食品工业企业利润增长明显

6206.6 亿元
数字

2020 年 1~12 月，全国食品工业规模以上企业实现利润总额 6206.6 亿元，同比增长 7.2%，高出全部工业 3.1 个百分点。其中，农副食品加工业实现利润总额 2001.2 亿元，同比增长 5.9%；食品制造业实现利润总额 1791.4 亿元，同比增长 6.4%；酒、饮料和精制茶制造业实现利润总额 2414.0 亿元，同比增长 8.9%。

罐头制造企业营业收入明显下降

10.5%
数字

2020 年 1~12 月，全国规模以上罐头食品制造企业营业收入 1170.8 亿元，同比下降 10.5%；利润总额 69.7 亿元，同比下降 11.5%。

饮料制造企业产量、营业收入均下降

16347.3 万吨
数字

2020 年 1~12 月，全国规模以上饮料制造企业产量达到 16 347.3 万吨，同比下降 7.7%。其中，12 月当月饮料产量 1254.9 万吨，同比下降 9.6%。全国规模以上饮料制造企业营业收入 3007.3 亿元，同比下降 8.6%。

展会

LET China 2021
中国（广州）国际物流装备与技术展览会
展会时间：2021 年 5 月 25~27 日
展会地点：中国进出口商品交易会馆 B 区
主办单位：汉诺威米兰佰特展览（广州）有限公司

CIEX 2021
中国（天津）国际工业博览会
展会时间：2021 年 6 月 3~6 日
展览地点：天津梅江会展中心
主办单位：天津振威展览股份有限公司

LogiMAT China 2021
国际内部物流解决方案及流程管理展览会
展会时间：2021 年 6 月 16~18 日
展览地点：上海新国际博览中心
主办单位：德国汉诺威展览公司

食品饮料开启数字化转型之旅

新冠疫情带来的挑战，加快了我国数字化的发展进程，同时也给各行业带来了新一轮的变革。食品饮料行业的数字化转型更是势在必行，尽管大多数食品饮料企业认为数字化是其业务不可或缺的一部分，但实际上食品饮料行业的数字化发展依然处于逐步深入的阶段。

在双循环和新消费时代下，食品及加工行业从生产到销售整个产业链的发展模式正在发生深刻变革，从生产源头到消费终端环节都与互联网进行融合，智慧化工厂、数字化车间日益成为食品行业中的发展热点。以数字化、信息化、智能化为突破口，深入推进食品及加工企业的数字化转型，打造数字化供应链，形成产业链上下游和跨行业融合的数字化生态体系，才能引领整个行业往更高的方向发展。

从价值链来看，营销端和制造端是食品饮料行业数字化最重要的两个领域。营销数字化是通过不同的消费场景，把合适的产品传递给精准定位的用户群，同时捕捉新需求，用于驱动新一轮产品创新迭代。而制造数字化的目标则是建立柔性高效的制造供应链，围绕用户需求实现敏捷创新、高效生产和快速上市，并实现成本最优。

面对不断上升的成本压力，食品行业都比较注重产业链上下游数字化建设，众多知名食品企业已经实现数字化建设。工程师们可以根据订单和生产需求的变化迅速修改工艺参数及调整工艺步骤，使得工厂可以更加从容地应对市场环境的变化。

食品饮料企业数字化转型成功，会更加灵活和柔性的生产能力。数字化助力企业实现高效率生产和柔性制造，以模块化、柔性化的生产能力最大化地满足消费者的个性化需求；更短的产品创新周期。企业可以根据全新的消费者需求，从产品配方、口味、包装等方面，缩短新产品设计时间，并且能够高效集成多个生产环节，最终完成产品创新的快速迭代和优化；更高的质量和安全性。配方和工艺的标准化与数字化有助于保证口味的一致性，实现覆盖制造流程闭环的质量管理。同时，企业通过全供应链的追踪与追溯，可确保全流程透明化，从而提升产品价值；实现精益管理。借助数字化，企业可以提升效率，减少浪费，优化制造流程，降低能源消耗，减少工人数量、工作强度和复杂性，从而降低人工成本。

声音 VOICE

数字化成为食品工业转型的必然趋势

数字化成为食品工业转型的必然趋势，尤其是“十四五”期间，人们对食品工业数字化提出了更高的要求，将数字化作为最重要的内容。推进数字化建设是要实现更高的效率、更少的人员、更严格的管理、更高的服务、更严格的管理、更便捷的服务。这样企业才能经受住市场的考验，才能在市场竞争中立于不败之地。

——中国食品和包装机械工业协会理事长楚玉峰