

2018年中国燕麦行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

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《2018年中国燕麦行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/shipin/330860330860.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

一、行业竞争格局和市场化程度

我国燕麦食品行业企业数量不多，国内企业主要集中在北方的河北、内蒙等地和南方的广东、广西等地，产业集群效应明显，行业集中度较高。目前，我国燕麦食品品类相对较少，各企业产品同质化较严重，主要以燕麦片为主导，新型燕麦食品推出缓慢，产品竞争充分，市场化程度较高。

综合燕麦食品企业品牌知名度、营销渠道和产销规模来看，我国燕麦食品行业大致形成了三个层级的竞争格局。第一层级企业品牌知名度高，以桂格、西麦、雀巢等为代表，营销渠道遍布全国，属于全国性燕麦食品企业，燕麦原粮供应有保障，工艺技术领先，产品品类丰富，质量管控严格，营销渠道广泛，市场竞争力强，对行业的发展有助推作用，具备较强的市场竞争能力，享有较高的市场份额；第二层级企业为区域性燕麦食品企业，以所属区域为核心经营，在该区域内表现相对突出，拥有较强市场竞争能力，获得一定的市场份额；第三层级企业规模小，数量相对较多，缺乏自主品牌和渠道，市场份额较小。随着我国食品安全控制标准进一步严格，未来相当一部分规模小、技术弱的企业将因不能达到国家标准而被市场所淘汰，而以桂格、西麦、雀巢等为代表的品牌企业将确立行业主导地位，实现生产集约化，逐步推动我国燕麦食品行业向规模化和规范化方向发展。

根据欧睿国际统计数据显示，在包括热食、冷食的燕麦食品市场中，2016 年终端品牌市场占有率排名前五名的分别是桂格、西麦、雀巢、家乐氏及皇室，各自的市场占有率分别为 17.30%、16.20%、9.60%、4.20%及 2.80%。市场排名前五大品牌合计占有的市场份额超过 50%。2012 年至 2016 年间，国内燕麦市场的第一梯队品牌为桂格、西麦与雀巢，三者合计占有超过 43%的市场份额，与皇室、金味、早早麦等第二梯队品牌相比领先优势较为明显。

图表：2012 -2016 年间国内燕麦终端品牌市场占有率

注：雀巢与家乐氏为同品牌下的不同产品合并统计。

行业内主要竞争对手情况：

1、桂格燕麦公司

桂格燕麦公司 1901 年成立于美国芝加哥，前身是由数间美国燕麦碾磨及生产公司共同创办。2001 年，百事公司（股票代码 NYSE:PEP）收购了桂格公司。桂格燕麦公司主营燕麦食品，包括即食燕麦片、三合一燕麦片、燕麦方脆及其他燕麦产品等，产品覆盖全球主要国家和地区，是国际知名的燕麦食品企业之一。

2、雀巢食品公司

雀巢食品公司创始于 1866 年，现在的总部位于瑞士，业务覆盖多种类的食品和饮料。1991 年，雀巢麦片以独立袋装的即食谷物饮品形式首先迅速占领台湾市场，随后逐步进入中国大陆地区、菲律宾、泰国等国家和地区。雀巢食品公司的燕麦食品主要包括雀巢燕麦基本系列、牛奶燕麦片系列、风味燕麦粥系列及营养谷物早餐系列等。

3、家乐氏公司

家乐氏公司成立于 1906 年，总部设在美国，是一家全球知名的谷物早餐和零食制造商，已于美国纽约证券交易所上市（股票代码 NYSE:K），产品已销往全球 100 多个地区。家乐氏公司销售的主要产品包括玉米片系列、水果麦片系列、即食燕麦系列、以及可可球系列等。

4、汕头市金味食品工业有限公司

汕头市金味食品工业有限公司为新加坡味驰品食集团在中国投资设立的公司。新加坡味驰品食集团（原新加坡金味集团）是 1990 年成立的经营和生产营养食品的跨国公司，总部设在新加坡，并在马来西亚、缅甸、泰国、越南等国家市场进行销售。1991 年正式投资中国市场，在中国广东省汕头市投资设立了汕头市东方糖果食品有限公司和汕头市金味食品工业有限公司，生产经营糖果、即溶固体饮料、速食麦片、膨化食品。

“金味”品牌旗下产品主要以各种种类的麦谷粮类食品为主，包括金味系列三合一麦片、纯生燕麦片、即溶咖啡等系列产品。

二、进入本行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

随着食品消费结构和消费习惯的转变，人们在消费过程中更为关注食品的质量安全与产品品牌。我国燕麦食品市场主要品牌经过多年的沉淀、长期的积累，建立了严格的产品质量控制体系和强大的产品研发体系，在对产品、品牌的不断宣传推广过程中，终获得了消费者对燕麦食品质量安全的认可和对产品品牌的信赖，信赖品牌、消费品牌成为燕麦食品行业的趋势和必然。企业品牌形象一旦树立，会对消费者产生较好的黏性，消费者会习惯性地消费知名品牌产品。新进企业在短时间内塑造一个知名品牌，既要投入大笔的宣传费用，也需要长时间的积累。因此，品牌是进入燕麦食品行业重要壁垒之一。

2、营销渠道壁垒

营销渠道对于燕麦食品企业的发展至关重要。燕麦食品行业营销渠道主要有线下和线上渠道。线下渠道主要有两类：一类是大型连锁商超，该类渠道通常采取与企业直接签进场协议或通过区域经销商进驻卖场，对企业资质要求较严，因此进入的均为受众广泛、质量可靠的知名品牌。大型连锁商超占据零售行业的高端渠道，在产业链中居于强势地位，进入门槛较高。另一类小型超市、便利店或食品零售店等，该类渠道要求相对宽松，但规模效益小，维护难度较大且成本较高，对企业的管理和资金实力要求较高。线上渠道主要涵盖了目前几大主流电商平台以及企业各自搭建的线上销售平台，是燕麦食品行业营销渠道重要的发展方向。

目前，大型燕麦食品企业在销售网络、渠道建设方面都经历了较长时间的积累和维护，其营销渠道已日趋成熟和完善，并拥有长期合作的客户和稳定的消费群体。新进企业要在燕麦食品市场获得相应份额，必须建立较完善的营销渠道，而完善的营销渠道需要耗费较长时间维护和培育健全的营销队伍，必然面临较高的营销渠道壁垒。

3、产品质量控制壁垒

食品安全直接关系到消费者的饮食健康问题，政府和公众高度关注，国家对食品安全的监管力度正在不断加强。《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规的出台，对燕麦食品行业的产品质量提出了更高的要求，尤其是在食品安全风险

分析与控制能力、检测技术和控制方式等方面加强了监管，对燕麦食品企业的工作环境、生产过程、质量检测等环节提出更高的标准。一般企业或是新进企业较难在短期内达到较高的质量标准，这需要新进企业经过长时间的经验积累，并具备严格的质量管控，对新进企业形成较高的壁垒。

4、规模和资金壁垒

规模化生产能力使得燕麦食品企业具有多方面优势。首先，具备大规模生产能力的企业更容易获得产业链上游供应商及下游销售渠道的认同，并逐渐形成上下游互惠互利的长期战略合作关系。其次，规模化生产带来长期稳定的采购需求可为企业提供较强的议价能力，在降低采购成本及生产成本的同时提升产品质量，形成多方面的竞争优势。燕麦食品企业要形成规模化生产，必须要以雄厚的资金实力为支撑，资金实力是维持规模化生产和持续经营的首要条件，而企业规模化生产往往受制于土地、厂房、生产设备、营销渠道等重要资源，购买和控制这些资源需要具备大量的资金储备。因此，对企业的资金实力和融资能力有较高的要求。新进企业短期内无法形成规模、成本、效率等多方面协同效应，需要通过不断的资金投入来扩大产能、扩张渠道、加大宣传等，行业具有较高的规模和资金壁垒。

观研天下发布的《2018年中国燕麦行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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、燕麦T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 2015-2017年中国燕麦行业发展概述

第一节 燕麦行业发展情况概述

- 一、燕麦行业相关定义
- 二、燕麦行业基本情况介绍
- 三、燕麦行业发展特点分析

第二节 中国燕麦行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、燕麦行业产业链条分析
- 三、中国燕麦行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国燕麦行业生命周期分析

- 一、燕麦行业生命周期理论概述
- 二、燕麦行业所属的生命周期分析

第四节 燕麦行业经济指标分析

- 一、燕麦行业的赢利性分析
- 二、燕麦行业的经济周期分析
- 三、燕麦行业附加值的提升空间分析

第五节 中国燕麦行业进入壁垒分析

- 一、燕麦行业资金壁垒分析
- 二、燕麦行业技术壁垒分析
- 三、燕麦行业人才壁垒分析
- 四、燕麦行业品牌壁垒分析
- 五、燕麦行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球燕麦行业市场发展现状分析

第一节 全球燕麦行业发展历程回顾

第二节 全球燕麦行业市场区域分布情况

第三节 亚洲燕麦行业地区市场分析

- 一、亚洲燕麦行业市场现状分析
- 二、亚洲燕麦行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲燕麦行业市场前景分析

第四节 北美燕麦行业地区市场分析

- 一、北美燕麦行业市场现状分析
- 二、北美燕麦行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美燕麦行业市场前景分析

第五节 欧盟燕麦行业地区市场分析

- 一、欧盟燕麦行业市场现状分析
- 二、欧盟燕麦行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟燕麦行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界燕麦行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球燕麦行业市场规模预测
- 第三章 2015-2017年中国燕麦产业发展环境分析
 - 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、全社会消费品零售总额
 - 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 中国燕麦行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 第三节 中国燕麦产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、燕麦环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析
- 第四章 2015-2017年中国燕麦行业运行情况
 - 第一节 中国燕麦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 中国燕麦行业市场规模分析
 - 第三节 中国燕麦行业供应情况分析
 - 第四节 中国燕麦行业需求情况分析
 - 第五节 中国燕麦行业供需平衡分析
 - 第六节 中国燕麦行业发展趋势分析
- 第五章 中国燕麦所属行业运行数据监测
 - 第一节 中国燕麦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 中国燕麦所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国燕麦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 2015-2017年中国燕麦市场格局分析

第一节 中国燕麦行业竞争现状分析

一、中国燕麦行业竞争情况分析

二、中国燕麦行业主要品牌分析

第二节 中国燕麦行业集中度分析

一、中国燕麦行业市场集中度分析

二、中国燕麦行业企业集中度分析

第三节 中国燕麦行业存在的问题

第四节 中国燕麦行业解决问题的策略分析

第五节 中国燕麦行业竞争力分析

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 2015-2017年中国燕麦行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国燕麦行业消费特点

第二节 中国燕麦行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第二节 燕麦行业成本分析

第三节 燕麦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

第四节 中国燕麦行业价格现状分析

第五节 中国燕麦行业平均价格走势预测

- 一、中国燕麦行业价格影响因素
- 二、中国燕麦行业平均价格走势预测
- 三、中国燕麦行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国燕麦行业区域市场现状分析

第一节 中国燕麦行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地燕麦市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区燕麦市场规模分析
- 四、华东地区燕麦市场规模预测

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、华中地区燕麦市场规模分析
- 四、华中地区燕麦市场规模预测

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、华南地区燕麦市场规模分析

第九章 2015-2017年中国燕麦行业竞争情况

第一节 中国燕麦行业竞争结构分析（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 中国燕麦行业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 中国燕麦行业竞争环境分析（燕麦T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 燕麦行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国燕麦行业发展前景分析与预测

第一节 中国燕麦行业未来发展前景分析

一、燕麦行业国内投资环境分析

二、中国燕麦行业市场机会分析

三、中国燕麦行业投资增速预测

第二节中国燕麦行业未来发展趋势预测

第三节中国燕麦行业市场发展预测

- 一、中国燕麦行业市场规模预测
- 二、中国燕麦行业市场规模增速预测
- 三、中国燕麦行业产值规模预测
- 四、中国燕麦行业产值增速预测
- 五、中国燕麦行业供需情况预测

第四节中国燕麦行业盈利走势预测

- 一、中国燕麦行业毛利润同比增速预测
- 二、中国燕麦行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国燕麦行业投资风险与营销分析

第一节 燕麦行业投资风险分析

- 一、燕麦行业政策风险分析
- 二、燕麦行业技术风险分析
- 三、燕麦行业竞争风险分析
- 四、燕麦行业其他风险分析

第二节 燕麦行业企业经营发展分析及建议

- 一、燕麦行业经营模式
- 二、燕麦行业销售模式
- 三、燕麦行业创新方向

第三节 燕麦行业应对策略

- 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2018-2024年中国燕麦行业发展策略及投资建议

第一节 中国燕麦行业品牌战略分析

- 一、燕麦企业品牌的重要性
- 二、燕麦企业实施品牌战略的意义
- 三、燕麦企业品牌的现状分析
- 四、燕麦企业的品牌战略
- 五、燕麦品牌战略管理的策略

第二节中国燕麦行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国燕麦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 2018-2024年中国燕麦行业发展策略及投资建议

第一节中国燕麦行业产品策略分析

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 中国燕麦行业定价策略分析

第二节中国燕麦行业营销渠道策略

一、燕麦行业渠道选择策略

二、燕麦行业营销策略

第三节中国燕麦行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国燕麦行业重点投资区域分析

二、中国燕麦行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/330860330860.html>