

2011年中国消费品行业 投资研究报告

Zero IPO 清科集团
Zero2IPO Group



关于清科研究中心

清科研究中心于2001年创立，致力于为大中华区的众多的有限合伙人、VC/PE投资机构、律师事务所、会计师事务所、投资银行、研究机构等提供专业的研究报告和各种行业定制研究服务。研究范围涉及创业投资、私募股权、新股上市、兼并收购领域，涉及研究内容包括VC/PE投资情况，投资回报，人民币私募股权基金募集，私募股权房地产基金发展等系列专题研究，以及TMT、清洁科技、生技/健康、传统行业等10大行业，每年主题报告出版量高达50份。经过近十年的积累和发展，目前清科研究中心已成为中国该领域最专业及权威的研究机构。

关于普华永道

普华永道致力于提供切合各行业所需要的审计、税务及咨询服务，以提升客户的价值。普华永道零售及消费品行业服务团队由来自全球50多个国家的专业人员和地区行业领袖组成。我们的中国专家团队致力于协助零售及消费品企业进行上市、购并及融资活动，同时帮助企业解决供应链管理、财务内控、公司治理、税务筹划等业务相关问题，以提升管理效率及企业绩效。

普华永道中国大陆、香港、台湾及新加坡事务所已根据各地适用的法律协作运营。整体而言，员工总数逾14,000人，其中包括约620名合伙人，分布于以下城市：北京、香港、上海、新加坡、台北、重庆、中坜、大连、广州、杭州、新竹、高雄、澳门、南京、宁波、青岛、深圳、苏州、台中、台南、天津、厦门及西安。

报告概览

消费品市场是一个与百姓日常生活休戚相关的大市场，国家经济形势的下行与上扬，人民收入水平的降低与提高，人口数量规模的减少与增加，乃至新生儿、老龄化等等因素，都可以成为影响消费品市场的关键因素之一。衣、食、住、行的纵向切面，原材料种植、采购、生产、流通的横向切面，都是消费品市场的真实写照。面对如此巨大的市场，从服装鞋帽到家用电器、从食品饮料到家居用品，从特色酒楼到连锁超市，资本将如何取舍？投资机会将如何把握？各细分品类的投资风险又如何？

《2011年中国消费品行业投资研究报告》是普华永道和清科研究中心再度合作的重要成果之一。本报告分析中国消费品行业的市场发展信息、所涉及的政策法规、主要企业资料以及中国地区的创业投资与私募股权投资基金投资案例、并购和上市数据等信息。所有数据来自定期调查问卷和电话访问，经过多方核对，并保持数据更新，以保证数据分析的及时、精准及权威性。

中国消费品行业发展环境分析发现：

2010年，中国消费品行业发展环境呈现如下七点发展特征：

1. 中国经济整体走势趋好，推动中国消费品行业的快速发展
2. 城镇及农村人口人均消费性支出不断增加
3. 城镇化及新农村进程的提速进一步加快居民消费转型
4. 中国“十二五”纲要提出扩大消费需求的长效机制，为中国消费品市场的提速发展注入强心剂
5. 消费品进口关税进一步下调，拉升中高端消费品市场
6. 2011年中国经济发生通胀的可能性较小，但仍面临不小压力
7. VC/PE市场关注并频繁出手消费品市场，资本推波助澜

中国消费品市场发展现状分析发现:

尽管消费品细分市场各自均存在不同的发展特点,但从消费品市场本身的发展情况来看,2010年中国消费品行业发展现状呈现如下五点共性:

1. 2010年消费品市场热点消费领域贡献突出
2. 消费品市场消费仍然呈现区域发展不均衡的特点消费品领域“品牌为王”的特性较为明显
3. 2010年中国奢侈品市场消费日渐抬头,境外消费占主导
4. 连锁、电子商务等新兴商业模式的兴起,为消费品提供了多层次的售卖渠道

中国消费品行业发展趋势分析发现:

尽管消费品细分市场各自均存在不同的发展特点,但从消费品市场本身的发展情况来看,2010年中国消费品行业发展现状呈现如下五点共性:

1. 消费品城乡市场同步发展,乡村市场带动作用日渐凸显
2. 纺织服装鞋帽等行业的“两端”消费市场前景向好
3. 奢侈品市场进入快速发展期
4. 食品及饮料行业的安全问题犹存,绿色食品消费趋势渐现
5. “品牌化”仍是消费品市场发展的主要方向
6. 电子商务渠道不断得到传统消费品企业的重视

中国消费品重点细分领域发展现状分析发现:

食品&饮料市场发展现状呈现六大特征:

1. 中国规模以上食品&饮料制造企业产成品规模不断扩大
2. 中国居民食品消费价格指数不断上扬,食品消费支出逐年小幅增长
3. 食品供应链较为复杂,各个参与主体均是经济利益体的重要组成部分
4. 大部分中国食品企业仍呈现“小、乱、散”局面
5. 中国食品安全问题成为食品行业发展的主要障碍之一
6. 食品饮料跨境并购频发,上游产业投资价值凸显

食品&饮料市场投资情况分析发现:

据清科研究中心数据库最新数据显示,2005-2011年上半年,已经披露的中国食品行业的投资事件为159起,其中已经披露投资金额的投资案例为127起,披露的投资金额总额为47.20亿美金,平均投资金额为3716.45万美金。相比于其他行业而言,中国食品行业的投资事件频发,尤其是2009年及2010年,更是在披露的投资案例金额及投资事件案例数创历史记录。主要原因有两点:一是继次贷危机之后,世界经济处于萎靡发展期,各类行业抗经济危机的能力有限,相比而言,食品行业抗经济危机及通胀韧性较大,投资风险相对较小;二是随着中国消费者可支配收入的不断增加,食品作为主要的消费领域之一,将会带来相对稍高的投资回报。不过,2011年上半年,中国食品饮料行业的投资事件锐减,主要是食品安全事件频发,影响了资本对市场的信心与判断。

另据数据显示,2005年-2011年上半年,已经披露的食品行业的投资事件中,液态乳及乳制品制造企业的投资案例数及投资案例金额均名列各细分领域榜首,已经披露的投资事件为37起,披露投资金额总额为17.04亿美金,平均投资金额为4605.81万美金。此外,肉制品及副产品加工、软饮料制品、酒制造、休闲食品等领域投资事件也较多。

中国消费品行业投资风险与机会分析发现:

投资风险:

中国消费品市场是一个涵盖众多领域的市场,投资人面临众多投资机会的同时,也面临来自不同细分领域的投资风险。我们分析认为,中国消费品市场面对的主要投资风险如下:

1. 食品行业:食品安全不可控性且极易形成“牵一发而动全身”的连锁反应
2. 服装行业:品牌林立,市场突围尚需时间
3. 日化用品行业:海外品牌的强力竞争,品牌及资金壁垒较高
4. 家电行业:小家电市场竞争激烈,行业面临洗牌的风险
5. 保健品行业:面临行业标准确立的风险

投资机会:

中国消费品市场细分领域投资机会贯穿至产业链上下游环节。从中国消费品细分领域来看,投资机会主要集中在以下几个方面:

1. 食品行业:休闲食品、方便食品及乳制品制造企业
2. 饮料行业:酒精制品、鲜果饮料制品企业
3. 保健品制品企业
4. 服装纺织行业:休闲服装、快时尚女装、男装制造企业
5. 家电行业:小家电制造企业

从中国消费品产业链上下游参与者来看,投资机会主要集中在农林牧渔行业企业、物流行业企业、消费品传播渠道企业、消费品品牌构建与设计企业等四个方面。

服装市场发展现状呈现六点特征:

1. 中国服装销售规模及规模以上服装制造企业产成品规模不断扩大,但市场集中度相对不高
2. 中国居民衣着消费价格指数不断提升,衣着消费支出逐年递增
3. 中国服装纺织行业以“廉价赚取眼球”的时代已经逝去,转型升级已成定势
4. 女装市场仍将保持一定的增长速度,男装市场品牌化趋势日渐明显,童装市场增长提速
5. 快时尚将成为中国服装企业一种运作模式
6. 电子商务成为服装产品销售最具成长性的渠道之一

2010年中国服装行业百强企业分析发现:

1. 入选门槛水涨船高,未来领先企业通过资本运作扩大规模战略涌现
2. 百强企业主营服装品类较为集中
3. 企业分布以江浙为主,区域集中特点较为明显
4. 中国服装市场竞争分散,尚未形成少数企业垄断的格局

日化用品市场发展现状呈现五点特征:

1. 本土日化用品产成品规模持稳,海外品牌充斥中国日化用品市场
2. 中国日化企业参与者日渐多元化,市场竞争格局转变为本土与国际品牌共同主导
3. 奢侈品日化产品已经逐渐成为大众消费品
4. 一线城市日化用品格局较为稳定,二三级的城乡市场成为日化企业竞争焦点
5. 日化用品尤其是化妆品消费渠道多面布局,电商渠道备受重视

家电行业发展现状呈现六大特点:

1. “家电下乡”政策拉升中国农村市场家电消费
2. 中国家电市场销售规模稳步攀升,城镇及农村居民相关领域人均消费性支出增加
3. 中国规模以上企业家用电器市场产成品规模不断增加,但仍呈分散态势
4. 中国小家电市场迎来了黄金发展期
5. 电商渠道已经成为中国家电销售的主要渠道,各类相关企业齐聚电商平台
6. 资本对家电市场投资力度不足

目录

1. 中国消费品行业发展概述	1
1.1. 消费品行业简述	2
1.2. 2010年中国消费品行业发展环境分析	3
1.3. 2010中国消费品行业发展现状分析	9
1.4. 中国消费品行业产业链分析	11
1.5. 2011年中国消费品行业发展趋势总体分析	13
2. 中国消费品行业重点细分领域发展现状分析	15
2.1. 食品&饮料行业	16
2.2. 服装行业	23
2.3. 日化用品行业	34
2.4. 家电行业	38
3. 2005-2010年中国消费品行业投资统计分析	43
3.1. VC/PE投资统计分析	44
3.2. 细分领域投资统计分析	49
3.3. M&A统计分析	50
3.4. IPO统计分析	51
3.5. 投资案例集锦	53
4. 中国消费品行业投资机会与风险分析	57
4.1. 中国消费品行业投资机会分析	58
4.2. 中国消费品行业投资风险分析	60

图表目录

图表1	中国消费品市场分类一览表	2
图表2	2005-2010年中国GDP变化情况	3
图表3	2005-2010年中国社会消费品零售总额变化情况	4
图表4	2005-2010年城镇居民与农村居民人均收入与支出	4
图表5	2005-2010年中国城镇居民人均消费性支出情况	5
图表6	2005-2010年中国城镇居民人均消费性支出构成情况	6
图表7	2005-2010年中国农村居民人均消费性支出情况	6
图表8	2005-2010年中国农村居民人均消费性支出构成情况	7
图表9	2005-2010年中国总人口与城镇化率发展情况	7
图表10	2010年6月-2011年6月中国CPI变化情况	8
图表11	2005-2010年中国网上零售市场交易规模	10
图表12	中国消费品行业产业链示意图	11
图表13	中国消费品行业成本摊销示意图	12
图表14	2005-2010年中国规模以上食品制造企业产成品规模情况	16
图表15	2005-2010年中国规模以上食品制造企业产成品规模构成情况	17
图表16	2005-2010年中国规模以上饮料制造企业产成品规模情况	18
图表17	2005-2010年中国规模以上饮料制造企业产成品规模构成情况	18
图表18	2010.01-2011.06中国居民消费价格与食品消费价格指数情况	19
图表19	2005-2010年中国城镇/农村居民人均食品消费性支出情况	20
图表20	2005-2011年上半年中国食品饮料行业投资情况	22

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16177

