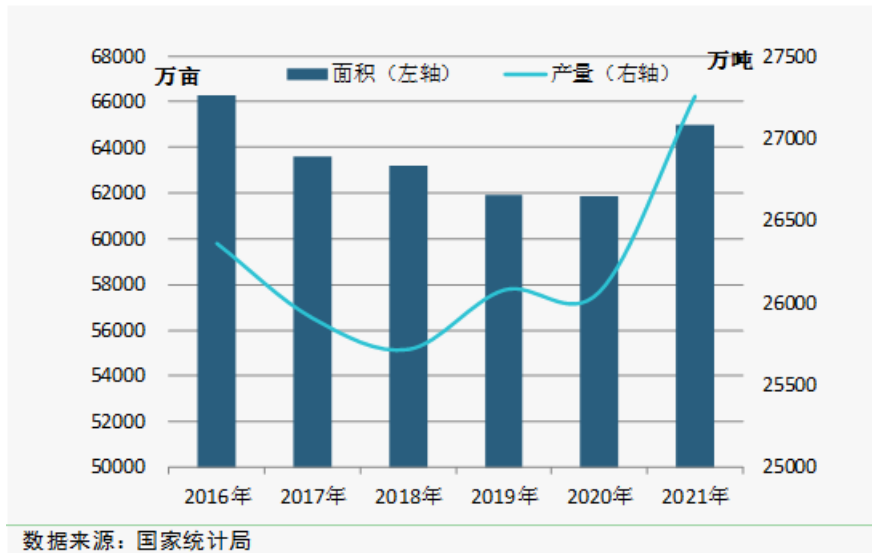
此外,我国粮食播种面积连续两年增加,全国粮食播种面积17.64亿亩,比上年增加1295万亩,同比增长0.7%。其中,小麦播种面积增加,稻谷略有减少。受播期土壤墒情适宜和种植效益趋好等有利因素影响,小麦播种面积3.5亿亩,同比增长0.8%,扭转了面积连续4年下滑的势头。稻谷播种面积4.5亿亩,同比下降0.5%。

图9 2016年-2021年我国粮食产量及同比增长变化趋势



2021 年玉米市场表现喜忧参半。首先，**玉米种植面积和产量双增**。为确保国家粮食安全，我国政府提出 2021 年提高玉米播种面积，扭转持续数年下滑势头，以填补国内不断扩大的供应缺口，并将重点扩大东北以及黄淮海地区的玉米播种面积。受政策利好提振，2021 年我国玉米种植面积大幅增长。国家统计局数据显示，2021 年玉米种植面积在 6.5 亿亩，同比增长 5.0%。分地区来看，玉米种植面积增加主要集中在东北地区，华北地区增幅尚可，西北地区增幅较小。受面积增加的影响，玉米产量增幅明显。2021 年全国玉米总产量在 2.7 亿吨，同比增长 4.6%。分地区看，今年华北大部分地区单产较去年下降。河南地区因 7 月下旬暴雨影响，以及后续的阴雨天气的持续，导致河南部分减产；山东、河北部分地区在玉米生长后期受条锈病的影响，玉米单产略降，但因种植面积增加，华北总产量降幅不大。东北地区仅黑龙江东部部分地区受干旱影响，玉米单产略有下降，但黑龙江省中西部及东北其他地区今年总体丰产，产量增幅明显。**其次，玉米价格创历史最高**。2021 年全国玉米均价整体维持先涨后跌的走势。2021 年一季度创历史最高，随着玉米价格涨至高位，玉米需求量不增反降，玉米和小麦价差不断扩大，小麦替代增加的情况下，二季度开始玉米价格陷入低位调整期。三季度受囤粮成本以及贸易商挺价心态支撑，玉米价格出现短暂上涨机会，但随之进入季节性下跌通道，其中，9 月底玉米价格跌至全年低点。四季度受新季玉米上市延迟的影响，玉米价格低位反弹，但反弹力度随着新玉米上市增加再次呈现震荡下行的趋势。

2016 年-2021 年我国玉米及产量变化趋势



农业农村投资保持良好增长态势。面对严峻复杂的经济形势和新冠肺炎疫情多次反复的冲击，2021年5月8日，农业农村部和国家乡村振兴局联合发布了《社会资本投资农业农村指引（2021年）》，引导社会资本有序投入农业农村，明确了社会资本投资农业农村的13个重点产业和领域，构建乡村振兴多元投入格局。在利好政策推动下，2021年全年第一产业固定资产投资（不含农户）14,275亿元，同比增长9.1%，高于全国固定资产投资和第三产业固定资产投资4.2个百分点和7.0个百分点，农业农村投资持续增长态势良好。与此同时，各地积极落实生猪稳产保供各项政策措施，有力促进生猪产能持续回升，对畜牧业投资继续发挥较强的带动效应。2021年，畜牧业固定资产投资大幅增长20.3%。

高标准农田建设取得了非常明显的成效。2021年以来，高标准农田农业生产条件显著改善，抗灾减灾能力明显提升，重灾区少减产、轻灾区保稳产，无灾区多增产。通过建设形成了一大批旱涝保收、高产稳产，一季千斤、两季吨粮的优质良田，粮食综合生产能力进一步提升。高标准农田项目区比非项目区的机械化水平提高15-20个百分点，规模经营土地流转率提高30个百分点，新型经营主体占比提高20个百分点以上。同时，高标准农田建设促进了农业资源的节约集约利用，实现资源可持续化利用。节水、节肥、节电、节药效果十分明显。根据我们调查，一般节水都达到20%-30%，节电达到30%以上，节药达到19%，节肥达到13%。

2.3.2 畜牧业

畜牧业是农业的重要组成部分，与种植业并列为农业生产的两大支柱。自建国以来，我国畜牧业迅速发展，产值快速增长，综合生产能力明显增强，在国民经济中发挥举足轻重的作用。为推进我国畜牧业向高质量发展，近年来，我国相继出台多项政策促进畜牧业朝现代化方向转型升级。2021年，随着农业生产结构的调整，农业现代化进程的加快，畜牧业保持稳定提发展。

生猪生产全面恢复。2021 年，在生猪稳产保供各项政策措施支撑下，新建、扩建养殖场陆续建成投产，有力促进生猪产能持续回升。截至 2021 年底，全国能繁母猪存栏 4329 万头，产能回到合理水平。全年猪肉产量 5296 万吨、比上年增长 28.8%，基本达到历史正常年份水平。2021 年生猪价格高位逐步回落，从 1 月份每公斤 35.8 元回落到 12 月份的 17.6 元，12 月份猪价依然高于每公斤 15.5 元的平均生产成本 2 元左右。从生猪养殖收益看，除 6-10 月份亏损外，其余 7 个月均盈利较多，按出栏量加权平均计算，全年每出栏一头生猪仍有 564 元的利润，高于正常年份 200 元左右的盈利水平。全行业来说，2021 年生猪养殖依然是丰收年。

牛羊禽肉产量持续增加，牛奶产量较快增长，禽蛋产量有所减少。国家统计局数据显示，2021 年末全国肉牛出栏 4707 万头，比上年增加 142 万头，同比增长 3.1%。牛肉产量 698 万吨，增加 25 万吨，同比增长 3.7%；牛奶产量 3683 万吨，增加 243 万吨，同比增长 7.1%。2021 年末全国牛存栏 9817 万头，同比增长 2.7%。2021 年，全国羊出栏 33045 万只，比上年增加 1104 万只，同比增长 3.5%；羊肉产量 514 万吨，增加 22 万吨，同比增长 4.4%。2021 年末全国羊存栏 31969 万只，同比增长 4.3%。家禽生产基本稳定，禽蛋产量有所减少。2021 年，全国家禽出栏 157.4 亿只，比上年增加 1.7 亿只，同比增长 1.1%；禽肉产量 2380 万吨，增加 19 万吨，同比增长 0.8%；禽蛋产量 3409 万吨，减少 59 万吨，同比下降 1.7%。2021 年末全国家禽存栏 67.9 亿只，同比增长 0.1%。

猪粮比回落，养殖成本上升。猪粮比是衡量养殖是否盈亏平衡的关键数据，通俗地讲，就是生猪价格和作为生猪主要饲料的玉米价格的比值。生猪价格和玉米价格比值在 6:1 时，生猪养殖基本处于盈亏平衡点。猪粮比越高，说明养殖利润越好，养殖户补栏积极性就越高。反之则越差。2020 年，新冠肺炎疫情导致运输不畅和屠宰企业开工较少，市场供应严重不足，从而推高了猪肉价格。从猪粮比价看，2020 年 3 月份猪粮比价高达 18:1，创历史新高。随着生猪产销秩序逐步恢复正常，玉米、大豆等价格上涨，自 2020 年 7 月份之后，猪粮比逐渐回落。为了有效缓解生猪和猪肉市场价格周期性波动，2021 年 6 月，国家发展改革委等部门联合印发《完善政府猪肉储备调节机制 做好猪肉市场保供稳价工作预案》。按照最新政策，猪粮比低于 5:1，将全面启动收储。纵观 2021 年全年，2021 年 3 月猪粮比降至 9.5，预示着企业已陷入成本上升、收入下降的局面。6 月份猪粮比到达了 5.32，其中，6 月 21 日~25 日，全国平均猪粮比价为 4.9，已进入过度下跌一级预警区间，7 月份初，2021 年启动第一次中央储备冻猪肉收储，在一定程度上缓解养殖行业的恐慌情绪，之后又开展 2 次中央储备冻猪肉收储。在此背景下，生猪与生猪期货价格一度止跌反弹。但 9 月和 10 月再度进入过度下跌一级预警区间，随后启动了两轮共计 5 万吨的冻猪肉收储。猪肉价格出现明显反弹，猪粮比也在短暂跌破 5:1 之后迅速回升，12 月份，猪粮比回升至 6.1。

表 3 猪肉储备预警调节机制

	预警分级		储备调节
	过度下跌	三级预警	猪粮比低于6.1
二级预警		猪粮比连续3周处于5.1-6.1，或能繁母猪存栏量单月同比降幅达到5%，或能繁母猪存栏量连续3个月累计降幅在5%-10%时	视情启动收储
一级预警		猪粮比低于5.1，或能繁母猪存栏量单月同比降幅达到10%，或能繁母猪存栏量连续3个月累计降幅在10%时	启动临时收储
过度上涨	三级预警	猪粮比低于9.1	暂不启动储备投放
	二级预警	猪粮比连续2周处于10.1-12.1，或36个大中城市精瘦肉零售价当周平均价同比涨在30%-40%	启动储备投放
	一级预警	猪粮比连续2周高于12.1，或36个大中城市精瘦肉零售价当周平均价同比涨在40%	加大投放力度
资料来源：公开资料			

当猪粮比价连续3周处于5:1-6:1，或能繁母猪存栏量单月同比降幅达到5%，或能繁母猪存栏量连续3个月累计降幅在5%-10%时，发布二级预警。

农村农业部数据显示，2020年8月，国内玉米价格为2.43元，猪肉价格为56.03元，猪粮比为15.29。从全年来看，玉米价格由1月份2.09元提升至8月份2.43元；猪肉价格除了5月和6月外，其他个月均在52元以上，但猪粮比却由2月份17.42（全年比值最高）回落至8月份15.29，随着2020年玉米、大豆等价格大涨，‘猪粮比’正逐渐回落，从养殖业角度看，养猪企业养殖成本面临上涨压力。

图 10 2017年-2021年我国猪粮比价走势



3 食品制造业整体运行情况

3.1 固定资产投资情况分析

2009年-2014年，具有刚性需求的食品制造业投资增速均保持在20%以上，但在食品安全和绿色生产的双重压力下，食品制造业产能特别是效率低下的产能处于过剩状态，企业生产扩容乏力，食品制造业处于整合和出清阶段，产业规模快速扩张已经成为历史。受此影响，食品制造业固定资产投资增速自2015年以来持续震荡下行，2017年，食品制造业固定资产投资增速降至个位数。受突如其来的新冠疫情冲击，2019年-2020年，食品制造业固定资产投资增速由正转负。随着稳投资政策不断加大补短板力度，投资结构不断优化，合理扩大有效投资，2021年行业投资持续稳定恢复，全年投资增速由负转正。国家统计局数据显示，2021年全年，食品制造业累计固定资产投资完成额同比增长8.3%，而上年同期为同比下降1.8%，增速高于全社会固定资产投资3.1个百分点。

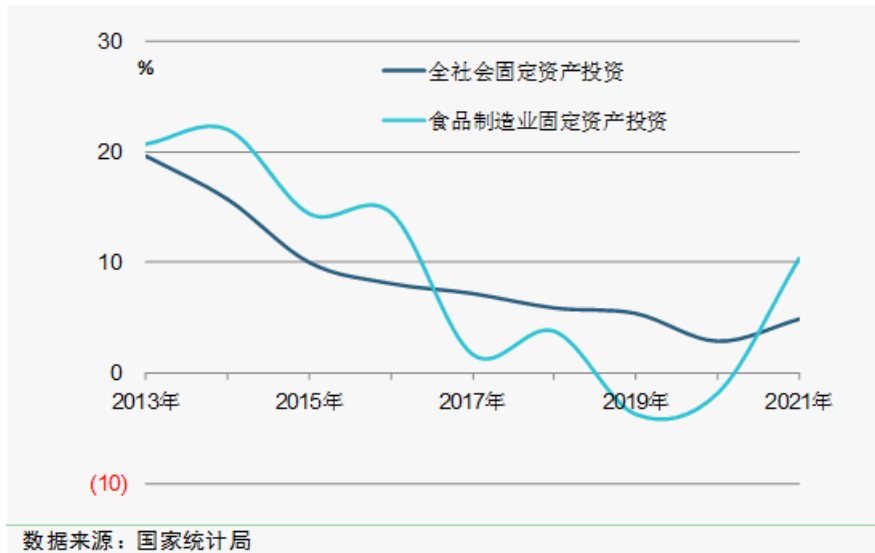
表 4 2013年-2021年全国和食品制造业固定资产投资增长情况

单位：%

时间	全社会固定资产投资额 同比增长	食品制造业固定资产投资额 同比增长
2013年	19.6	20.7
2014年	15.7	22.0
2015年	10.0	14.4
2016年	8.1	14.5
2017年	7.2	1.7
2018年	5.9	3.8
2019年	5.4	-3.7
2020年	2.9	-1.8
2021年	5.2	8.3

数据来源：国家统计局

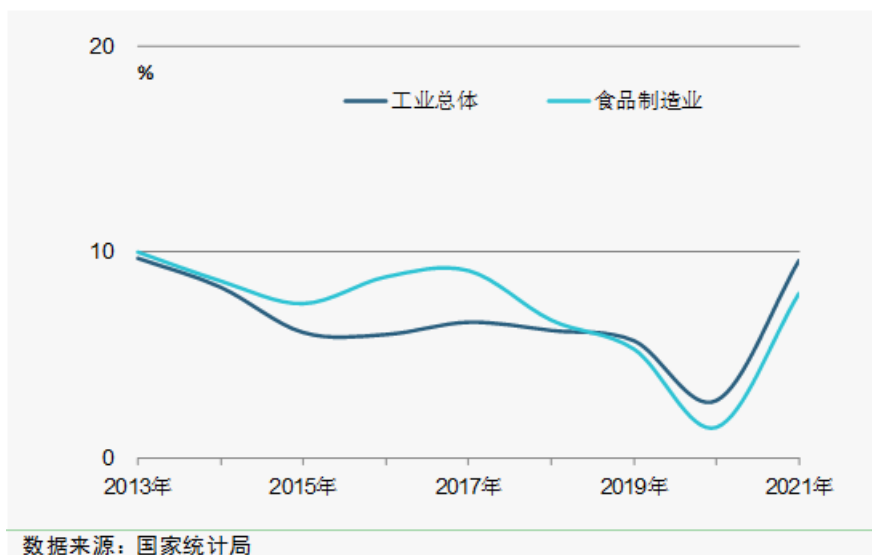
图 11 2013年-2021年全国和食品制造业固定资产投资同比增长变化趋势



3.2 生产情况分析

作为保障民生和典型刚需消费的重要产业，食品制造业是工业制造业的重要支撑行业。2010 年以来，受到国际经济形势疲软、需求不振等不利影响，加之我国制造业“三去一降一补”政策的持续推进，食品制造业增加值增长率总体进入下行通道。特别是，2020 年新冠肺炎疫情快速扩散，对工业生产造成短期严重冲击，食品制造业增加值增长率降至 10 年来新低。随着保供稳价、助企纾困措施的强有力推进，2021 年食品制造业工业生产稳中有进。国家统计局数据显示，2021 年，食品制造业增加值增长率为 8.0%，增速较上年同期提高 6.5 个百分点，呈现筑底反弹态势。具体来看，在高基数和散发疫情等因素影响下，2021 年全年食品制造业增加值同比增速前高后低。受去年同期基数影响，上半年，食品制造业生产保持较快增长，行业增加值增速高于疫情前水平。下半年，食品制造业增加值延续恢复态势，增速基本恢复至疫情前同期水平。

图 12 2013 年-2021 年工业增加值与食品制造业增加值同比增长

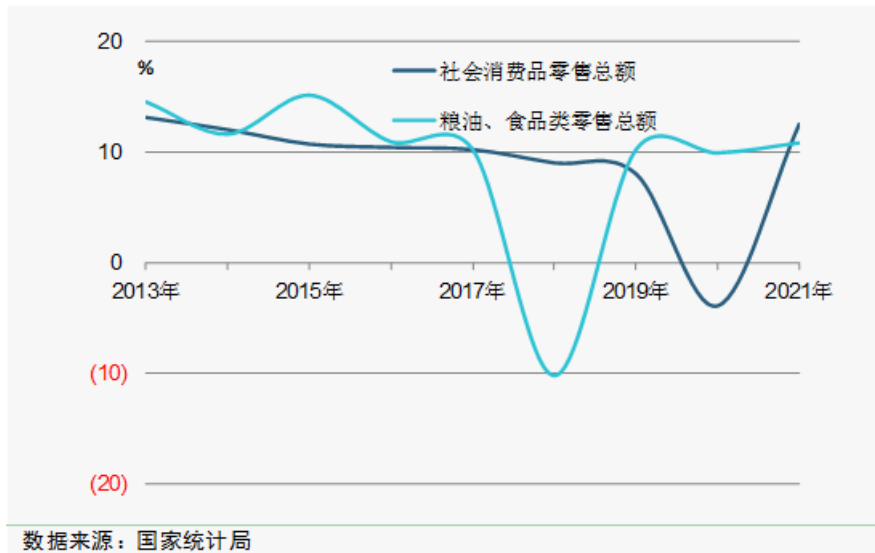


3.3 销售情况分析

我国粮油、食品类零售额较为波动，2013年破万亿元后持续上升，2017年达到15332.2亿元，但2018年粮油、食品类零售额规模有所下降，降至13,776.1亿元，增速首次下降；2020年，面对突如其来的新冠肺炎疫情冲击，在扩大内需战略以及各项促进消费政策推进下，粮油、食品类市场总量稳步回升，消费韧性稳健巩固。随着疫情防控形势不断好转，居民消费需求稳步释放，2021年，市场销售规模持续扩大，消费结构优化升级，消费市场总体保持恢复态势。国家统计局数据显示，2021年，全年，粮油、食品类累计零售额为16,759.1亿元，同比增长10.8%，销售规模连续三年保持稳步上升，但增速高于社会消费品零售总额1.7个百分点。

从粮油食品消费占社会消费品零售总额比重来看，随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，居民的消费观念发生转变升级，消费水平逐步提升。自2016年以来，粮油、食品类消费占社会消费品零售总额比重整体呈现下降趋势，到2018年我国粮油食品消费占社会消费品零售总额比重为3.6%，为近五年来首次跌破4%；2020年-2021年，受疫情影响，居民居家时间增多，居民粮油、食品类累计零售额占比回升，分别达到3.9%和3.8%，但仍低于4%。

图 13 2013年-2021年社会消费品及粮油、食品零售总额同比增长变化趋势



数据来源：国家统计局，国研网行业研究部加工整理

3.4 出口情况分析

自 2013 年以来，受外部需求疲软叠加贸易壁垒的影响，我国出口贸易环境不容乐观，加之国内出口价格比较优势弱化的影响，食品制造业出口交货值降至个位数增长。2020 年受疫情冲击以及全球经济下行压力较大的影响，外贸需求持续疲弱，出口贸易不确定性导致食品制造业出口交货值十年来首现负增长。2021 年全球经济持续复苏，带动了外部需求增加，同时，我国稳外贸政策红利持续释放发挥了显著效果，为外贸持续稳定增长提供了有力支撑，食品制造业出口交货值规模逐季扩大，增速保持稳步回升。国家统计局数据显示，2021 年，食品制造业累计出口交货值 1221.6 亿元，同比增长 14.5%，增速由上年负增长转为正增长。

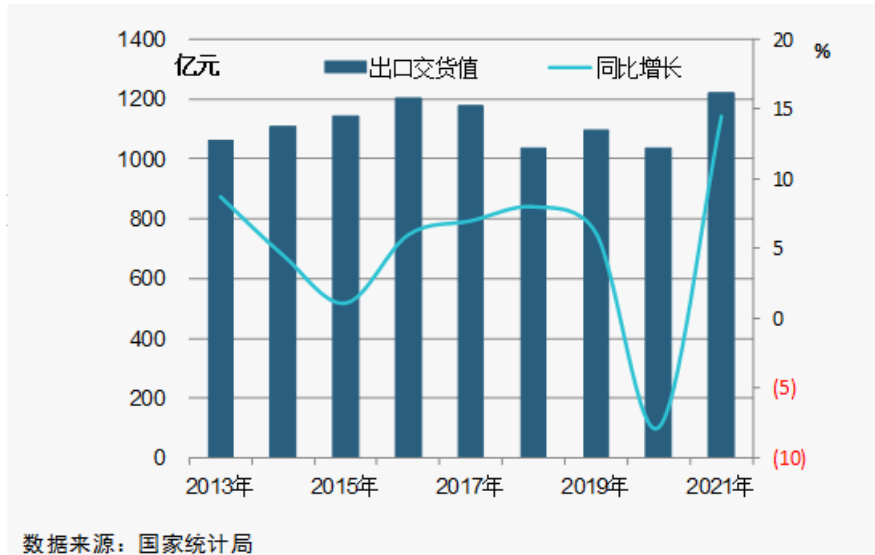
表 5 2013 年-2021 年食品制造业出口交货值情况

单位：亿元，%

	累计出口交货值	累计同比增长
2013年	1059.8	8.7
2014年	1109.9	4.5
2015年	1141.8	1.1
2016年	1202.2	6.0
2017年	1179.0	7.0
2018年	1034.6	8.0
2019年	1098.0	6.1
2020年	1036.2	-7.8
2021年	1221.6	14.5

数据来源：国家统计局

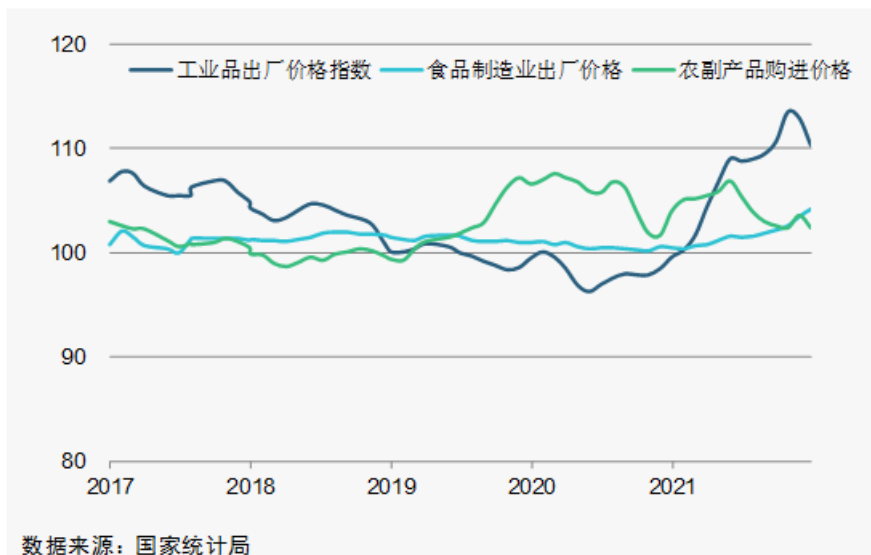
图 14 2013 年-2021 年食品制造业出口交货值及同比增长变化趋势



3.5 价格情况分析

随着保供稳价政策效果持续显现，叠加原油等部分国际大宗商品价格走低影响，市场供求关系趋于改善，工业品出厂价格指数上涨势头初步得到有效遏制，农产品购进价格指数涨势趋缓，农副产品购进价格自 2020 年以来首次低于食品制造业出厂价格。国家统计局数据显示，2021 年 12 月，食品制造业出厂价格指数为 104.2，较上年同期上涨 0.7 点；同期，农副产品购进价格指数 102.4，较上年同期上涨 1.2 点。整体看，农副产品购进价格回落有益于食品制造业企业盈利能力提升。

图 15 2017 年-2021 年工业和食品制造业出厂价格指数变化趋势比较



3.6 经济效益分析

3.6.1 盈利能力分析

利润增速由正转负。食品制造业经营受物价、消费政策影响较大。2015年-2017年，受国家政策的影响，食品制造业高端消费急剧下降，中低端消费需求增长动力不足，企业销售力度减弱，同时，竞争日益激烈也进一步压缩了企业的利润空间，行业营业收入和利润降至个位数增长，涨势喜人的增速已成过往。受突发新冠肺炎疫情对食品制造企业生产经营形成严重冲击，2020年食品制造业营业收入增速降至年内新低，2021年随着复工复产深入推进，生产经营秩序稳步恢复，企业营业收入状况持续改善，但受大宗商品价格总体高位运行、供应链产业链不够畅通等因素导致企业盈利能力下降，食品制造业利润增速由正转负，整体表现为增收不增利。国家统计局数据显示，2021年，食品制造业营业务收入为21,268.1亿元，同比增长10.0%，增速较上年同期提高8.4个百分点；同期，食品制造业利润总额为1,653.5亿元，同比下降0.1%，而上年同期为同比增长6.4%。

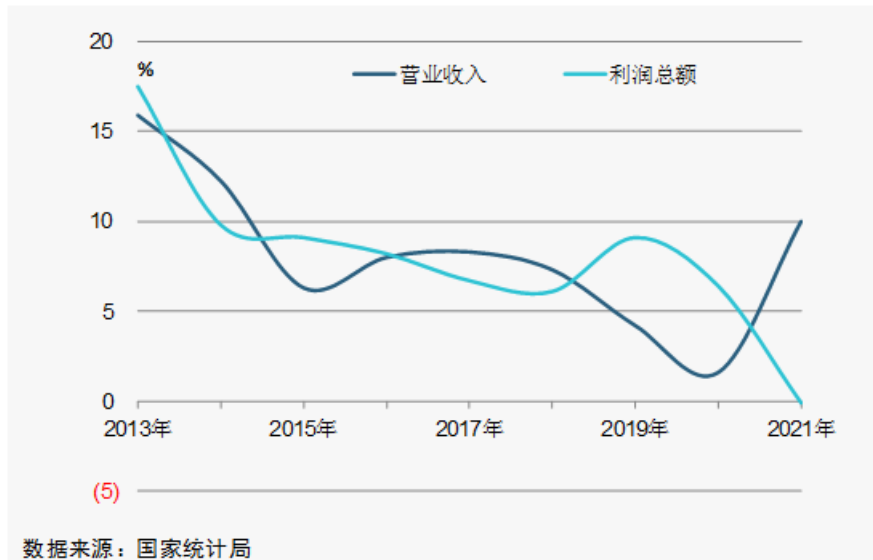
表 6 2013年-2021年食品制造业营业收入和利润总额增长情况

单位：亿元，%				
	利润总额	同比增长	营业收入	同比增长
2013年	1550.0	17.5	18165.0	15.9
2014年	1692.6	9.8	20261.7	12.3
2015年	1832.2	9.1	21700.3	6.3
2016年	2000.7	8.2	23619.2	8.0
2017年	1851.1	6.7	23118.1	8.3
2018年	1552.2	6.1	18348.2	7.3
2019年	1670.4	9.1	19074.1	4.2
2020年	1791.4	6.4	19598.8	1.6
2021年	1653.5	-0.1	21268.1	10.0

数据来源：国家统计局

注：由于国家统计口径有变，原主营业务收入变更为营业收入

图 16 2013年-2021年食品制造业营业收入和利润增速走势



销售利润率温和回升。2013-2016年食品制造业毛利率和净利率呈稳中趋缓态势。受益于销售、管理等各项费用管理进一步改善，2017年以来，食品制造业毛利率和净利率保持稳步回升，2020年，食品制造业毛利率和净利率保持创线稿。2021年，受制于上游原材料价格高位运行导致食品制造业成本压力加大，面对消费和成本双承压，食品制造企业纷纷提价以提振业绩，但收效甚微，行业销售净利率和毛利率较上年同期双双回落。根据国家统计局数据计算，2021年，食品制造业销售毛利率为21.3%，较上年同期回落1.3个百分点；销售净利率为13.0%，上年同期回落0.9个百分点。

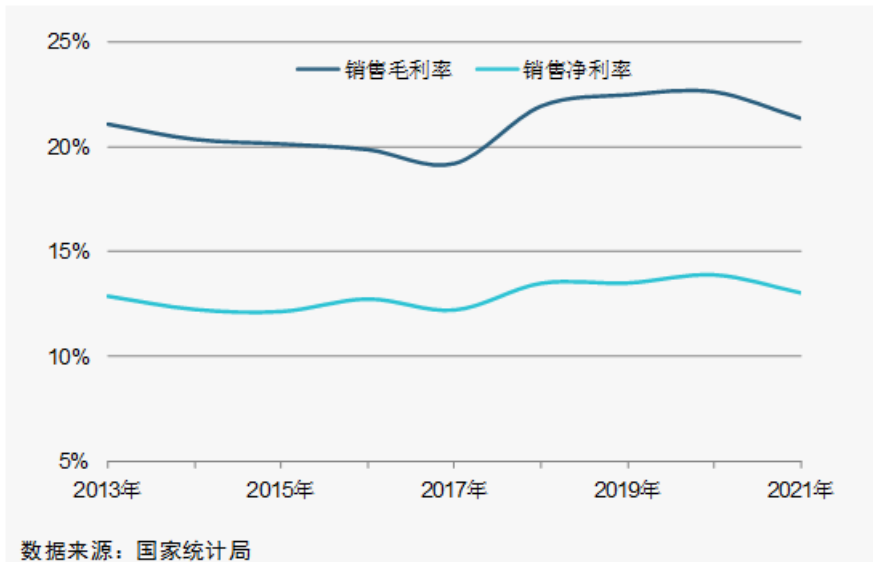
表 7 2013 年-2021 年食品制造业销售利润率情况

单位：%

	销售毛利率	销售净利率
2013年	21.1%	12.9%
2014年	20.3%	12.2%
2015年	20.1%	12.1%
2016年	19.9%	12.7%
2017年	19.2%	12.2%
2018年	21.9%	13.5%
2019年	22.5%	13.5%
2020年	22.6%	13.9%
2021年	21.3%	13.0%

数据来源：国家统计局

图 17 2013 年-2021 年食品制造业销售利润率走势



3.6.2 偿债能力分析

亏损度恶化，亏损面扩大。食品制造业企业多以中小型企业为主，企业抗风险能力较弱，更容易受到疫情的冲击。2020 年年初由于企业延期复工复产，中小企业经营压力大，亏损有所加重。2021 年，受原材料和人工成本等各生产成本构成要素上涨压力的影响，食品制造业企业亏损面及亏损度较持续有所扩大。国家统计局数据显示，2020 年，食品制造业累计亏损企业 1574 家，较上年同期增加 232 家，企业亏损面为 18.5%，较上年同期扩大 2.0 个百分点。同期，亏损企业亏损总额为 186.9 亿元，同比增长 50.6%，企业亏损度较上年同期扩大 47.2 个百分点。

资产负债率保持相对稳定。由于食品制造业属于轻资产行业，资产负债较轻，“降杠杆”效果显著，2013 年以来行业资产负债率均保持在 50% 以下，长期偿债能力较强。国家统计局数据显示，截至 2020 年 12 月末，食品制造业资产总额为 18,847.8 亿元，同比增长 8.4%；负债总额 9,231.7 亿元，同比增长 8.6%；资产负债率为 49.0%，较上年同期回升 0.7 个百分点。总体来看，食品制造业资产负债率自 2016 年筑底后呈现上升趋势，但依然保持在合理区间，企业具有较强的防御债务风险能力。

表 8 2013 年-2021 年食品制造业主要偿债指标情况

单位：个，亿元，%

	亏损企业单位数	亏损总额	亏损度	资产负债率
2013年	603	58.4	11.5	48.3
2014年	670	85.3	16.1	46.3
2015年	746	71.5	-16.2	45.1
2016年	756	73.6	1.2	44.4
2017年	892	97.9	13.6	44.7
2018年	1234	145.5	48.6	45.9
2019年	1241	111.7	-23.0	48.3
2020年	1342	116.7	3.4	48.3
2021年	1574	186.9	50.6	49.0

数据来源：国家统计局

图 18 2013 年-2021 年食品制造企业亏损面和亏损度变化趋势

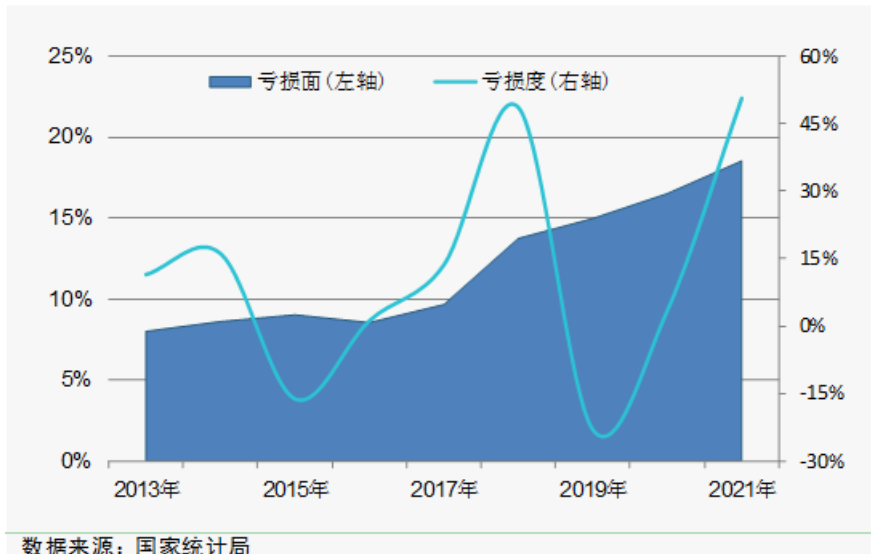


图 19 2012 年-2020 年食品制造业资产负债率变化趋势



3.6.3 营运能力分析

流动资产周转率略有回升。2013 年以来，食品制造业流动资产周转率震荡下行，表明企业流动资产的利用水平和效率有所减弱，偿债能力减弱。2020 年，受疫情冲击，食品制造业企业面临流动资金不足问题加剧，流动资产周转率降至历史最低水平。2021 年受益于企业流动资金供给能力稳定，食品制造业流动资产利用水平和效率保持稳定运行，行业营运能力有所改善。国家统计局数据显示，截至 2021 年 12 月末，食品制造业流动资产合计为 10303.1 亿元，流动资产周转次数为 2.1 次，较上年同期提升 0.1 次。

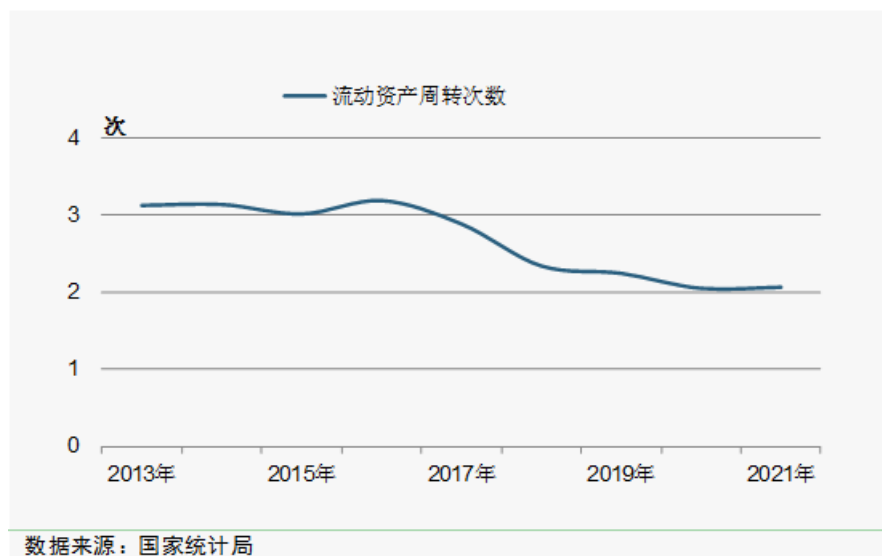
表 9 2013 年-2021 年食品制造业流动资产情况

单位：亿元，%，次

	流动资产总金额	流动资产增长率	流动资产周转次数
2013年	5813.0	15.6	3.1
2014年	6458.5	10.0	3.1
2015年	7032.8	9.3	3.1
2016年	7410.3	3.7	3.2
2017年	8011.2	8.4	2.9
2018年	7842.0	7.1	2.3
2019年	8503.7	7.0	2.2
2020年	9568.2	10.5	2.0
2021年	10303.1	9.9	2.1

数据来源：国家统计局

图 20 2013 年-2021 年食品制造业流动资产周转次数走势



应收账款周转率持续回落。应收账款回收速度保持平稳确保了企业稳定的流动资金供给，在一定程度上提高短期债务的偿还能力。自 2013 年以来，食品制造业企业回款能力有所减弱，行业应收账款周转率逐年回落，企业流动资金供给能力减弱，短期债务的偿还能力

受到影响。特别是 2020 年新冠疫情爆发后对中小企业产生巨大冲击，叠加之前的赊销，应收账款走高，造成中小企业流动资金减少并出现大批坏账，引发其资金流断裂，应收账款周转率持续下降。国家统计局数据显示，2020 年，食品制造业应收账款净额为 1864.2 亿元，应收账款周转率为 10.5 次，较上年同期下降 0.4 次。

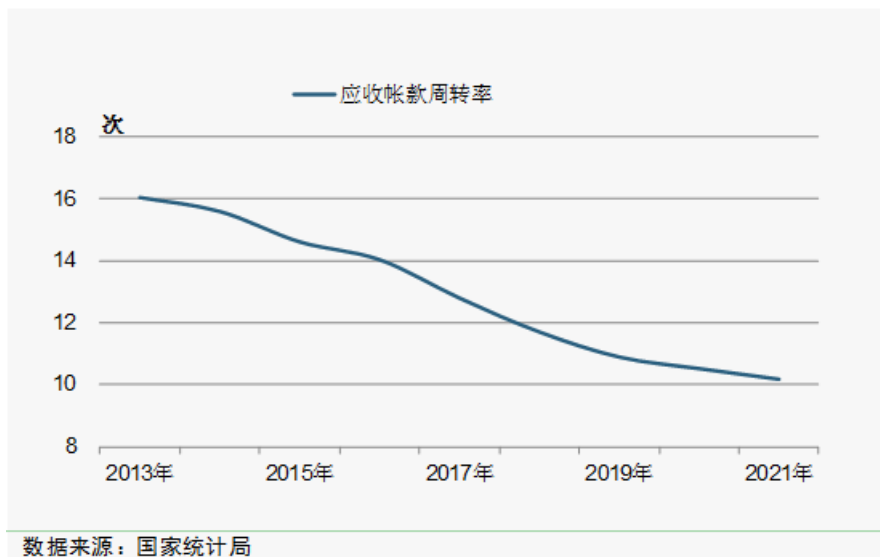
表 10 2013 年-2021 年食品制造业应收账款情况

单位：亿元，%，次

	应收账款净额	应收账款增长率	应收账款周转率
2013年	1132.4	9.3	16.0
2014年	1299.8	11.7	15.6
2015年	1451.6	10.5	14.9
2016年	1683.3	14.8	14.0
2017年	1807.1	7.5	12.8
2018年	1568.3	-1.4	11.7
2019年	1751.7	2.6	10.9
2020年	1864.2	21.0	10.5
2021年	2090.9	10.4	10.2

数据来源：国家统计局

图 21 2013 年-2021 年食品制造业应收账款周转率变化趋势



3.6.4 成长能力分析

成长能力有所回升。受食品类消费在居民消费中占比日益下降，企业资产不再高企，行业投资不断涌出；在管理费用、人工费用等各项成本增加的双重影响下，自 2018-2019 年，食品制造业所有者权益同比出现负增长，企业成长能力下降。随着供给侧改革的不断推进，食品制造企业转型升级步伐加快，2020 年，受益于食品企业生产快速恢复提振，主营业务

收入稳步回升、所有者权益增速由负转正，企业成长能力有效改善。2021 年，食品制造业资产和所有者权益稳步增长，同时，行业投资有所提升，企业负债增速放缓，企业成长性继续保持相对稳定。根据国家统计局数据计算，截至 2021 年 12 月末，食品制造业所有者权益为 9616.1 亿元，同比增长 8.4%，较上年同期回落 0.2 个百分点。

表 11 2013 年-2021 年食品制造业所有者权益情况

单位：亿元，%

	所有者权益	所有者权益增长率	资产同比增长
2013年	2136.1	17.1	16.2
2014年	2716.1	19.1	13.6
2015年	3375.1	14.1	10.4
2016年	4215.2	7.7	5.8
2017年	8860.6	3.6	5.6
2018年	8461.1	-4.5	7.0
2019年	8419.2	-0.5	5.1
2020年	9142.6	8.6	7.1
2021年	9616.1	8.2	8.4

数据来源：国家统计局

图 22 2013 年-2021 年食品制造业所有者权益及同比增长变化趋势



4 食品制造业重点企业发展情况

本报告重点分析食品制造业各子行业中的龙头企业(上市企业),分析主要依据企业年报中主营业务收入、利润额、资产、营业利润、净利润、所有者权益及基本每股收益财务指标数据。

4.1 海天味业(603288)

4.1.1 企业介绍

佛山市海天调味食品股份有限公司于 1955 年公私合营,组建海天酱油厂,由传统的家庭手工作坊向现代生产智造转制蜕变。2001 年海天销售收入突破 10 亿元,2009 年海天销售收入突破 50 亿元,2013 年海天销售收入突破 100 亿元,2017 年海天销售收入突破 160 亿元。2018 年营收突破 170 亿元,实现了“五年再造一个海天,营收入翻一番”的目标。目前公司生产的产品涵盖酱油、蚝油、酱、醋、料酒、调味汁、鸡精、鸡粉、腐乳等几大系列百余品种 300 多规格,年产值过百亿元。

海天味业是调味品行业规模最大、多维度布局最均衡的龙头公司,也是“攻守兼备”的平台型调味品企业。公司凭借前瞻性的敏捷组织能力,在产品方面成功打造酱油超级单品,构建调味品核心单品矩阵,并在复合调味品调领域小步快跑;在渠道方面积极开展数字化改造,建立全渠道覆盖能力;在品牌方面从极致性价比定位出发,通过高端化、多元化实现人群破圈,持续渗透年轻人心智。尽管 2021 年疫情及大宗商品价格上涨对业绩有一定冲击,但需求回暖,产品提价落地助推公司业绩回归。

2021 年,面对复杂形势,海天味业实施了系列变革,加速在新零售渠道的布局和发展,强化社区团购等的电商销售,补齐电商短板,效果明显。

4.1.2 企业基本运行情况

受益于产品提价缓解成本压力,公式盈利预期得到改善,收入与净利润双双延续了增长之势。这也是海天味业自 2011 年以来保持的第 11 个年度营收净利双增长。2021 年业绩预报显示,公司营业收入 250.0 亿元,同比增长 9.7%;归属于上市公司股东的净利润 66.7 亿元,同比增长 4.2%;分产品来看,2021 年,公司酱油、蚝油、酱料三大核心品类以及全国各主要市场基本保持了稳定发展,其中,酱油、蚝油、酱料全年实现的营收分别为 141.9 亿元、45.32 亿元、26.7 亿元,同比分别增长 8.8%、10.2%、5.6%,市占率稳步提升。

公司作为调味品龙头企业,在高基数压力下聚焦核心品类保增长,在 10 月底率先提价推动渠道利润空间改善,为全年业绩打下基础,中长期竞争优势不变,未来有望继续扩大市场份额。

表 12 2016 年-2021 年海天味业主要经济指标

单位：亿元，%，元/股

	主营业务收入	同比增长	归属上市公司股东净利润	同比增长	每股收益
2016年	124.6	10.3	28.4	13.3	1.05
2017年	145.8	17.6	35.3	24.2	1.31
2018年	170.3	16.8	43.6	23.6	1.62
2019年	198.0	16.2	53.5	22.6	1.98
2020年	227.9	15.1	64.0	19.6	1.98
2021年	250.0	9.7	66.7	4.2	1.12

数据来源：海天味业业绩快报

图 23 2016 年-2021 年海天味业主营业务收入及同比增长变化趋势

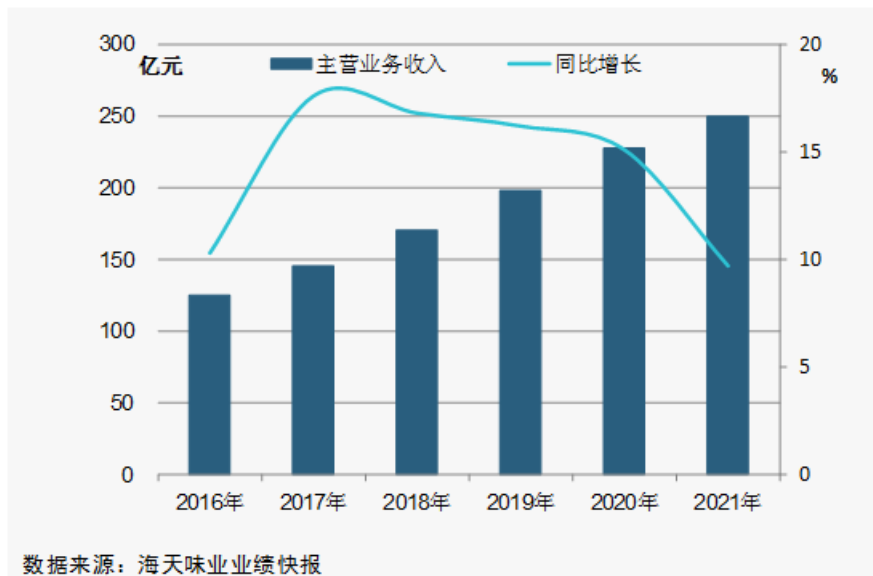
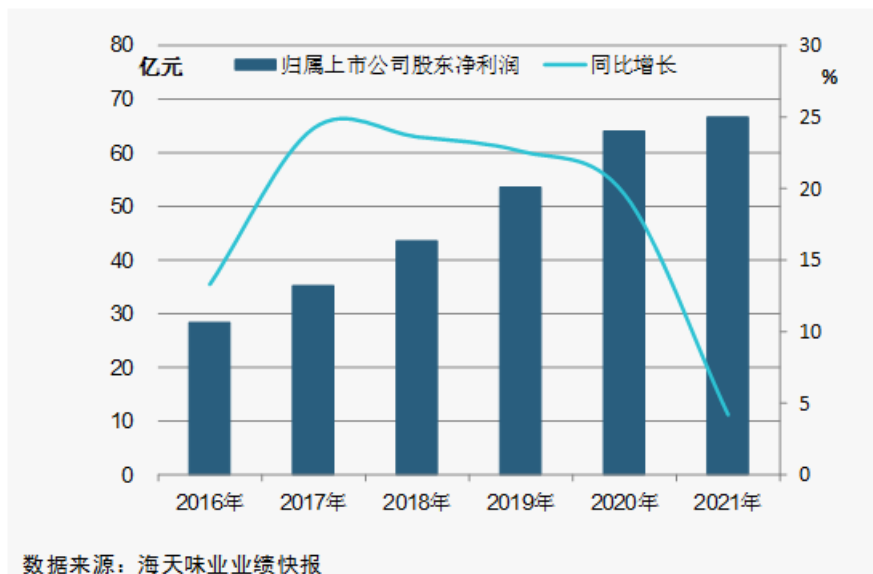


图 24 2015 年-2020 年海天味业归属上市公司股东净利润及同比增长变化趋势



4.2 洽洽食品(002557)

4.2.1 企业介绍

洽洽食品股份有限公司成立于 2001 年 8 月 9 日。公司地处国家级合肥市经济技术开发区，是一家以传统炒货、坚果为主营，集自主研发、规模生产、市场营销为一体的现代休闲食品企业。公司于 2011 年 3 月 2 日在深圳交易所挂牌上市。公司是中国坚果炒货行业的领军品牌，产品远销国内外 30 多个国家和地区，拥有较高的知名度和市场影响力。

2021 年公司组织架构中将前期的事业部调整为品类中心。在产品上，公司持续聚焦瓜子坚果业务发展，葵花子系列红袋瓜子通过产品品质升级和渠道精耕优化保持稳健增长，蓝袋系列瓜子继续做渠道拓展，风味化持续突破，不断丰富产品矩阵；坚果打造第二增长曲线，将每日坚果的定位扩展到日常营养必需品，打造国民健康食材。在渠道上，公司已搭建渠道精耕平台，目前有约 12 万个终端已纳入渠道精耕系统，有利于提升渗透率。同时加大便利店、校园店、社区店等渠道的布局，从而应对 KA 渠道流量的下滑。

4.2.2 企业基本运行情况

作为休闲食品细分品类龙头，公司 10 月发布提价公告，提价传导顺畅，旺季备货周期提前，增厚了企业业绩。2021 年，公司收入利润高增，渠道驱动第二曲线坚果业务快速成长。公司业绩快报显示，2021 年公司实现收入 59.9 亿元，同增 13.2%；实现归母净利润 9.3 亿元，同比增长 15.5%。其中，公司稳步推进百万终端计划，持续优化升级产品结构。结合渠道反馈，Q4 瓜子品类双位数增长，元旦春节旺季拉动下，坚果礼盒表现较好，坚果延续快速增长趋势，增速 50%左右。Q4 收入加速增长的主要以是公司 10 月份宣布葵花籽等品类涨价 8%-18%，强品牌力下提价传导顺畅。

分产品来看，瓜子领域的绝对龙头，产品结构不断优化，盈利能力提升。2021 年上半年葵花子收入增速改善，下半年公司积极做出调整，红袋销量稳健、蓝袋新品放量，同时高基数效应减弱，葵花子收入增速较上半年有明显改善。坚果品类收入实现快速增长。由于 2020 年坚果类产品在疫情影响下基数较低，2021 年礼赠场景恢复良好，公司加大坚果礼盒及团购渠道的建设力度，叠加春节前移的影响，2021 年坚果品类收入实现快速增长。展望 2022 年公司将围绕渠道深耕、产品结构升级、品牌传播、运营效率等方面做出提升，全年业绩有望实现较快增长。

表 13 2016 年-2021 年洽洽食品主要经济指标

单位：亿元，%，元/股

	主营业务收入	同比增长	归属上市公司 股东净利润	同比增长	每股收益
2016年	35.1	6.1	3.5	-2.8	0.70
2017年	36.0	2.6	3.2	-9.8	0.63
2018年	41.9	16.3	4.3	35.6	0.85
2019年	48.4	15.3	6.0	39.4	1.19
2020年	52.9	9.4	7.9	30.9	0.46
2021年	59.9	13.2	9.3	15.5	1.83

数据来源：洽洽食品业绩快报

图 25 2016 年-2021 年洽洽食品营业收入及同比增长变化趋势

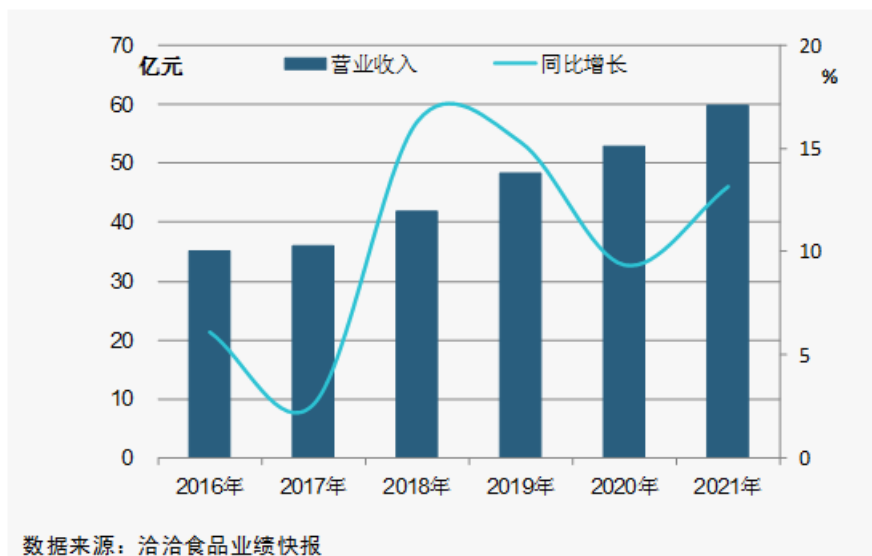
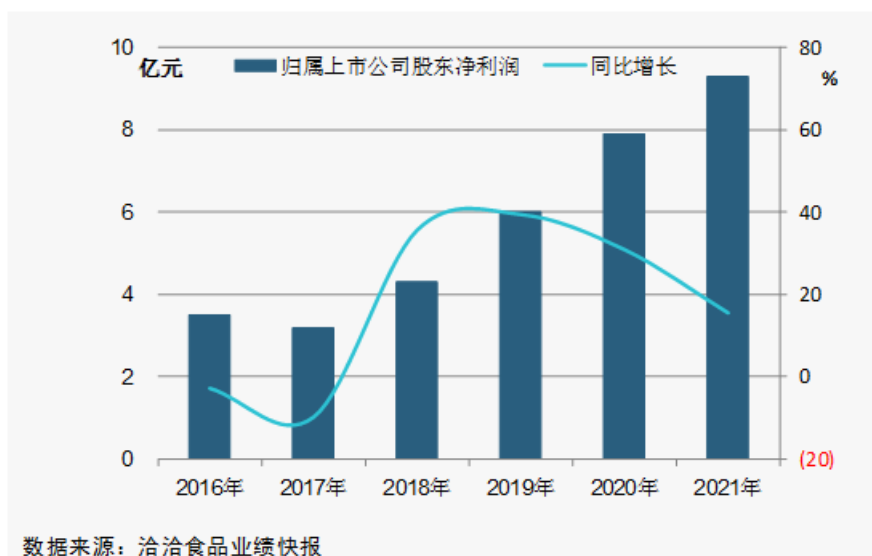


图 26 2016 年-2021 年洽洽食品归属上市公司股东净利润及同比增长变化趋势



4.3 光明乳业(600597)

4.3.1 企业介绍

光明乳业成立于 1996 年，公司主要从事各类乳制品的开发、生产和销售，奶牛和的饲养、培育，物流配送等业务。公司主要生产销售新鲜牛奶、新鲜酸奶、常温酸奶、乳酸菌饮品、婴幼儿及中老年奶粉、奶酪、黄油、冷饮等产品。公司拥有乳业生物科技国家重点实验室，研发实力领先；公司销售规模超过 200 亿元，在乳制品行业中名列前茅。

2021 年是光明品牌的 70 周年，也是光明乳业“十四五”开局之年。公司加速上游布局，持续巩固新鲜战略，并基于契合国内大循环发展格局、抓住消费升级趋势、满足低温奶发展需求的目的，在安徽、宁夏、黑龙江三省开工建设规模牧场，为“十四五”战略目标的实现打好奶源基础。在对外投资方面，2021 年 3 月，光明乳业完成收购上海鼎瀛农业、大丰鼎盛农业 100%股权，解决在上海崇明地区、江苏盐城大丰地区奶牛养殖所需的前端饲料种植业务及后端养殖粪污还田所需的土地资源；2021 年 10 月，光明乳业以 6.12 亿元收购青海小西牛生物乳业股份有限公司 60%股权；2021 年 12 月，光明乳业完成非公开发行股票 1.54 亿股，募资 19.3 亿元，其中 13.55 亿元用于牧场建设，5.75 亿元用于补充流动资金。在电商渠道方面，精耕天猫、京东平台，完善抖音、快手布局，不断提升线上消费者触达，用数据与信息化建设稳步推进数字化转型项目，赋能效率提升。通过新鲜牧场等产品逐步渗透，外围竞争力不断增长。在传统渠道方面，构建内部客户关系管理平台，为公司长远发展奠定坚实基础；此外，公司积极布局新零售、新业态，与各新兴渠道客户展开全面合作，依托光明全产业链优势，持续优化、升级渠道结构，推动线上线下渠道的一体化融合，提升多区域终端竞争力。

4.3.2 企业基本运行情况

受益于巴氏奶行业消费景气度较高，以及春节较早等因素利好，2021 年公司收入稳健增长。报告期内，公司实现营业收入 292.1 亿元，同比增长 15.6%；归母净利润 5.9 亿元，同比下降 2.6%。得益于结构升级、提价及促销等因素，公司鲜奶收入增势亮眼，销量增长约 22%。分产品看，21 年公司液态奶实现营业收入 171.0 亿元，同比增加 19.9%，毛利率为 27.2%，同比减少 3.6 个百分点；其他乳制品实现营业收入 84.8 亿元，同比增加 8.9%；毛利率为 4.5%，同比减少 5.3 个百分点。牧业产品实现营业收入 22.9 亿元，同比增加 11.0%，毛利率为 2.9%，同比减少 3.8 个百分点。分地域看，光明乳业上海地区营收 79.65 亿元，同比增加 16.8%；外地收入 142.3 亿元，同比增加 19.5%；境外营收 66.0 亿元，同比增加 4.9%，毛利率减少 7.1 个百分点。

2021 年公司营收目标完成率为 108.2%，利润目标完成率为 88.5%，未完成计划的主要原因是原材料成本上涨及新冠疫情影响，公司毛利率下降，新西兰新莱特发生亏损。

表 14 2016 年-2021 年光明乳业主要经济效益指标

单位：亿元，%，元/股

	主营业务收入	同比增长	归属上市公司 股东净利润	同比增长	每股收益
2016年	202.1	4.3	5.6	34.6	0.46
2017年	220.2	7.3	6.1	9.6	0.50
2018年	209.9	-4.7	3.4	-44.9	0.28
2019年	225.6	7.5	5.0	45.8	0.41
2020年	252.2	11.8	6.1	21.9	0.50
2021年	292.1	15.6	5.9	-2.6	0.48

数据来源：光明乳业年报

图 27 2016 年-2021 年光明乳业营业收入及同比增长变化趋势

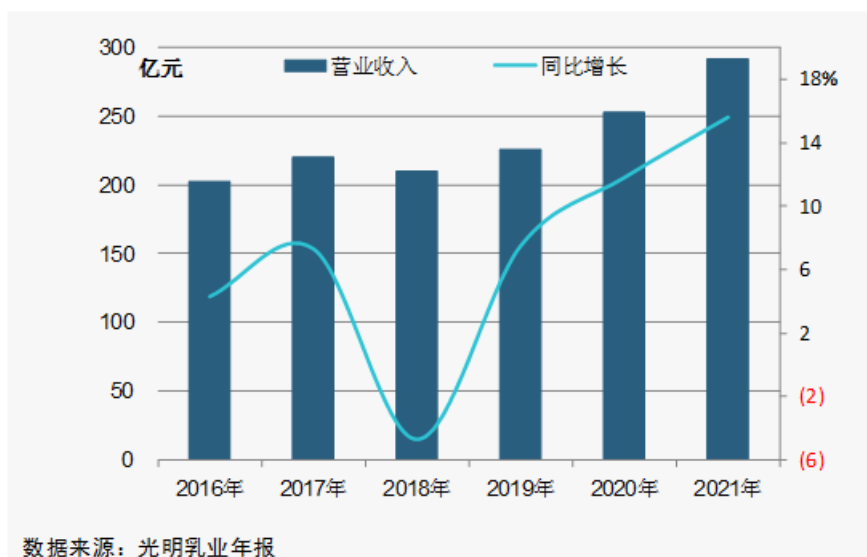
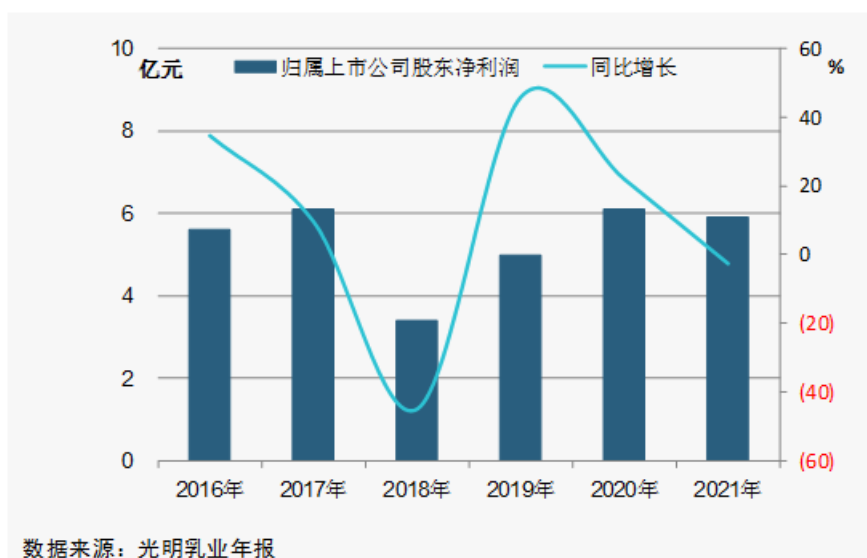


图 28 2016 年-2021 年光明乳业归属上市公司股东净利润及同比增长变化趋势



4.4 双汇发展(000895)

4.4.1 企业介绍

双汇发展由河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司于 1998 年 10 月 15 日独家发起设立，发起人以其投入的净资产折为国家股 12300 万股，经 1998 年 9 月 16 日首次发行公众股后，上市时总股本达 17300 万股。公司主要经营禽畜屠宰、肉类加工、速冻肉制品等业务，冷鲜肉和低温肉制品的产量在行业内领先于主要竞争对手，冷鲜肉和低温肉制品在同类产品中的比重同样优于行业内主要竞争对手。公司目前的主要生产经营区域包括河南、湖北、上海、山东、四川、江苏、河北、广东、黑龙江、辽宁、江西、浙江、广西、安徽、云南、陕西等地。

目前，双汇发展成为屠宰、肉制品龙头，商业模式中，有四大核心竞争力。第一，生鲜冻品和肉制品业务的内循环，形成猪肉高利用率。第二，以进口关联交易为主，屠宰和肉制品业务的内循环为辅，缓冲国内猪肉价格波动。第三，多屠宰基地布局和朝发夕至的冷链物流，解决猪肉的空间产销不均。第四，全渠道布局、良好品牌口碑、产品丰富性，共筑坚固基本盘。

2021 年为了解决肉制品发展困境，双汇发展通过以下策略进行未来肉制品行业的扩展，分别是产品上的新品研发和高端化、营销上采用互联网营销方式、渠道上新增餐饮渠道和线下熟食门店，致力于肉制品产品的复苏。由于目前熟卤制品、预制菜、速冻肉制品行业处在成长期、行业集中度不高且进入门槛低，同时与双汇业务存在原材料、渠道的相关性，双汇存在扩张产品种类的潜在空间。

4.4.2 企业基本运行情况

2021 年，双汇发展实现营业总收入 666.8 亿元，同比下降 9.7%；实现归属于母公司股东的净利润 48.7 亿元，同比下降 22.2%。受猪价大跌的拖累，收入下滑主要因生猪产能恢复，生猪供应量增加，生猪价格大幅下降，生鲜产品销价同比下降超过 30%，影响营业收入同比下降 165 亿元，占同期收入的 22%。由于 2021 年生猪行情超预期波动，公司对冻品节奏把握出现偏差，造成国产冻品和进口肉猪肉出现亏损，导致生鲜冻品业务经营利润同比大幅下降。其中，肉制品业务收入 273.51 亿元，同比下降 2.7%。全年外销肉制品 155.8 万吨，同比小幅下滑 1.8%，主要系猪价下行阶段行业竞争加剧，高端产品增量难以补足普通类产品的下滑。屠宰业务全年利润受冻品拖累。2021 年屠宰业务收入 390.7 亿元，同比下降 19.0%，经营利润 0.9 亿元，大幅下滑近 15 亿元。经营利润大幅下降主要是 2021 年猪价超预期波动，公司对冻品节奏把握出现偏差，造成国产冻品和进口肉猪肉出现亏损。2022 年随着进口冻肉的销售完毕，双汇屠宰业务将能够通过自身的双循环机制，扭亏为盈。而肉制品业务将随着营销费用的投入，持续放量。

表 15 2016 年-2021 年双汇发展主要经济效益指标

单位：亿元，%，元/股

	主营业务收入	同比增长	归属上市公司 股东净利润	同比增长	每股收益
2016年	518.2	18.9	44.1	3.5	1.33
2017年	504.5	-2.7	43.2	-2.0	1.31
2018年	487.7	-3.3	49.1	13.8	1.49
2019年	603.1	23.7	54.4	10.7	1.64
2020年	738.6	22.5	62.6	15.0	1.86
2021年	666.8	-9.7	48.7	-22.2	1.40

数据来源：双汇发展业绩快报

图 29 2016 年-2021 年双汇发展营业收入及同比增长变化趋势

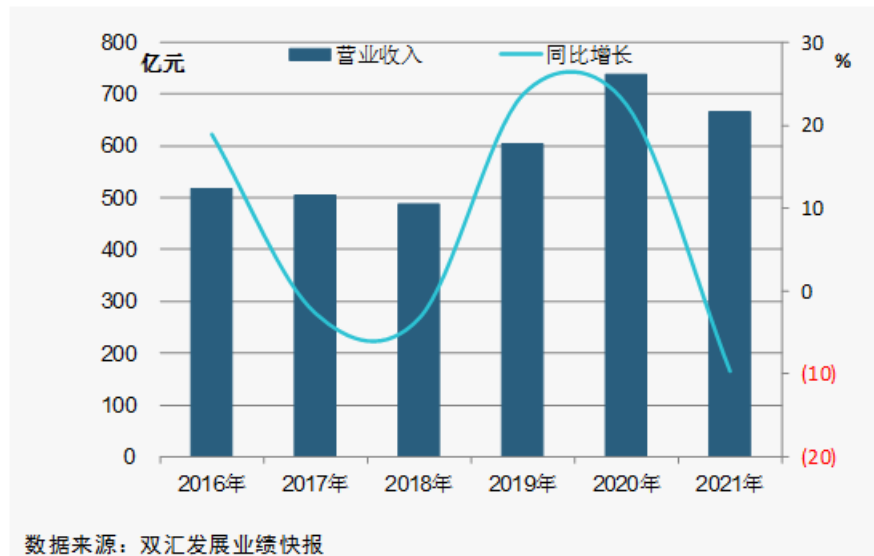
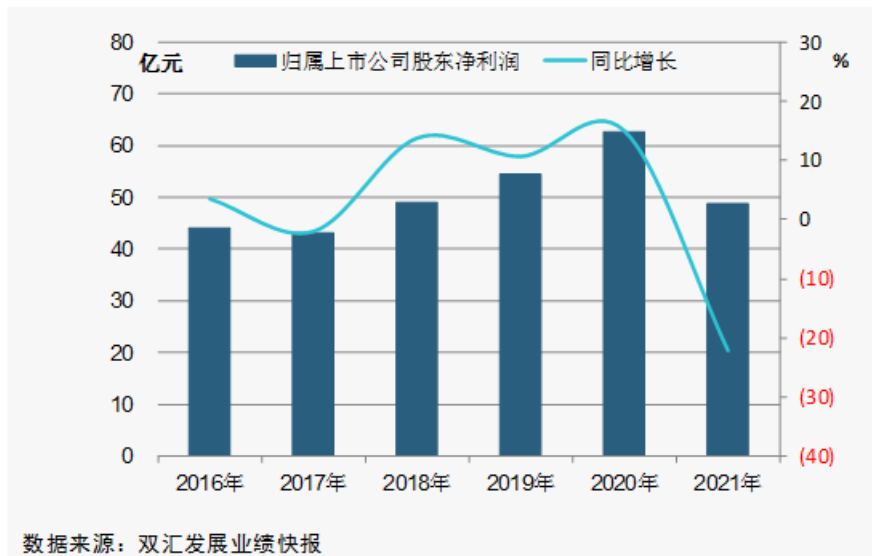


图 30 2016 年-2021 年双汇发展归属上市公司股东净利润及同比增长变化趋势



4.5 安琪酵母（600298）

4.5.1 企业介绍

安琪酵母股份有限公司成立于 1986 年，是从事酵母、酵母衍生物及相关生物制品经营的国家重点高新技术企业、上市公司。公司主导产品包括面包酵母、酿酒酵母、酵母抽提物、营养健康产品、生物饲料添加剂等，产品广泛应用于烘焙食品、发酵面食、酿酒及酒精工业、食品调味、医药及营养保健、动物营养等领域。

公司是亚洲第一、全球第三大酵母公司，共拥有 15 条高度现代化的酵母生产线，在埃及和俄罗斯建立了海外工厂，2019 年酵母类产品发酵总产能达到 25.8 万吨。公司产品海外销售到 155 个国家和地区，服务于烘焙、中式发酵面食、调味、酿造与生物能源、人类营养健康、微生物营养、动物营养、植物营养等领域。酵母类产品全球市场份额达到 12%，国内市场占有率稳居第一。

4.5.2 企业基本运行情况

受疫情反复影响，餐饮恢复较为缓慢，但整体仍呈现较强的稳定性，公司收入规模持续提升，净利润 5 年来首降。2021 年实现营业收入 106.8 亿元，同比增长 19.5%；归属于母公司所有者的净利润 13.1 亿元，同比减少 4.6%；基本每股收益为 1.5879 元，同比减少 4.59%。其中，国内市场实现主营业务收入 77.9 亿元，同比增长 22.3%；国际市场实现主营业务收入折算人民币 28.2 亿元，同比增长 12.0%。净利润下滑主要源于成本的增加。数据显示，2021 年，安琪酵母成本达 77.04 亿元，同比增加 31.49%，远高于收入的增幅。就整体而言，安琪酵母毛利率为 27.37%，同比减少 6.69 个百分点。其中收入占比近 75% 的酵母及深加工产品收入达 79.84 亿元，毛利率为 33.02%，同比减少了 6.64 个百分点。

目前，国内强大的酵母产业壁垒构筑了公司业绩的基本盘，且凭借资金优势和酵母产业链优势，正逐步培育新的业绩驱动力。一方面公司通过疫情积攒海外市场优势，加强海外销售队伍建设，配合产能投放实现海外收入增长。另一方面，国内酵母业务凭借寡头地位有望通过提价和结构改善提升吨价。同时公司定增投产产能提升有望进一步加强公司的竞争能力，加速产能布局。随着公司相关产能的逐步建设，提价红利逐渐显现，公司业绩有望维持稳健增长。此外，随着公司糖蜜储能的建设，未来公司有望平滑糖蜜成本波动，进一步加强公司业绩稳定性。

表 16 2016 年-2021 年安琪酵母主要经济效益指标

单位：亿元，%，元/股

	主营业务收入	同比增长	归属上市公司 股东净利润	同比增长	每股收益
2016年	48.6	15.4	5.1	91.0	0.65
2017年	57.8	18.8	8.5	58.3	1.02
2018年	66.9	15.8	8.6	1.1	1.03
2019年	76.5	14.5	9.0	5.2	1.09
2020年	89.3	16.7	13.7	52.1	1.66
2021年	108.6	19.5	13.1	-4.6	1.59

数据来源：安琪酵母业绩快报

图 31 2016 年-2021 年安琪酵母营业收入及同比增长变化趋势

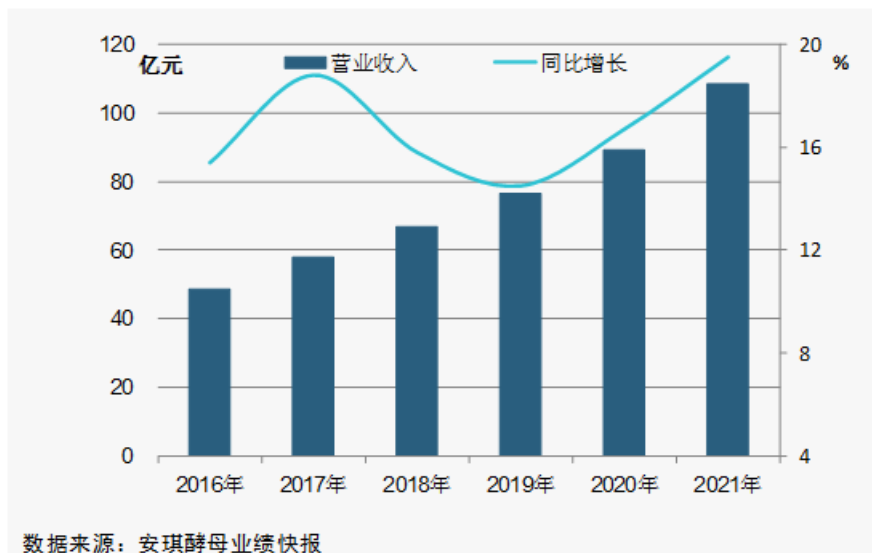
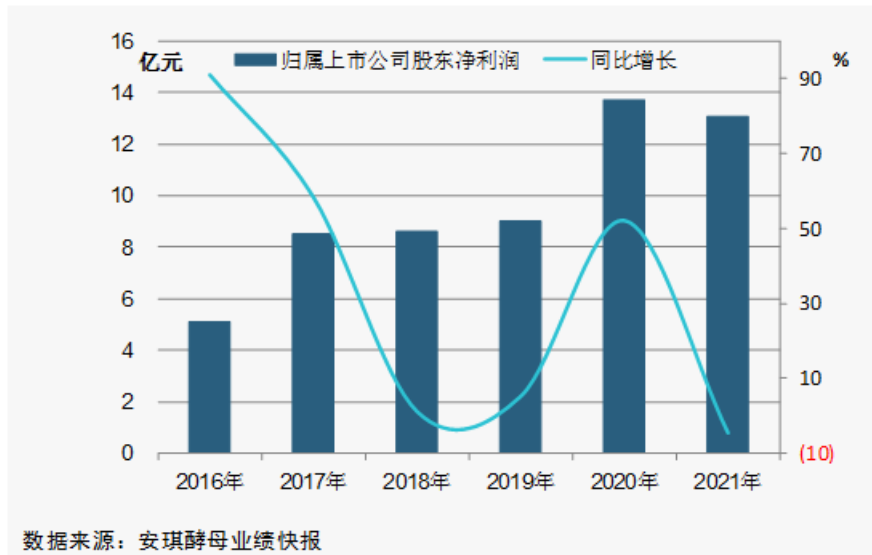


图 32 2016 年-2021 年安琪酵母利润总额及同比增长变化趋势



5 食品制造业发展趋势预测

5.1 宏观经济形势预测

5.1.1 全球经济形势展望

展望 2022 年，全球经济增速将逐渐回落至常态，供应链瓶颈加剧通胀压力，全球“滞胀”风险加大，主要经济体财政支持力度减弱，货币政策收紧，全球流动性面临拐点，金融市场存在波动风险。根据 2022 年 1 月 25 日国际货币基金组织(IMF)发布的《世界经济展望报告》，预计 2022 年全球经济将增长 4.4%，较 2021 年 10 月份预测值下调 0.5 个百分点。具体来看，发达经济体经济 2022 年预计将增长 3.9%，较此前预测值下调 0.6 个百分点，2023 年经济增速上调 0.4 个百分点至 2.6%；新兴市场和发展中经济体经济 2022 年预计将增长 4.8%，较此前预测值下调 0.3 个百分点，2023 年经济增速上调 0.1 个百分点至 4.7%。2022 年全球经济状况与此前预期相比更加脆弱，原因包括变异新冠病毒奥密克戎毒株广泛传播导致全球各经济体重新出台限制人员流动措施，受乌克兰危机影响，能源、小麦、玉米等大宗商品价格飙升，将加剧许多国家的通胀压力；实体经济也受到影响，出现贸易收缩、消费者信心下挫、购买力下降等。此外，高通胀下不少经济体货币政策收紧速度可能加快，新兴市场可能面临金融环境收紧和企业信心下滑的双重压力。预计到 2023 年抑制经济增长的各项因素将逐步消解，经济表现将会回暖。

从主要国家和地区来看：**美国增长动能不足，经济复苏可能走弱。**2022 年 1 月美国 CPI 同比增长 7.5%，更是续创 1982 年以来美国最大同比涨幅。通胀持续高企，主要受到消费者需求旺盛、全球供应短缺、劳动力不足以及货币宽松的政策影响，将在短期持续拖累经济动能，美国经济面临的供给扰动不断。IMF 预测 2022 年美国经济增长率下调 1.2 个百分点至 4.0%。**欧盟经济将继续复苏，并将在 2022 年持续强劲扩张。**IMF 预计欧盟经济在 2022 年和 2023 年经济将分别增长 4.0%和 2.8%，而 2021 年秋季其对 2022 年经济增长的预测值为 4.3%。此前，IMF 2022 年 1 月份公布的《世界经济展望报告》显示，预计欧元区 2022 年经济增长 3.9%，比前一次预测调降 0.4 个百分点，而欧元区 2023 年的经济增速将放缓至 2.5%。欧盟经济增长预期遭遇下调，与域内供应链瓶颈、能源价格高企以及俄乌地缘政治关系紧张等多重因素影响下高度不确定性紧密关联。此外欧盟经济仍受全球供需波动影响，能源价格飙升也是一个严重问题，特别是对脆弱家庭和中小企业造成冲击。欧盟委员会也在其最新增长展望中表示，能源价格飙升将对今年欧洲经济造成比预期“更持久的拖累”，并推高通胀。**相对欧美而言，日本经济复苏较为迟缓。**日本央行 2022 年 1 月 18 日发布的《经济与物价展望报告》指出，日本服务业压力、供给侧制约正在缓解，外需带动出口保持增长，加之宽松货币政策及财政刺激计划等因素支持，日本经济正逐步恢复，并将 2022 财年经济增速预测由 2.9%上调至 3.8%。报告预计，随着能源及原材料价格上涨影响转嫁至消费端，2022 财年日本物价

涨幅将逐步扩大，报告将 2022 财年日本通胀预期由此前的 0.9%上调至 1.1%，侧面显示日本通胀正在修复进程中。根据 IMF 的预测，2022 年发达经济体中仅有日本经济增速小幅上调 0.1 个百分点。**部分新兴经济体经济和金融脆弱性上升。**其中阿根廷、土耳其、巴西、俄罗斯等新兴经济体通胀压力高企。为应对高通胀和资本外流压力，巴西、土耳其、俄罗斯、墨西哥、泰国已率先加息，但加息并不一定能有效阻止资本外流和货币贬值，还可能加深经济衰退。此外，阿根廷、土耳其等新兴经济体外债规模较大、外汇储备水平较低，面临较大的债务清偿压力。在内需低迷、供给不足、通胀高企、货币贬值下，部分新兴经济体经济滞胀、债务危机和货币危机风险将明显上升。

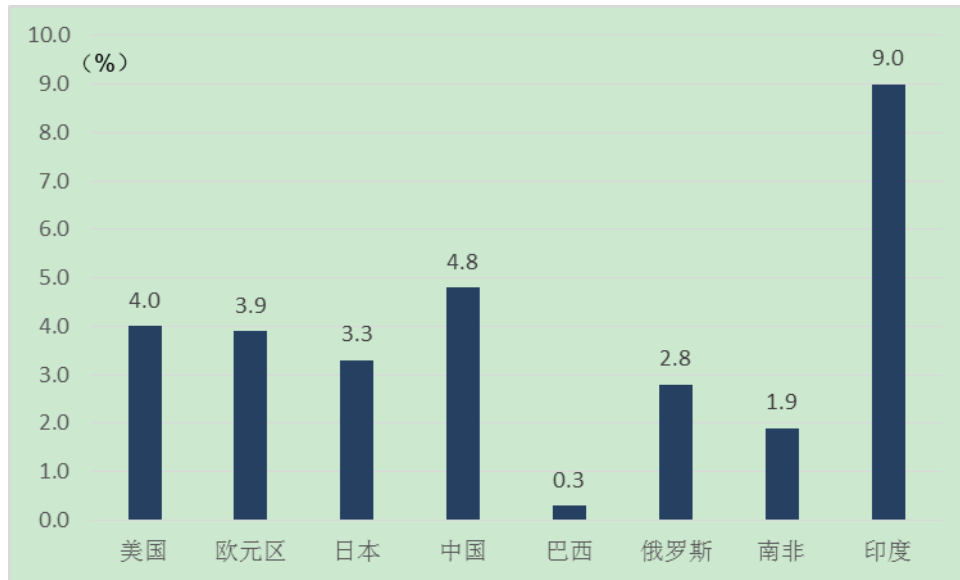
综合来看，鉴于疫情影响仍将持续、前期货币和财政刺激措施大量退出、供应链问题在短期内仍难解决以及经济预期开始转弱，预计 2022 年全球经济复苏可能放缓。2022 年全球经济复苏将继续分化，发达经济体经济复苏放缓，但仍将好于新兴经济体。

表 17 2022 年全球经济增速预测概览

分类	2020 年	2021 年	2022 年预测值	与 2021 年 10 月《世界经济展望》预测值的差异
世界	-3.1	5.9	4.4	-0.5
发达经济体	-4.5	5	3.9	-0.6
美国	-3.4	5.6	4.0	-1.2
欧元区	-6.4	5.2	3.9	-0.4
日本	-4.5	1.6	3.3	0.1
新兴市场和发展中经济体	-2.0	6.5	4.8	-0.3
中国	2.3	8.1	4.8	-0.8
巴西	-3.9	4.7	0.3	-1.2
俄罗斯	-2.7	4.5	2.8	-0.1
南非	-6.4	4.6	1.9	-0.3
印度	-7.3	9.0	9.0	0.5

数据来源：IMF2022 年 1 月发布《世界经济展望报告》

图 33 主要经济体经济 2022 年 GDP 增长率预测



数据来源：IMF

5.1.2 国内经济形势展望

展望 2022 年，世纪疫情冲击下，百年变局加速演进，外部环境更趋复杂严峻。我国经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，但同时我国经济韧性强，长期向好的基本面不会改变。预计我国经济增长将呈现前稍低后略高趋势，全年 GDP 增速为 5.5% 左右。

具体来看，**投资方面**，我国制造业投资仍有基础保持较快增长，但受基数影响增速绝对水平或略有下降，基建投资在适度超前以及前期政策成效显现带动下增速将企稳回升，并发挥一定的逆周期调节作用。其次，2022 年“十四五”规划中一些重大项目陆续开工，“两新一重”基础设施建设稳步推进以及“适度超前开展基础设施投资”的政策定调，均有利于提升基础设施建设投资增速。房地产方面，房地产投资惯性下滑后才会逐步企稳，我国“房住不炒”的总基调未改变。**消费方面**，随着国民经济的日益回暖、国内应急防范能力的提高、企业经营状况的不断改善、线下消费场景的不断放开，叠加从中央到地方出台的国内国际双循环、促消费等政策提振市场，国内消费市场明显改善。根据中科院预测，预计 2022 年我国最终消费将保持持续增长，同比名义增速为 5.4%-7.0%，是拉动经济增长的主要动力。**出口方面**，在全球疫情得到一定的控制、世界经济缓慢复苏、我国经济稳定增长的基准情景下，预计 2022 年我国进出口仍将具有韧性，但增速边际放缓，总额约为 6.41 万亿美元，同比增长约 6.14%。根据中科院预测，其中：出口额约为 3.58 万亿美元，同比增长约 6.79%，全球疫情短期内难言乐观，我国的防疫优势和产业链优势有望继续保持，且 RCEP 已正式生效，出口的韧性仍较强；预计进口额约为 2.83 万亿美元，同比增长约 5.33%；贸易顺差约为 0.75 万亿美元。**价格方面**，2022 年我国物价保持平稳运行具有坚实基础，CPI 延续温和上涨态势，PPI 涨幅可能逐步回落，上下游价格走势将更趋协调。在不出现较大变数的前提下，根据

2021 年的形势，预计 2022 年 CPI 在食品价格拉动下恢复性上涨 1.5% 左右，工业消费品预计涨幅收窄、服务业价格低位徘徊；PPI 在高基数、煤炭钢铁供给改善、油价趋于回落的影响下全年预计同比增长 2.2% 左右，两者收敛趋势或贯穿全年。

综合来看，2022 年在发达经济体经济恢复放缓、全球通胀压力大、主要央行货币政策收紧、海外疫情防控不明、全球供应链修复缓慢以及百年变局加速演进的背景下，我国经济发展的外部环境的复杂性和不确定性依旧较高。预计我国宏观经济将在“稳”的总基调下，进行深度结构优化，经济发展质量或将得到提升。

5.2 产业政策环境预测

5.2.1 全方位加强食品生产经营监督管理

为加强和规范对食品生产经营活动的监督检查，督促食品生产经营者落实主体责任，2022 年 1 月 4 日，国家市场监督管理总局发布修订后的《食品生产经营监督检查管理办法》（以下简称《管理办法》）。《管理办法》自 2022 年 3 月 15 日起施行。《管理办法》共 7 章 55 条，重点内容包括以下四方面：

一是为全方位全过程加强食品安全监管工作，《管理办法》着重强调要实施“全覆盖”检查。规定县级以上地方市场监督管理部门应当每两年对本行政区域内所有食品生产经营者至少进行一次监督检查。对检查结果对消费者有重要影响的，要求食品生产经营者按照规定在食品生产经营场所醒目位置张贴或者公开展示监督检查结果记录表。对发现食品生产经营者有食品安全法实施条例规定的情节严重情形的，依法从严处理；对情节严重的违法行为处以罚款时，依法从重从严。同时，将监督检查情况记入食品生产经营者食品安全信用档案；对存在严重违法失信行为的，按照规定实施联合惩戒。

二是划分风险等级，强化食品安全风险管理。《管理办法》结合食品生产经营者的食品类别、业态规模、风险控制能力、信用状况、监督检查等情况，将食品生产经营者的风险等级从低到高分为 A、B、C、D 四个等级，并对特殊食品生产者以及中央厨房、集体用餐配送单位等高风险食品生产经营者实施重点监督检查，根据实际情况增加日常监督检查频次。同时，按照风险管理的原则，制定食品生产经营监督检查要点表，并综合考虑食品类别、企业规模、管理水平、食品安全状况、风险等级、信用记录等因素，编制年度监督检查计划。

三是落实“六稳”“六保”，营造法治化营商环境。《管理办法》针对监管实践中对食品安全法规定的“标签瑕疵”认定难题，细化食品安全法的规定，综合考虑标注内容与食品安全的关联性、当事人的主观过错、消费者对食品安全的理解和选择等因素，统一瑕疵认定情形和认定规则。同时，落实新修订的行政处罚法，完善监督检查结果认定标准，依据是否影响食品安全并结合监督检查要点表确定的一般项目、重点项目，依法启动执法调查处理程

序或者责令整改。对属于初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚；对当事人有证据足以证明没有主观过错的，不予行政处罚。

四是强化法治保障，以制度力量压实监管责任。《管理办法》落实党中央、国务院《关于深化改革加强食品安全工作的意见》，将飞行检查、体系检查的监督检查方式纳入法治轨道，规定市场监督管理部门可以根据工作需要，对通过食品安全抽样检验等发现问题线索的食品生产经营者实施飞行检查，对特殊食品、高风险大宗消费食品生产企业和大型食品经营企业等的质量管理体系运行情况实施体系检查。同时，落实食品安全法及其实施条例，进一步完善了监督检查的程序性规定以及责任约谈、风险控制等方面的管理要求。

近年来，我国食品质量、市场秩序和消费环境持续好转。根据市场监管总局披露的数据显示，2021年前三季度共完成食品安全监督抽检426.85万批次，检出不合格样品10.6万批次，总体不合格率2.48%。此外，食品生产企业和小作坊合规率达到93.5%；国产婴幼儿配方乳粉抽检合格率在99%以上，市场占有率稳步提升。食品安全形势总体向好离不开食品安全严格监管，食品安全没有“零风险”，监管必须“零容忍”。《管理办法》的出台实施将进一步强化食品安全风险意识，加大监督检查力度，压实监管部门责任，督促问题隐患整改到位，坚决筑牢食品安全防线，坚决守护人民群众“舌尖上的安全”。

5.2.2 渐行渐近的绿色消费

为推动我国绿色消费再上一个新台阶，2022年1月21日，国家发展和改革委员会、工业和信息化部、商务部等七部门联合发布了《促进绿色消费实施方案》（简称《实施方案》）。《实施方案》提出了促进绿色消费的制度政策体系，明确了四个方面22项重点任务和政策措施。

一是全面促进重点领域消费绿色转型：即加快提升食品消费绿色化水平，鼓励推行绿色衣着消费，积极推广绿色居住消费，大力发展绿色交通消费，全面促进绿色用品消费，有序引导文化和旅游领域绿色消费，进一步激发全社会绿色电力消费潜力，大力推进公共机构消费绿色转型；二是强化绿色消费科技和服务支撑：即推广应用先进绿色低碳技术，推动产供销全链条衔接畅通，加快发展绿色物流配送，拓宽闲置资源共享利用和二手交易渠道，构建废旧物资循环利用体系；三是建立健全绿色消费制度保障体系：即加快健全法律制度，优化完善标准认证体系，探索建立统计监测评价体系，推动建立绿色消费信息平台；四是完善绿色消费激励约束：即增强财政支持精准性，加大金融支持力度，充分发挥价格机制作用，推广更多市场化激励措施，强化对违法违规等行为处罚约束。政策四大方面22项重点任务和政策措施，构成了当前乃至今后一段时期促进绿色消费的完整制度政策体系。

同时，《实施方案》还明确到2025年，绿色消费理念深入人心，奢侈浪费得到有效遏制，绿色低碳产品市场占有率大幅提升，重点领域消费绿色转型取得明显成效，绿色消费方

式得到普遍推行，绿色低碳循环发展的消费体系初步形成。到 2030 年，绿色消费方式成为公众自觉选择，绿色低碳产品成为市场主流，重点领域消费绿色低碳发展模式基本形成，绿色消费制度政策体系和体制机制基本健全。

近年来，绿色消费理念正在全社会逐步普及。据市场监管总局数据显示，到目前为止我国已印发了 3 批绿色产品评价标准清单及认证产品目录，将 19 类近 90 种产品纳入认证范围，覆盖有机绿色食品、纺织品等与消费者吃、穿、住、行、用有关的产品。但一些领域依然存在浪费和不合理消费的现象。为此，我国先后制定出台了《全链条粮食节约减损工作方案》、《反食品浪费工作方案》，不仅完善绿色消费长效机制，同时也将进一步推进食品制造业领域变革，使行业全周期全链条全体系深度融入绿色理念，此次出台的《实施方案》就是要全面促进食品消费绿色低碳转型升级，对推动食品制造业高质量发展、实现碳达峰碳中和目标具有十分重要的意义。

5.2.3 推行食品生产企业风险分级管理

为推进食品生产企业食品安全风险分级与信用风险分类管理，优化监管资源配置，提升监管效能，2022 年 2 月 22 日，市场监管总局起草了《食品生产企业风险分级管理办法（征求意见稿）》（简称《征求意见稿》），并且向社会公开征求意见。风险分级管理是指市场监督管理部门综合食品生产企业食品安全风险与通用信用风险，建立食品安全信用档案，动态确定食品生产企业风险等级，统筹监管任务与监管力量，对不同风险等级食品生产企业实施差异化、精准化监督管理。

《征求意见稿》指出，市场监督管理部门应结合食品生产企业食品安全静态风险因素、动态风险因素与通用信用风险因素，确定食品生产企业风险等级，并动态调整。食品安全静态风险因素包括食品生产企业生产的食品类别、企业规模、食用人群等情况；食品安全动态风险因素包括市场监管部门通过监督检查、监督抽检、责任约谈等确定的食品生产企业生产条件保持、生产过程控制、管理制度运行等情况；通用信用风险因素包括食品生产企业基础属性信息、企业动态信息、监管信息、关联关系信息、社会评价信息等情况。

《征求意见稿》指出，食品生产企业的静态风险因素按照量化分值划分为 I 档、II 档、III 档和 IV 档。粮食加工品等低风险食品的生产企业静态风险等级为 I 档；调味品等较低风险食品的生产企业、复配食品添加剂之外的食品添加剂生产企业静态风险等级为 II 档；糕点、豆制品等中等风险食品的生产企业、复配食品添加剂生产企业静态风险等级为 III 档；保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品等特殊食品、婴幼儿辅助食品等专供特定人群主辅食品、乳制品、肉制品生产企业等高风险食品的生产企业静态风险等级为 IV 档。

食品安全直接关系到人民群众的身体健康和生命安全。近年来，我国食品安全形势总体保持稳定向好，各项工作取得了积极进展。同时，我国是食品生产和消费大国，拥有近

1700 万家食品生产经营者，有 14 亿的消费群体和每天近 40 亿斤的消费量。建立实施风险分级管理制度，增加监管频次和监管力度，督促食品生产经营者采取更加严厉的措施改善内部管理和过程控制，及早化解可能存在的食品安全隐患；通过分级评价，能够进一步强化生产经营主体的风险意识、安全意识和责任意识，提升食品生产经营者风险防控和安全保障能力。

5.3 市场形势预测

5.3.1 供求形势预测

全球粮食价格易涨难跌。2021 年，全球经济仍笼罩在奥密克戎毒株的阴影下，能源危机、供应链中断、极端天气频发等事件不断推高大宗商品价格，全球粮食价格创历史新高。展望 2022 年，全球经济依然存在不确定性，在俄乌冲突引发的地缘政治风险、南美干旱引发的单产下降风险的主导下，粮食作为通胀的受益品种，后续价格仍将继续走强。近期小麦和大豆引领农作物期货广泛上涨印证了市场担忧。具体表现为以下六个方面：

第一，国际粮食价格有继续上涨的动能。受投入成本居高不下、全球疫情持续、气候条件等不确定性影响，全球粮食已多年供给不足，从 2020 年起全球粮食价格已经进入了上升通道，目前俄乌冲突进一步加剧了全球农产品供给紧张的局面，2022 年全球粮食市场的前景不乐观。联合国粮食及农业组织 2022 年 3 月 4 日发布的食品价格指数显示，2022 年 2 月份全球食品价格指数为 140.7 点，环比上升 3.9%，同比上升 20.7%，再创历史新高。全球食品价格持续攀升主要是受谷物、肉类、植物油、乳制品价格指数的大幅上涨所驱动。2 月份，所有主要谷物价格均较上月均有所上涨；小麦价格涨幅为 2.1%。高粱和大麦出口价格月度环比分别上涨 5.9%和 2.7%。主因是部分出口国货币对美元升值以及近东亚买家对香米的需求强劲。此外，2 月份国际大米价格上升 1.1%。受黑海地区出现的不利形势导致乌克兰和俄罗斯两个小麦主要出口国的出口受阻，全球供应或将出现了新的不确定性。乌克兰、俄罗斯均是全球主要农业生产国之一，尤其在粮食贸易领域起到了举足轻重的作用——俄罗斯和乌克兰出口量占全球粮食贸易比重颇高，其中，小麦占 25%、玉米占 15%、油菜籽占 17%、葵花籽油占 62%、大麦占 20%。俄罗斯的农产品出口已确定受到禁止。考虑到目前俄乌谈判并不顺利，一旦冲突持续至 5-6 月份，对于乌克兰小麦、油菜的收获，以及玉米、葵花籽的播种都将造成严重影响，全球粮食价格还有进一步上涨的动力。同时，原油飙也使得全球粮食价格易涨难跌。随着原油价格飙升，还将抬升机械作用成本以及化肥等农资价格，最终成本上涨又会传导至粮食等农产品价格上。因此，作为大宗商品之王，原油价格的飙涨也会刺激大宗商品市场做多情绪，大宗农产品价格易涨难跌。

第二，供应链断裂、化肥价格高企等推动国际粮价上涨的因素仍未得到有效缓解。供应链断裂的原因在于劳动力短缺及国际物流价格高企。粮食生产、运输属于劳动密集型工作，

受疫情影响导致工人到岗率下降。而食品具有保质期，如果食品不能及时运输并进入到加工储存缓解，则导致供应减少。同时，自 2021 年以来能源价格高企还影响粮食生产成本，带动了下游产品化肥价格的飙升，近期，俄乌局势紧张导致欧洲地区尿素价格同比涨幅已经超过 2 倍。俄罗斯是全球最大氮肥出口国、第二大钾肥出口国、第三大磷肥出口国，乌克兰也是重要的氮肥生产国，天然气则是生产氮肥主要原料，俄罗斯的天然气供应也影响全球尤其是欧洲地区化肥产业。出于成本与效益的考虑，粮食的种植结构或将发生改变，此次俄乌局势冲突致供应链呈现紊乱状态，全球的粮食价格继续受到考验。

第三，粮食损耗和浪费问题。联合国粮农组织《2019 年粮食及农业状况》报告显示，全球每年有价值约 4000 亿美元美元的粮食被损耗掉，相当于全球每年粮食产量的 14%。其中，从同一商品分类和同一供应链环节来看，中亚和南亚地区的粮食损耗率最高，达 20.7%；其次是北美和欧洲，超过 15%；澳大利亚和新西兰的损耗率则仅为 7.8%。从商品分类来看，根类、块茎和油料作物的损耗比例最高，为 25.3%；水果蔬菜类为 21.6%；而谷物和豆类的损耗比率最低，为 8.6%。除了损耗，粮食浪费更加严重。报告显示，全球多达 37% 的动物产品和五分之一的蔬菜和水果被浪费，相当于全球每年粮食产量的 17%。损耗和浪费总量约每年 16 亿吨。减少全球粮食损失和浪费是一项挑战。

此外，拉尼娜现象及国际运费上涨也是推动国际粮价上涨因素之一。美国国家环境预报中心预测，拉尼娜现象有 50% 的概率持续到 2022 年 3~5 月。冬季拉尼娜现象将使南美地区变得干燥异常，为东南亚地区带来洪涝。每年 11 月到次年 5 月，恰好是南美地区主要农作物的种植、生长和收获期。申万期货研究所的研究显示，在 1995 年到 2021 年发生的 7 次拉尼娜事件中，巴西、阿根廷大豆分别曾有 2 次、5 次明显减产。除了气候因素对地产量的影响外，2022 年集运市场仍将处于运力供给短缺状态，海运价格持续高位。根据国际航运业知名研究机构 Alphaliner 的预测，2022 年全球集运需求将同比增长 4.0%。与此同时，多家船舶公司表示，海运劳动力短缺的问题可能将延续至 2023 年，这在一定程度上支撑国际粮食价格高位震荡。

我国粮食产量稳定，价格或将温和上涨。2022 年全球粮食市场仍然供需偏紧，价格大概率仍将高位震荡，我国粮食安全不可避免地会受到输入型通胀的影响。首先，粮食压力将加大。虽然“十四五”期间，我国大米、小麦供需将保持稳定，但猪肉、禽肉和奶制品需求将大幅增加，这会导致我国玉米需求显著提高。其次，石油价格波动以及生物质能源发展对农业生产和农产品价格的影响将加大。面对国际粮食市场的困境，作为粮食生产大国、消费大国和进口大国，我国粮食安全关系国内经济和社会的发展稳定。2021 年底中央农村经济会议提出要确保 2022 年粮食产量稳定在 1.3 万亿斤以上，这意味着我国粮食市场平稳运行仍有坚实基础，一直以来我国粮食自给率较高，抵御性强，因此受国际粮食市场影响也极为有限。作为保障民生的基础性物资，粮食价格上涨过快过猛不符合我国国情，国家会根据市

场变化及时启动了政策性粮食拍卖，并且国储充足的库存能起到关键的压舱石作用。目前已累计成交 100 亿斤、成交率在 99%左右，有效满足了面粉加工企业的用粮需求。3 月初，启动了政策性稻谷拍卖，每周安排 36 亿斤，进一步增加了市场粮源供应。同时，国家通过补贴政策，保护农民种粮积极性。近日中央财政下达 200 亿元资金，对实际种粮农民发放一次性补贴，缓解农资价格上涨带来的种粮增支影响，稳定农民收入，调动农民种粮积极性。在稳基调和“保供稳价”的大前提下，2022 年，我国粮食价格不可能出现暴涨暴跌现象，但全球粮价上涨对我国粮食价格有一定传导作用，粮食价格将呈现温和上涨态势。

玉米价格稳中偏弱。玉米是我国种植面积最大的粮食作物，同时也是我国产量最高的粮食作物，产量位居第二，仅次于美国。农业农村部明确提出 2022 年将以“稳口粮、稳玉米、扩大豆、扩油料”作为农业生产目标，这意味着 2022 年我国玉米种植面积和总产量仍将继续增加，短期内玉米价格仍有上涨空间，但是涨势或难以持续。主要原因一是从政策层面来看，玉米大豆带状复合种植技术被写入 2022 年“中央一号文件”，大豆扩种信号强烈，这意味着 2022 年玉米播种面积或许增速有所放缓，导致玉米供需关系继续保持紧平衡状态，利好玉米价格维稳；二是玉米仍旧是国家管控的粮食作物，因此宏观调控层面仍然要对玉米价格实施管控。比如临储玉米投放加大，严查临储玉米走向，打击市场不当炒作行为等都会令玉米市场回归理性；三是小麦价格高位，饲料小麦替代量减少，且春节后下游养殖需求相对低迷，预计春节后玉米供应相对宽松，玉米价格或维持小幅下滑趋势。2 月份受下游企业节后补库需求，玉米价格或先涨后跌。随着天气转暖，3 月份东北地区地趴粮将集中出售，华北地区余粮或出现一波售粮高峰，玉米价格维持下滑趋势；四是尽管玉米淀粉，酒精等产品的需求旺盛，导致玉米供不应求，市场普遍看好玉米，短期内玉米价格仍有上涨空间，但是涨势或难以持续。预计未来我国玉米生产格局将继续好转，玉米供需平衡态势将延续，玉米价格稳中偏弱，大幅下跌可能性不大。

大豆价格维持高位。从国内市场看，大豆是我国重要的油料作物，在国家粮食安全体系中占有重要地位。展望 2022 年，短期来看，售粮节奏的后移和需求端的疲弱使得短期市场供给偏宽松，价格或延续去年回调走势；中期来看，6 月至 8 月处于青黄不接阶段，且易受天气炒作现象，价格大概率或呈现阶段性上涨态势；长期来看，在政策支持下，2022 年国储库大豆收购价格提高对国产大豆价格形成支撑，农户市场信心增强，预计国内大豆价格维持高位。从国际市场来看，2022 年全球大豆将呈现供需两旺的局面，平衡状况将较 2021 年显著好转。供应方面，巴西、阿根廷大豆生长受干旱天气影响产量预期下降，全球大豆供应趋紧，天气炒作仍将继续，预计短期内国际大豆价格将高位震荡。需求方面，需求的旺盛支撑豆油强势，预计 2022 年初大豆价格将短暂上行，预计二、三季度在天气因素的影响下大豆宽幅震荡。总体来看，由于供应紧张得到缓解，2022 年价格运行区间预计整体低于 2021 年。

猪价或将再次启动收储。目前我国生猪产能继续惯性增加，猪肉供给仍然充裕，价格持续走低。国家统计局数据显示，2022 年 1 月份，随着冬季腌腊基本结束，消费转入淡季，加之节前生猪出栏加快，猪肉供应充足，猪肉价格环比下降 2.5%，同比下降 41.6%。2022 年 2 月 8 日，国家发改委数据显示，猪粮比价已经进入过度下跌二级预警区间。由于 2021 年生猪养殖业持续亏损，养殖主体的资金链非常脆弱，倘若猪肉价格持续下降，或将加大产能的去化力度，出现集体性的缩减规模，供应再次造成短缺，猪肉价格有可能再度暴涨，从而加剧行业的震荡。为了以防价格的过度下跌，政府或将启动第一轮收储政策。依据 2021 年的收储情况来看，若第一轮猪肉收储后猪肉价格没有出现触底反弹，将实施第二轮、第三轮的收储以确保猪肉价格稳定。

鸡蛋价格重心有望下移。从供应端看，随着补栏量逐步转化成在产蛋鸡存栏量，预计 2022 年我国产蛋鸡存栏量逐步回升，鸡蛋供给短期有保障；此外，2022 年饲料成本或将有一定下降空间，猪周期大概率将触底，带动鸡蛋价格重心向下回归。农业农村部监测数据显示，2022 年 2 月 7 日，全国农产品批发市场鸡蛋均价 9.42 元/公斤，比节前下降 2.5%。从需求端看，随着 2022 年春节临近，食品厂以及市场终端将开启新一轮备货，但学校处于假期，团体消费受到一定抑制，预计 2022 年 1 季度鸡蛋价格稳中有降。预计 2022 年上半年鸡蛋价格将震荡回落态势。

蔬菜价格或将震荡走势。蔬菜是仅次于粮食的第二大农作物。供给方面，由于受极端灾害性天气等多重因素叠加影响，2021 年以来蔬菜价整体偏高，蔬菜生产积极性相对较高，随着各地蔬菜稳产保供措施落实到位，主产区蔬菜上市量持续增加，后期蔬菜供应总体充足。叠加春节期间市场需求旺盛，预计 2022 年初蔬菜价格季节性走高。成本方面，蔬菜产业分为种植成本、运输成本以及销售成本。由于 2021 年至今化肥、农药等农资价格持续上涨，抬高了蔬菜的种植成本。同时，受能源紧张的影响，汽油、柴油价格上涨，带动了蔬菜运输成本明显增加支撑蔬菜价格高位震荡。

5.3.2 外贸形势预测

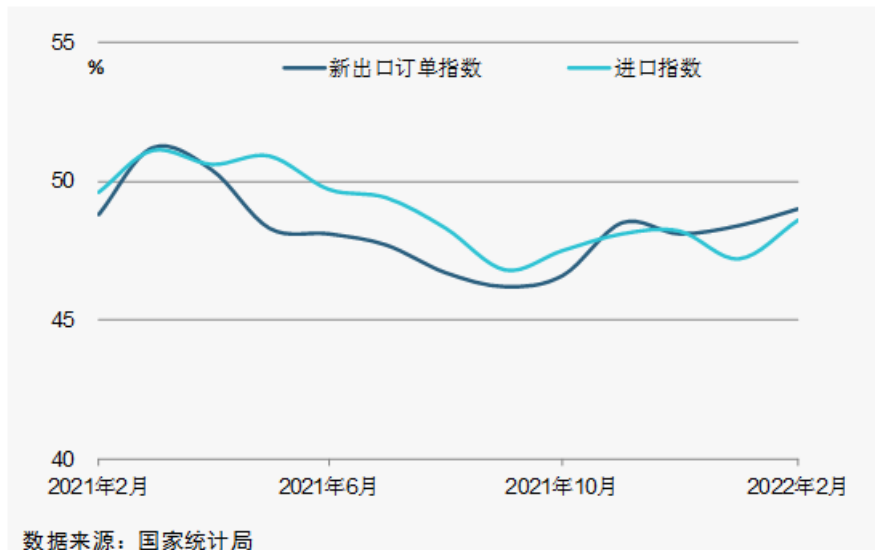
自全球疫情爆发以来，我国外贸行业一骑绝尘，2021 年下半年以来，我国进出口总值已连续 14 个月正增长，贸易规模创近 10 年新高，成为全球经贸中最大的亮点之一。海关总署数据显示，2021 年，我国全年有进出口实绩的企业继续增加，达到了 56.7 万家，增加了 3.6 万家。其中，民营企业继续保持我国第一大外贸经营主体地位，进出口 19 万亿元，增长 26.7%，占我国外贸总值的 48.6%；外商投资企业进出口继续保持稳定，进出口 14.03 万亿元，增长 12.7%；国有企业进出口提速，进出口 5.94 万亿元，增长 27.7%。数据反映出我国进出口的韧性较强，但也要看到，2021 年的进出口增长受临时性外需增加和价格因素影响较大。展望 2022 年，我国政府制定的目标是坚决稳住外贸外资基本盘，重点实施优进优出计划、贸易产业融合计划和贸易畅通计划。具体分析来看：

首先，政策持续发力，做好稳外贸基本盘。2022年1月11日，国务院办公厅发布了《关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》（以下简称《意见》）《意见》提出15条政策措施，把减税降费等政策落实到位，把金融保险等惠企举措用足用好，把贸易便利化措施抓实抓细，全力帮助企业特别是中小微企业保订单、稳预期、拓市场。同时，密切跟踪外需以及外贸形势，加强监测和预警，做好政策储备。之后，2022年1月19日，国务院办公厅发布了《关于促进内外贸一体化发展的意见》（以下简称《意见》）。《意见》提出完善内外贸一体化制度体系、增强内外贸一体化发展能力的18项具体措施。支持市场主体内外贸一体化经营，鼓励有条件的大型商贸、物流企业“走出去”，加强资源整合配置，优化国际营销体系，完善全球服务网络。支持跨国大型供应链服务企业发展，提高国际竞争力，增强产业链供应链韧性。培育一批国内国际市场协同互促、有较强创新能力和竞争实力的优质贸易企业，引导带动更多企业走一体化经营道路。面对外贸领域可能出现的波动，政府近期提出宏观政策跨周期调节，目的就是让外贸能平稳运行在合理区间，防止大起大落对贸易的影响。

其次，中国制造业采购经理指数（PMI）连续4个月高于临界点，制造业活动呈上升势头，制造业景气度稳中有升，反映国内生产活动持续恢复。而且，我国新出口订单指数连续三个月上升，表明2022年出口有望保持基本稳定。此外，2022年2月美国ISM制造业指数上升至58.6，同期，主要外部新订单指数大多走强，美国ISM制造业新订单呈加速增长，一定程度上诠释解释了出口增速好于预期。与此同时，我国进口指数稳步上升，进一步反映了进口需求的提高，对2022年上半年进口提供了基本保障。预计2022年上半年我国进出口仍将保持较快增长。

最后，疫情对全球经济的冲击短期难以消除，全球供应链受挫特别是物流受阻、劳动力短缺短期内难以修复。而我国疫情稳定及生产供给能力强劲凸显了中国供应链韧性优势，推动我国出口增长。与此同时，我国消费性需求仍将继续强劲，支撑进口保持较快增长。

图 34 2021 年我国新订单指数和进口指数变化趋势



但是，当前全球疫情不确定性仍较大，世界经济复苏困难，外部环境更趋复杂严峻，物流网络中断及运输成本增加、地缘政治冲突，以及其他影响国际贸易的政策等因素叠加，将使得 2022 年的全球贸易前景存在很大不确定性。根据世界银行最新的《全球经济前景》报告显示，2022 年全球经济和贸易增速或将放缓，预计 2022 年全球经济增速将降低至 4.1%，2023 年进一步降至 3.2%。就全球贸易增速预计 2022 年将在放缓至 5.8%，并在 2023 年放缓至 4.7%，从而影响我国进出口增长。

总之，2022 年，我国外贸所面临的外部风险和不确定因素依然较多。而随着全球产能修复，我国出口“替代效应”减弱，我国出口份额或将受到一定影响，同时，国内生产性需求或将同步回落，导致 2022 年下半年进出口增速也将缓慢回落。在此背景下，预计 2022 年食品制造业进出口增速或将呈现前高后低的态势。

5.3.3 经济效益形势预测

食品价格或将高位震荡。从国际市场来看，由于变异新冠病毒奥密克戎毒株广泛传播拖累全球经济复苏，自 2021 年底以来，全球能源价格不断上涨、供应链中断引发通货膨胀超出预期，大宗农产品价格持续高位运行。联合国粮食及农业组织报告称，2022 年 1 月份食品价格指数升达 2011 年 7 月以来新高。数据显示，1 月份粮农组织食品价格指数平均为 135.7 点，环比上涨 1.1%。价格指数回升主要源于植物油价格指数和乳制品价格指数稳步增长，抵消了食糖价格指数连续两个月下跌。肉类价格指数和谷物价格指数基本不变。此外，粮农组织最新一期的《谷物供求简报》显示，2021/2022 年谷物产量和贸易量将创历史新高，虽然库存量有所增加，但总体低于预期，对谷物价格上涨有一定支撑。

从国内市场来看，受部分商品供需矛盾及成本上涨等因素影响，食品价格有所上涨。国家统计局数据显示，2022 年 1 月食品价格由上月下降 0.6% 转为上涨 1.4%，影响 CPI 上涨约

0.26 个百分点，主要是水果鲜菜价格上涨。受局部地区疫情散发及生产运输成本增加等因素叠加影响，水果和鲜菜价格分别上涨 7.2% 和 3.1%；受冬季腌腊基本结束影响，加之节前生猪出栏加快，猪肉供应充足，价格下降 2.5%；受节日因素影响，水产品价格上涨 4.1%。随着大宗商品保供稳价政策效果显现，预计 2022 年食品价格在粮食再获丰收、猪肉价格止跌企稳的情况下，总体上涨空间有限。

行业投资或将明显改善。2022 年我国宏观经济稳字当头，“宽财政”将致力于有效投资的扩大，“宽货币”重点在推动制造业投资。由此可见，投资仍是我国经济增长的主要动力。在此背景下，食品制造业投资或将迎来明显改善。展望 2022 年，针对推动食品制造业发展的目标任务和需解决的共性问题，行业将通过加大对食品科技创新投入，重视食品科技创新基础平台建设，补短板、强弱项，以技术改造实现扩产增效，进一步拉动内需激活市场消费潜力，积极构建国内循环为主、国内国际互促双循环新格局，提高供给体系质量，扩大优质增量供给，减少无效供给，推动食品制造业高质量发展，实现传统产业向高质量转型升级。

原材料成本上涨，行业盈利或再次承压。受局部疫情散发、地区冲突导致能源危机等因素冲击，国际大宗商品价格高位恐将持续至 2022 年年中，叠加总需求收缩，下游企业利润改善或将受到制约。国家统计局数据显示，2022 年 1 月，制造业 PMI 指数为 50.1%，保持在扩张区间平稳运行，需求改善，预期向好。分类指数来看，受益于春节假日消费的拉动，食品及酒饮料精制茶生产指数高于 52.0%，生产保持较快增长。同时，为满足近期生产需要，节前企业积极备货，食品及酒饮料精制茶新订单指数继续处于扩张区间，高于制造业总体，行业市场需求保持上升，企业预期有所改善。但是，受全球大宗商品价格持续上涨，进口原料成本持续承压，2022 年 1 月份，主要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为 56.4% 和 50.9%，重回扩张区间，从行业情况看，相关行业原材料采购价格和产品销售价格明显上涨，严重挤压食品制造企业利润。此外，制造业新出口订单指数为 48.4%，进口指数 47.2%，均处于临界点以下，表明制造业外需订货量略有好转，但生产用原材料进口量持续低迷。整体来看，2022 年食品制造业喜忧参半，盈利能力面临严峻挑战。

6 食品制造业投资机会与风险分析

6.1 投资机会分析

食品制造业是关系人民群众切身需求和经济社会和谐稳定的民生行业，特别是在疫情期间凸显了其应急、救灾的功能，成为在复杂环境中持续发展的稳定器。进入 2022 年，我国经济运行以稳健为发展前提，食品产业将以新格局、新理念引领高质量发展，依靠新科技打造新模式呈现新业态稳步提升企业盈利模式。在实现“两个百年”奋斗目标的伟大进程中，食品产业将在加快促进一二三产融合中发挥重要作用，在打造国民营养与健康领域国家战略中体现科技力量。从宏观环境来看，2022 年在稳字当头、稳中求进的背景下，我国宏观政策把稳增长稳投资放在更加突出的位置，着力稳定宏观经济大盘，着力支持实体经济发展，强化宏观政策跨周期和逆周期调节，积极扩大有效投资，促消费政策陆续落地显效，推动高质量发展。在宏观环境的带动下食品制造业的投资潜力、投资韧性和活力依然强劲。国家统计局数据显示，2022 年 1-2 食品制造业投资同比增长 26.7%，固定资产投资实现良好开局。从行业发展来看，随着绿色低碳转型和智能化发展，我国食品制造业迎来了技改投资加快的发展机遇。同时，得益于国民生活水平的不断提升，健康、安全、质优、个性化、多元化的食品消费需求的兴盛，新兴消费市场新业态、新趋势将成为食品产业投资增长增长点。

一是消费市场投资潜力巨大。消费是我国经济增长的第一动力，稳消费对于稳定整体宏观经济具有重要作用。从政策来看，中央经济工作会议在部署 2022 年经济工作重点时提出，要深化供给侧结构性改革，重在畅通国内大循环，重在突破供给约束堵点，重在打通生产、分配、流通、消费各环节。2022 年的政府工作报告也提出要推动消费持续恢复，并亮出多项举措扩内需。《“十四五”国内贸易发展规划》指出，到 2025 年我国社会消费品零售总额将达到 50 万亿元左右；网上零售额达到 17 万亿元左右；新技术新业态新模式蓬勃发展，现代流通体系将更加完善。精准加力施策对扩大内需战略有着重要意义。从市场规模看，我国消费市场规模巨大，抗冲击和抗风险能力较强，拥有全球最具成长性的内需市场，超大规模市场的优势明显。随着人均收入水平的提高，消费结构的调整升级将拉动产业结构、投资结构和区域经济结构调整升级，为经济持续发展注入内生动力。国家统计局数据显示，2022 年 1-2 月份，社会消费品零售总额 74,426 亿元，同比增长 6.7%，显示出我国居民消费潜力持续释放。从供给方式看，后疫情时代，随着居民生活秩序恢复，居民外出消费活动稳步增加线上线下融合发展的意愿明显增强，推进了我国消费品市场转型升级和供给结构优化的步伐。同时，近年来愈加火热的“Z 世代”消费成为市场重点。在加快构建新发展格局的背景下，“Z 世代”崛起将带来新投资机遇。

二是私域食品电商和跨境电商带来新投资机遇。我国电商从以淘宝、京东为代表的传统电商到以拼多多、抖音、小红书为代表的新电商，再到以微信小程序为代表的私域电商，

电商消费已经历了三轮变迁。根据腾讯发布的《2021 中国私域营销白皮书》显示，接近 80% 以上的消费者已经养成在私域中进行消费和分享的习惯。浪潮新消费最新推出的《2022 私域电商平台趋势报告》认为 2022 年将成为专柜品牌入驻私域电商平台元年。根据相关电商平台的统计，食品、百货等五大品类是私域中的核心。2022 年将成为专柜品牌入驻私域电商平台元年，这是一张通往未来消费时代的门票。与此同时，跨境电商也将迎来新一轮投资。2022 年政府工作报告提出加快发展外贸新业态新模式，充分发挥跨境电商作用，支持建立一批海外仓。再度释放稳外贸信号，并强调要充分发挥跨境电商作用。跨境电商也是连续 9 年被写入《报告》。这意味着夸奖电商的创新发展将是投资方向。

三是科技加持，提升行业高质量发展。近年来，我国人口红利逐渐消失，加之设备原材料价格上涨，我国食品制造企业在信息化、自动化方面的投入持续加大。随着国家品牌战略和绿色食品生产基地的推进，全国推广食品工业绿色品牌的长效机制逐步建立健全，绿色食品品牌培育和保护资金投入将进一步提高。在科技创新驱动下，全方位、多层次、创新型、国际化的品牌运营平台与原料生产、加工、制造和消费的全产业链上实现无缝对接，加大生产运营中智能、节能、高效、低碳、环保、绿色、数字化和智能化投入，瞄准产业政策和未来产业高质量发展方向开辟新的价值创造空间和投资机会。

分行业来看，**方便食品制造业投资潜能凸显。**方便食品行业是促进双循环发展的重点行业之一，同时在军需和救灾领域起到关键应急作用。我国方便食品行业经历了 20 余年的良好增长。但由于自身创新未能跟上消费升级，导致方便食品行业从 2017 年到 2019 年营业额连续下滑；2020-2021 年，受到新冠肺炎疫情的影响，消费者购买方便食品的需求回暖拉动行业呈现新的增长趋势，在后疫情时代，方便食品的消费红利依然会持续，并在增品种、提品质、创品牌方面加大高新技术推广应用，在方便食品装备设计上注重节能环保和降低物料损耗投入。

方便面未来仍有深挖潜力。我国是全球方便面第一消费大国。据世界方便面协会数据显示，2020 年全球总方便面消费量约为 1,166 份，其中我国占比近 40%，拥有 630 多亿的庞大市场总量。随着我国消费者收入和支出的持续增长，方便面市场规模不断扩大，从 2016 年的 815.3 亿元增长至 2020 年的 1053.6 亿元。从产品、价格、品牌来看，我国方便面市场可以分为三个梯队：第一梯队是康师傅、统一全国性企业；第二梯队是今麦郎、白象等中等规模企业，其产品销售集中在部分区域；第三梯队是以日清、拉面说等为代表的高端导向型企业，产品价格较高。2020 年康师傅和统一的零售额占市场总销售额比重分别为 43.2% 和 14.7%。在产业结构调整以及消费升级的双重推动下，作为较为成熟的产品，方便面行业高端化趋势明显加快，市场规模仍有提升空间。

速冻食品空间广阔 预制菜风头劲。目前，我国速冻食品行业处于较快增长时期，市场规模早在 2017 年就突破千亿元，年复合增长率为 10.5%。据智研咨询数据，2020 年我国速

冻食品的市场规模达到 1,393 亿元。在千亿大市场中，速冻面米和速冻火锅料占据了主要的份额，其中速冻面米是最大的品类，占到速冻食品的 52.4%；速冻火锅料为第二大品类，占比约为 33.3%；其他速冻食品占到 14.3%。千亿市场规模有望成为新的投资蓝海。从需求端来看，一是餐饮连锁化趋势带来对标准化、规模化的强烈需求，推动速冻供应链步入新的成长轨道；二是外卖市场高速增长，激发短时配送诉求，赋予快速响应的食材供应商绝佳机遇；三是团餐企业门店数增长超 22%，为速冻供应链发展注入新活力，打开下沉市场。从供给端来看，一是冷库规模攀升确保速冻食品稳定供给；二是冷链物流快速发展，运输能力有效提升，为速冻食品跨区域扩张奠定基础。三是，目前速冻食品企业中广东省以 11.1 万家居首，浙江、福建排名二三位。企业不断扩容，品类有望进一步丰富。随着外卖市场对预制菜需求日益增强，预制菜保持较强的发展势头，赋予速冻食品行业新的发展机遇。

调味品行业景气度依存挖掘细分领域投资机会。受益于消费升级、城镇化率提升以及餐饮业的持续发展，近年来我国调味品市场消费量呈现快速增长趋势。华鑫证券数据显示，我国调味品行业营业收入从 2014 年 2,595 亿元增至 2020 年 3,950 亿元，年复合增长率 7.3%，预计 2025 年销售额将达 5,500 亿元。调味品在餐饮和家庭端刚性需求，行业具备较长生命周期，市场规模和市场集中度持续提升，产品规模化、细分化、健康化、复合化、高端化将推进各细分领域具有更好的增长前景。其中，复合调味品在 2021 年更受到投资市场青睐。数据显示，自 2021 年 6 月至今，已有多家复合调味品公司完成融资：2021 年 6 月底，“广味源食品”获得金龙鱼投资；7 月，生产调味汁的“黄肖氏”获得德迅投资支持；10 月，“禧宝制研”完成 Pre-A 轮融资；11 月，“加点滋味”完成 A 轮融资，融资近亿元；12 月，“川娃子”也相继完成 A 轮融资，合计近 3 亿元。从政策、资本、产业、渠道、消费五端综合来看，复合调味品有望将持续扩容，未来有较大提升空间和投资机会。

双循环下休闲食品仍有发展潜力。休闲食品属于快速消费品，其销售会受到国民经济整体景气程度和居民可支配收入变化影响。受益于消费升级，休闲食品作为一种生活方式被更多的人群所接受，我国休闲食品市场需求量呈持续增长势头，品种逐渐多样化。近年来，随着我国国民经济发展和居民消费水平的提高，休闲食品正走向“第四餐化”，市场规模不断扩充。据中商产业研究院预计，我国休闲食品行业 2021 年市场规模近 1.4 万亿元。随着网络消费市场的崛起，休闲食品经历了由传统销售渠道向现代销售渠道的转变。休闲食品电商渠道渗透率的不断走高，电商市场销售额亦不断增长。中商产业研究院预测，2021 年我国休闲食品在电商平台的销售额可达 1095.6 亿元。随着居民生活水平的不断提升，进口食品逐渐成为居民休闲生活的重要组成部分。我国已成为全球最大的进口食品消费国之一。进口休闲食品种类主要集中于巧克力、糖果、饼干、果汁饮料、果冻、咖啡、干果等系列品种。数据显示，有 57.5% 的消费者在进口食品上的消费金额占整体食品消费的比例超过了 10% 左右。“双循环”格局下，国内外贸一体化调控体系不断完善，预计 2022 年休闲食品行业国际国内双向投资或将迎来新机遇。

乳制品行业投资空间大。作为主要消费品之一，近几年来我国乳制品市场呈现平稳增长态势。随着城乡居民食物消费结构加快转变，我国乳制品需求正进入加快增长阶段。2021年，乳制品总需求首次超过6000万吨，同比增长10.9%，实现自2006年以来的最大增幅，人均奶类占有量在2021年增至42.6公斤，首次超过40公斤。面对千亿销售规模，乳制品行业整合加速，自2020年底蒙牛成为妙可蓝多的控股股东以来，2021年乳制品企业整合不断：年初新希望乳业收购“一只酸奶牛”60%股权，交易对价为2.31亿元；之后6月春华资本收购美赞臣大中华区业务，交易金额高达141亿元；7月份飞鹤全资收购小羊妙可；10月份3家乳业掀起整合潮：飞鹤控股的原生态牧业拟1.31亿元购买陕西绿能生态牧业以及奶山羊产业相关资产、光明乳业拟收购青海小西牛生物乳业60%的股权、紧接着伊利战略入股澳优乳业成为其单一最大股东，加码婴幼儿配方奶粉和营养食品领域。这轮乳企整合并购，反映出龙头企业加快产业发展布局和资本积极进入乳业的态势。同时这表明中国乳制品消费需求的内在动力增强，乳制品行业市场空间依然很大。

6.2 投资风险分析

从供给端来看，随着国家对食品安全的日趋重视、消费者食品安全意识的加深以及权益保护意识的增强，食品安全成为全社会广泛关注的焦点问题，食品制造业需要在食品安全上承担更多的社会责任，增加了行业经营的风险因素。并且随着食品安全监管体系的不断完善，产品溯源机制和应急预案机制的建设要求对食品制造企业提出了更高的要求；日常监管、抽查力度的加强给企业带来更多不确定性因素。

从需求端来看，疫情蔓延全球导致外部需求市场继续萎缩，国内消费品市场进入周期性调整阶段，贴近消费品市场的中下游需求仍处于缓慢恢复期，融资或受不确定因素影响导致渠道不畅，新增和扩大产能的投资或不及预期。

社会成本逐年上升，生存压力加大。2021年初全国已经出现了多起散发或聚集性疫情，交通运输受阻，导致食品制造企业的用工成本、运输成本、技改成本、经营成本等攀升，2022年受俄乌冲突影响，国家大宗商品价格不断创新高，企业原料购进成本、进口冲击和价格波动进一步加剧中小企业经营和生存压力。此外，随着人口红利逐步减弱，社会平均工资不断上涨，以及国家对食品安全、防疫检测、环境保护等要求越来越高，这些因素都将会影响企业的经营成本。

食品安全任重道远，企业绿色发展压力加大。随着国家对食品安全的日趋重视和消费者食品安全意识以及权益保护意识的增强，产品质量、食品安全控制已经成为食品加工企业经营的重中之重。如果企业在生产过程中出现疏忽，发生食品安全问题，不仅导致企业成本增加，收入下降，甚至影响公司的品牌和美誉度，其产生的负面影响将会波及整个行业，对行业形象、消费者信心造成严重损害。2022年315消费者权益日曝光食品黑名单令人触目惊

心，食品安全大于天。我国食品安全领域依然任重道远。

随着《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国大气污染防治法》的全面实施，水耗、能耗、污染物排放与资源综合利用标准不断提高，环保督查与监察力度持续加大，以中小企业为主体的食品工业发展面临越来越严峻的生态环境挑战。2022年政府工作报告提出推动能耗“双控”向碳排放总量和强度“双控”转变，完善减污降碳激励约束政策，加快形成绿色生产生活方式。进一步释放绿色低碳的投融资需求，引导社会资本流向清洁能源领域，地方政府将加大新能源规划开发，提升电网对可再生能源发电的消纳能力，激励企业消纳绿色低碳电力，促进传统高能耗企业绿色低碳转型，激励绿色低碳技术研发和推广应用。食品产业的绿色低碳技术将成为食品产业改革的新方向，但在生物发酵、酿酒、饮料、玉米深加工等传统食品行业，绿色化发展推进压力重重，技术改造投入不足，食品制造业的规模扩张受到制约。

产品结构调整需进一步加强。食品工业诚信体系建设、质量安全保障能力、创新品种研发生产等方面的能力对于推进产业结构调整和转型升级、推进产业高质量发展发挥了积极的作用。但与发达国家相比，我国食品制造业水平还存在差距，产业链条缺乏有效延伸，产品附加值较低，部分产品结构不适应消费需求。如肉制品工业中猪肉比重偏大，冷鲜肉和小包装分割肉发展缓慢，安全、健康、营养的肉制品供应不足，与城乡居民的消费需求不相适应。在一些行业内，产品形态单一，同质化的问题还比较突出，产品创新能力不足。

分行业来看，烘焙食品、糖果等休闲食品今后一段时期面临的主要风险是产品升级和新产品的研发。面对休闲化、零食化、营养化、健康化、快捷化的新消费需求，企业新产品的市场认知和接受度能否满足消费者需求，以及在价格制定方面如何达到公司盈利预期都是企业面临的主要风险。消费承压与成本承压下，乳制品行业遇到了经营瓶颈期，乳企间的竞争逐渐转向更具发展潜力的细分品类领域，低温鲜奶和高端奶粉、老年奶粉等潜力赛道的竞争在快速加剧。同时，疫情不断复发，出生率不断下滑，各乳企的奶粉业务增速放缓，消费市场萎缩也给乳企行业带来非常大的压力。在此市场环境背景下，调整产品结构逆流而上、发掘新增长点成为乳企行业重点。

我国是世界上最大的肉类生产国，但肉类制品大多都是初加工产品，而精深加工的肉制品却很少。主要问题表现为产品结构不合理，产品科技含量低，产品开发能力不足。随着消费需求旺盛，进口竞争激烈，牛羊肉进口价格维持走低态势，对国内产业形成冲击，势必会影响肉制品加工行业景气度回升，从而加大投资风险。此外，肉制品加工行业要完善和降低动物疫病传播风险。

尽管新冠疫情在推升方便食品的增长的作用非常明显，细分领域也在不断扩容，比如螺狮粉、自热火锅等成为新兴品类的代表。但值得注意以下投资风险，一是产业格局布局不均衡，行业仍处于粗放式运营阶段，创新不足是行业痛点之一；二是新兴品类的标准规范还并

不完善，良莠混杂下产品的安全成为行业痛点。

6.3 投资建议

2022 年，政府工作报告中强调要坚定实施扩大内需战略，推进区域协调发展和新型城镇化。畅通国民经济循环，打通生产、分配、流通、消费各环节，增强内需对经济增长的拉动力，在稳增长政策下，资本市场有望回暖。同时，随着疫情管控经验提升疫情对经济的影响会逐渐减弱，市场消费得以改善，从长期角度来看，食品制造业仍具有必选消费的属性，且现金流良好，在产品、品牌、渠道的三重护城河下行业投资仍将保持稳定增长。龙头企业集中度将得到进一步提升，形成强者恒强的局面。

从投资企业来看，大品牌、龙头企业仍是投资的首选。随着我国居民生活水平的不断提高，消费者对食品的品质诉求越来越高，成熟品牌经历了市场的不断洗礼，有较高的市场知名度和美誉度。而近期受俄乌局势影响，国际能源及大宗商品价格持续飙升，我国短期原材料价格将跟随上涨，下游食品制造中小企业成本持续承压，而行业龙头公司凭借产业链条完善、渠道优势以及基本面稳定性降低风险，投资收益机会看好。

从投资行业来说，方便食品具有必选消费属性，受疫情的影响，促使预制菜风口提前到来。据中国连锁经营协会最新发布的《2021 年中国连锁餐饮行业报告》中对预制菜分析指出，目前我国预制菜行业市场规模约为 2,100 亿元，2021 年预制菜市场规模突破 3,000 亿元，到 2025 年行业规模有望增长至 6,000 亿元左右。艾媒咨询数据显示，未来 6 到 7 年间，我国预制菜行业有望实现 3 万亿元以上规模，成为下一个万亿级市场。据 36 氪和天眼查数据，截至目前我国共有预制菜相关企业超 6.8 万家，146 家企业有过融资，而在 2020 年预制菜热度再起，2020 年和 2021 年预制菜赛道共发生 23 起融资。预制菜上游利好农产品，中游带动餐饮工业发展，下游助推冷链配送、零售、电商发展，众多优势将加快了预制菜产业步伐。

调味品行业方面，在经过多年发展之后，在其存量规模较大的基础上仍然具有一定的成长性。龙头企业将在产品、品牌及渠道的三重壁垒之下业绩将会持续超预期。短期来看，受疫情反复频发的影响，餐饮渠道收入占比较高的调味品企业盈利或将承压。同时，在成本提高的压力下，部分企业会加速退出，行业集中度也会随之提高，中长期来看随着时间推移负面影响将被逐渐消化，把握复合调味料的高成长性。

在肉制品行业方面，新时代、新形势、新观念推动下，中国消费品市场分层化、小众化、个性化、便利化、社群化愈发凸显，肉制品行业进入深度转型期。从行业发展成长轨迹看，我国肉制品行业将近 3,000 亿行业规模，发展空间潜力很大。随着居民对食品健康化、休闲化的追求，高温肉制品发展相对成熟，企业盈利能力较强。未来面向餐饮和家庭餐桌消费的

低温肉制品、冷冻调理肉制品和中式酱卤肉制品，以及休闲肉制品需求将大幅增加，发展空间广阔，肉制品整体行业规模将继续扩容。

休闲食品方面，近几年来受益于消费升级，我国休闲食品市场需求额每年超过千亿元，市场规模逐渐增大，休闲食品消费也在快速增长，行业诞生了像三只松鼠、良品铺子、好想你等知名品牌。随着我国居民可支配收入逐年上涨，休闲食品行业市场规模未来仍将持续增长。预计2022年休闲食品市场规模有望超过12,391亿元。特别是随着电子商务的发展，一些线上线下相结合的企业得到了迅速的推广。此次疫情更是带来了线上竞争力的价格优势，迎合了新一代消费者的诉求，线上渠道占比近年来持续上升，2019年达到了14%，预计在2022年将达到17%。预计2022年线上休闲食品市场规模有望突破2000亿元。整体来看，我国休闲食品行业呈现出长期稳定增长的趋势。同时，绿色化、健康化将是休闲食品未来发展的必然趋势，低糖、低盐、低碳水化合物的休闲食品将成为市场拓展的主力军。

乳制品方面，在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下，奶业、乳业企业的健康发展提供了难得的良性资本市场环境。2021年以来，资本市场持续推进。2022年2月农业农村部发布的《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》提出到2025年全国奶类产量达到4100万吨左右，支持乳制品加工做优做强；满足差异化市场需求，研发生产适合不同消费群体的乳制品，提高国产乳制品竞争力；鼓励企业开展奶酪加工技术攻关，加快奶酪生产工艺和设备升级改造。宏观政策和市场活力不断释放。随着乳制品行业高质量发展，乳业向数字化、智能化转型投入将不断扩大，至2024年我国乳制品市场消费规模有望突破5500亿元。