

2023 年食品工业经济运行报告

中国食品工业协会

2023 年，各地区各部门围绕特色食品产业培育、产业集群、数字化转型、产业链打造等方面出台一系列政策举措，助力中国食品工业高质量发展。我国食品工业（含农副食品加工业、食品制造业、酒饮料和精制茶制造业）稳步增长，以占全国规模以上工业 4.8% 的资产，创造了占 6.7% 的营业收入，完成了占 8.0% 的利润总额。

一、2023 年食品工业发展状况

（一）生产温和增长

2023 年，全国规模以上食品工业（不含烟草制品业）增加值比上年增长 1.2%，增速较上年回落 1.7 个百分点，比规模以上工业增加值增速低 3.4 个百分点。分季度看，一季度食品工业增加值增长 0.1%，上半年增长 0.5%，前三季度增长 0.8%，全年增长 1.2%，增速逐步走高。分大类行业来看，农副食品加工业增加值比上年增长 0.2%，食品制造业增长 3.3%，酒、饮料和精制茶制造业增长 0.8%。

表 1 2023 年食品工业主要产品产量（万吨、万千升）

产品名称	产量	比上年增长 (%)
精制食用植物油	4897.0	5.9
成品糖	1270.6	-13.2
鲜、冷藏肉	3923.5	15.3
乳制品	3054.6	3.1
白酒（折 65 度，商品量）	449.2	-2.8
啤酒	3555.5	0.3
葡萄酒	14.3	2.9
饮料	17499.8	4.1

主要产品供应充足,基本满足消费需求,其中,鲜冷藏肉、乳制品等产量比上年分别增长 15.3%、3.1%。

(二) 食品消费价格低位运行

2023 年,全国居民消费价格比上年上涨 0.2%,其中,食品价格下降 0.3%。分月看,食品价格涨幅呈前高后低态势,并影响 CPI 呈同样走势。受猪肉价格下降影响,下半年各月份食品价格指数基本为下降。12 月份,食品价格同比下降 3.7%,影响 CPI 下降约 0.7 个百分点。其中,猪肉价格下降 26.1%,影响 CPI 下降约 0.4 个百分点,是带动 CPI 同比下降的主要因素;鸡蛋、牛羊肉、食用油和禽肉类价格降幅在 1.7%—8.4%之间。

2023 年,食品类工业生产者出厂价格比上年上涨 0.2%,分月看,也呈前高后低的走势。

(三) 经济效益增速放缓

2023 年,规模以上食品工业企业实现利润总额比上年增长 2.3%,增速较上年放缓了 7.3 个百分点,高出规模以上工业利润增速 4.6 个百分点。分行业看,农副食品加工业利润总额比上年下降 11.0%,食品制造业增长 4.2%,酒、饮料和精制茶制造业增长 8.5%。从行业利润占食品工业比重看,农副食品加工业占比继续下降,食品制造业维持平稳,酒、饮料和精制茶制造业占比继续扩大。

规模以上食品工业企业实现营业收入比上年增长 2.5%,增速较上年放缓 3.1 个百分点,高出规模以上工业营业收入

增速 1.4 个百分点；营业成本增长 1.8%；营业收入利润率为 6.8%，比上年下降 0.2 个百分点。

（四）进出口稳步增长

海关统计数据显示，2023 年，我国食品进出口额 2.0 万亿元人民币，比上年增长 6.0%。其中，出口 5382.3 亿元，增长 5.9%；进口 14629.8 亿元，增长 6.1%；进出口增速与上年比较均有所回落，贸易逆差 9247.5 亿元。

从进出口产品种类看，食用水产品、蔬菜及食用菌和干鲜瓜果及坚果为主要出口食品；粮食、大豆、肉类（包括杂碎）是主要进口食品。

表 2 2023 年食品主要进出口商品统计表

出口			进口		
产品	价值 (亿元)	比上年增 长 (%)	产品	价值 (亿元)	比上年 增长 (%)
食用水产品	1393.8	-7.2	粮食	5780.5	6.6
蔬菜及食用菌	940.0	13.7	其中大豆	4198.9	4.8
干鲜瓜果及坚果	404.0	14.1	肉类（包括杂碎）	1933.2	-8.8
罐头	311.2	9.6	粮食中谷物及谷物粉	1458.0	12.3
酒类及饮料	269.1	25	食用水产品	1362.2	5
肉类（包括杂碎）	133.9	2.8	干鲜瓜果及坚果	1238.7	18.8
粮食	124.5	0.1	食用油	911.4	14.6
茶叶	122.3	-11.7	乳品	847.2	-8.5

二、食品行业发展面临主要问题

（一）原料、包装材料价格上涨，挤压企业利润空间。

豆油、棕榈油、面粉、白糖等原料以及 PET、纸箱、金属罐等包装材料采购价格上涨幅度较大，交通物流费用大幅增长，而食品销售价格上涨有限，企业利润空间收窄。

(二) 食品产业格局总体上仍偏小、弱、散。一方面，各地方都把农食产业作为乡村振兴的主要抓手，企业和产品同质化竞争激烈，产业园区重复建设情况突出；另一方面，精深加工程度不高，产业链条短，产业链融合不深入，大量食品产业停留在简单制造状态，高品质食品有效供给滞后于市场需求。

(三) 自主创新和标准体系滞后。一方面，高端配料和高端装备自主创新力不足，食品产业关键高端装备和安全快检装备仍然依赖进口；另一方面，现行食品标准体系存在部分标准滞后、国内标准与国际标准不接轨、标准配套协调性较差等问题。

(四) 传统渠道销量下降。目前，食品行业进入渠道创新和多元化发展阶段，作为食品销售主通路的商超渠道销量不断下降，线上电商销量增加，而新业态普遍以价格作为主要促销手段，给食品企业的销售带来了新的挑战。

(五) 融资难、融资贵较为普遍。作为传统行业，中小食品企业普遍存在融资难、融资成本高的问题，亟待加大引导和吸引社会资本投向食品工业的力度，鼓励创新食品工业产业金融服务模式，提高社会资本进入食品工业的积极性。

三、食品产业整体发展趋势

随着我国经济社会的发展，食品行业规模不断扩大、食品行业结构不断优化，整体发展呈现以下趋势：

(一) 安全与健康并行，食品产业步入健康转型

民以食为天，食以安为先。2023年中央一号文件强调，要加大食品安全、农产品质量安全监管力度，健全追溯管理制度。“十三五”以来，国家陆续发布了《“健康中国2030”规划纲要》《国民营养计划（2017—2030年）》和《健康中国行动（2019—2030年）》等文件，将健康中国建设提升至国家战略地位。随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，人们对健康食品的需求也在不断增加。消费者越来越注重食品的健康、营养和安全。健康饮食正在成为全球性的消费新趋势，我国食品工业已进入以“营养与健康”为导向的转型发展期。

（二）节能降碳，全面绿色低碳转型

绿色低碳转型是食品工业高质量发展的内在要求，也是食品工业整体发展水平提升的重要推动力。随着科技水平的提高，绿色低碳技术的广泛应用，深入推进绿色低碳转型，推动产品绿色升级，优化协调发展产业生态将成为食品工业未来发展的新路径。

（三）科研创新能力、数字化水平不断提高

近些年，伴随全球食品需求的变化，中国食品行业已经进入依靠科技创新扩大内需、实现转型升级的关键时期。中国食品行业的科研投入逐渐增加，科技创新能力已成为食品工业企业发展的第一动力。加大科技投入，加强产业关键共性技术、数字化、智能化技术及产品的创新研究，加快科研成果产业化，提高产品质量升级速度，提高产品创新能力和水

平，将成为实现食品工业高质量发展的必由之路。

（四）地方特色食品产业不断壮大，效益不断提升

广西有柳州螺蛳粉、福建武夷有大红袍、江苏南京有盐水鸭……各地都有当地独具特色的地方特色小吃等。围绕“产业特色化”和“特色产业化”，各地涌现出大量特色食品产业集群。《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》提出，到2025年，传统优势食品产区规模不断壮大，地方特色食品产业发展质量和效益不断提升，形成百亿龙头、千亿集群、万亿产业的发展格局。在特色食品产业“百花齐放”的发展格局下，未来，地方特色食品产业将进一步培育壮大。

（五）行业品牌效应持续扩大，市场整体走向品牌化

品牌价值是企业或产品的一种极为重要的无形资产，其蕴藏着企业的技术实力和创新潜力，彰显着行业的发展活力和内生动力。面对食品市场激烈的竞争环境，产品品牌在一定程度上代表着产品质量，一个好的品牌可以让消费者降低安全顾虑。品牌在巩固企业市场地位、突出品牌特色以及知名度等方面发挥着重要的作用。品牌效应的建立是长周期行为，做好品牌营销与产品深耕是实现品牌效应的基础，也是食品企业在发展壮大过程中的必经之路，品牌化是食品行业未来发展的关键。

（六）预制菜风头依然强劲，行业发展迎来新机遇

2023年2月13日，预制菜产业首次被写入中央一号文

件。在政策红利、消费需求、技术升级等多重因素的加持下，预制菜市场将进一步走向规范化、标准化、专业化，预制菜行业的食品安全监管将进一步加强，行业标准将日趋完善，研发预制菜的企业将从科技研发、产品创新、营养搭配等多维度加强投入，以满足多样化消费场景、满足不同消费人群的需求。