

2017-2022年中国燕麦片行业发展现状分析及投资 方向研究报告

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《2017-2022年中国燕麦片行业发展现状分析及投资方向研究报告》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/292424292424.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

1我国燕麦片产业发展历程

我国燕麦片发展大致可分为4个阶段，即产区农家自产自用阶段、商业化初始尝试阶段、作为功能保健食品的兴起阶段和消费市场启动进入快速发展阶段。

1.1产区农家自产自用阶段

燕麦片起源于我国，发展于欧洲、美洲、澳洲，是我国40多种燕麦传统食品之一，由于整粒压片后酷似古钱币，所以被称之为“莜麦钱钱”。“莜麦钱钱”又根据加工方法的差异及口味的不同可分为“生莜麦钱钱”和“熟莜麦钱钱”2种。“生莜麦钱钱”的加工方法是，先将莜麦清筛干净，然后淘洗掬干，用石碾压片，最古老原始的压片方法是用擀面棒擀压，或用石杵、石钵砸捣，后来发展为石碾压制，再后来20世纪八九十年代一些小型作坊企业用压面条机挤压的方法。“熟莜麦钱钱”与“生莜麦钱钱”加工方法不同。“熟莜麦钱钱”清筛淘洗后，需上锅炒制，然后洒水蒸焖后压片。“生莜麦钱钱”熬粥口感为润滑黏稠，“熟莜麦钱钱”的特点是燕麦香味浓郁。由于加工食用方便，在20世纪60年代之前，一直做为产区农家自产自用的一种燕麦传统食品被应用。

1.2商业化初始尝试阶段

我国燕麦片作为一种商品上市销售，始于20世纪60年代，当时的燕麦片加工厂有2家，即河北省张家口长城麦片厂生产的“拖拉机”牌燕麦片和天津杏林食品厂生产的“杏林”牌燕麦片。但是，由于在麦粒清选过程中采用人工挑选法，提高了成本和费用，后来由于成本高、设备简陋，在文化大革命中期全部停产。这个阶段可称之为我国燕麦片生产的商业化初始尝试阶段。

1.3作为功能保健食品的兴起阶段

20世纪80年代，中国农科院品种资源研究所燕麦资源研究室陆大彪先生汇同北京大学生物系、北京海淀医院、北京市心肺中心、北京市同仁医院、北京市协和医院、北京医科大学等18家医院组建了燕麦降脂作用研究协作组。经研究证实裸燕麦具有降脂功效，并通过临床试验认为不同裸燕麦品种间降脂效果有一定的差异。通过与河北省张家口地区坝上农科所杨才研究员的育种团队合作，筛选出“冀张莜1号”（578）和“三分三”做为燕麦片降脂原料品种，并在河北省张家口坝上创建了降脂燕麦片原料生产基地，从此引发燕麦片加工的热潮。

中国农科院品种资源研究所兴建了自己的燕麦加工厂，即后来的“世壮”牌燕麦片，张家口坝上农科所、山西省农科院高寒所等一些燕麦科研单位也兴建了自己的试验用燕麦片加工厂，一些县社也创办了一些麦片加工企业。大中型的麦片加工厂有内蒙古武川县麦片厂、山西山阴麦片厂、上海金山麦片厂等。但是，由于燕麦降脂功效的宣传不到位、消费者不认可，再加上加工技术落后、成本高、效益差、经营不善等原因，除少数厂家外，多数企业已下马或转让，其中包括20世纪90年代初进入中国的美国老牌麦片加工企业“桂格”公司也退出了中国市场。

1.4消费市场得以启动后的快速发展阶段

进入20世纪90年代，在各种因素的促动下，撬动了燕麦片消费市场，我国燕麦片市场得以启动，进入快速发展时期。首先，通过前期的燕麦片上市，让消费者认识到燕麦片确有降“三高”的功效；其次，农业部项目的支持，强化了燕麦科研团队，燕麦的保健功效得以广泛宣传，影响力扩大；同时，燕麦保健功效在1997年得到美国食品与药品监督管理局的认可，我国卫生部于1997年也批准“世壮”牌燕麦片可冠以保健品的标志，集多因素促动了我国燕麦片产业的发展，使我国燕麦片产业进入快速发展阶段。该阶段可分为2个时期，即进口分装期和自行加工期。

1.4.1进口分装期

由于市场的快速启动，加工企业、加工生产量远远不能满足对市场的需求，因此在我国南方的广东、广西、上海等省市上马了多家燕麦片经销企业，如上海的欧德麦和广西的早早麦、西麦等，但是这些企业由于前期资金不足、技术力量差等原因，多为进口分装为主。此阶段还创建了一批中小型复合麦片厂，如福建的金维他、广东的黑牛、喜传等，最多时达到20多家。

1.4.2自行加工期

到20世纪90年代末21世纪初，一些以进口分装为主的麦片企业，资本得以积累，看到了燕麦片发展的前景，转型做燕麦片加工，如南方广西的“西麦”、北方内蒙古的“赛宝”等；同时，境外的一些企业纷纷投资我国燕麦片行业，如新加坡的“皇室”、马来西亚的“金味”、我国香港的“日隆”，以及后期的“百事桂格”等。这些大中型麦片加工企业主要以生产“即食麦片”为主，而“快熟麦片”由于投资少、工艺比较简单，多产生于北方燕麦产区的中小型企业，如河北省张家口的万全县就有13家“快熟麦片”加工厂家，年加工生产量达到 $5 \times 10^4 \sim 10 \times 10^4$ t

，产品销往全国30多个省市自治区。燕麦片的发展，促进了裸燕麦米加工技术的研究与发展。

21世纪初，首先由河北省张家口市农科院（原张家口市坝下农科所）杨才研究员与万全县麦片加工厂，以及上海欧德麦公司合作研发出“裸燕麦米加工技术”，制订了“国产裸燕麦米生产标准”，至此形成了以万全苏家桥镇为中心、张北县和崇礼县为补充的张家口裸燕麦米加工集散地，几年中共建成25家裸燕麦米加工厂和50多条生产线，年加工量达15×10⁴~20×10⁴t。燕麦片的发展，促进了燕麦米的加工，燕麦米的加工带动了燕麦种植业的发展，增加了收入，解决了农民卖燕麦难的问题，同时促进了燕麦片加工原料由进口向国产发展的步伐。

图：2009-2015年我国燕麦片产量走势图 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2009-2015年我国燕麦片消费量走势图 资料来源：公开资料，中国报告网整理

2我国燕麦片产业发展战略

2.1搞好宣传，开拓市场

近年来，我国燕麦片产业由于加大了宣传力度，产品的保健效应得到了消费者的认可，相比以往发展势头较好，但对于一个拥有13亿人口的大国来说，与20×10⁴~30×10⁴t/年的燕麦片消费量显然不相称。分析主要原因仍然是宣传力度不到位，因此我国应组织燕麦生产企业、科研教学单位、医务营养学家以及政府有关部门，以“一碗麦片粥提高人民健康水平”为主题，开展广泛宣传，从而扩大消费人群，得以开拓市场。

2.2制定标准，保证品质

没有统一的标准，市场上生产销售的燕麦片品质参差不齐、以假充真，保健功能大打折扣，影响了燕麦片产业的健康发展。所以，相关单位应尽快组织专家制定国家级燕麦片生产标准。

2.3创建基地，提高品质

我国燕麦主要种植在高纬度、高海拔的边远地区，虽然经济欠发达、工业化程度低，但是空气、水、土资源无污染，人多地少，便于轮作倒茬；农牧交错，有机肥源充足；气候冷凉，种燕麦病虫害少。因此，各有关企业和政府要扬长避短，发挥比较优势，创建有机、绿色、无公害原料生产基地，提高燕麦片品质和国际竞争力。

2.4 加快步伐，选育专用品种

据我国燕麦与医务工作者研究证实，燕麦的降脂功效因品种不同而不同，因此要采取各种手段与措施，改变以往单一以传统食品为主的育种目标，加快选育口感好，蛋白质、葡聚糖、亚油酸含量高、降糖降脂效果显著的燕麦新品种。

中国报告网发布的《2017-2022年中国燕麦片行业发展现状分析及投资方向研究报告》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。

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。

第一章 世界麦片行业整体运营状况分析

第一节 世界麦片市场运行环境分析

一、世界饮料业市场发展态势

二、世界燕麦市场现状及前景

第二节 世界麦片行业市场格局分析

一、世界麦片消费特点

二、世界麦片加工工艺

三、世界最古老的谷类食品是速溶麦片

第三节 世界麦片行业发展趋势分析

第二章 中国麦片市场发展环境解析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、中国gdp增长情况分析

二、中国居民消费价格走势

三、城乡居民收入与消费分析

四、中国社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节中国麦片市场政策环境分析

一、“十三五”规划扩大内需促进消费

二、八大措施积极落实扩大消费政策

三、燕麦国标进入起草阶段

四、《复合麦片》标准

五、《麦片类卫生标准》

第三节中国麦片加工工艺分析

第四节中国麦片市场社会环境分析

一、居民消费观念转变

二、中国人口结构情况

三、人们生活节奏加快

第三章中国麦片加工制造行业经济运行状况

第一节中国麦片加工制造行业发展分析

一、中国麦片加工制造行业发展概况

二、中国麦片加工制造行业发展概况

第二节中国麦片加工制造行业总体运行情况

一、中国麦片加工制造行业企业数量统计

二、中国麦片加工制造行业从业人数统计

三、中国麦片加工制造行业销售收入分析

四、中国麦片加工制造行业利润总额分析

五、中国麦片加工制造行业亏损情况分析

第三节中国麦片加工制造行业产值状况

一、中国麦片加工制造行业产成品分析

二、中国麦片加工行业工业销售产值分析

三、中国麦片加工制造行业出---货值分析

第四节中国麦片加工制造行业资产负债状况

一、中国麦片加工制造行业资产状况分析

二、中国麦片加工制造行业应收账款分析

三、中国麦片加工制造行业流动资产状况

四、中国麦片加工制造行业负债总额分析

第五节中国麦片加工制造行业经营效益分析

- 一、中国麦片加工制造行业盈利能力分析
- 二、中国麦片加工制造行业偿债能力分析
- 三、中国麦片加工制造行业营运能力分析
- 第六节中国麦片加工行业成本费用结构分析
- 一、中国麦片加工制造行业销售成本分析
- 二、中国麦片加工制造行业销售费用分析
- 三、中国麦片加工制造行业管理费用统计
- 四、中国麦片加工制造行业财务费用统计

第四章中国麦片市场深度剖析

第一节中国谷物类食品市场现状剖析

- 一、中国谷物类食品市场发展现状
- 二、中国谷物类冲调饮品行业概况
- 三、中国谷物类早餐零售规模
- 四、中国复合麦片市场规模分析

第二节中国麦片市场发展态势分析

- 一、深圳市隆信宝商贸进口的香脆麦片检出转基因成分
- 二、达孜县农畜产品深加工青稞麦片将陆续推出
- 三、“武汉造”紫薯麦片首进世博会
- 四、河北万全品牌燕麦产品走俏市场

第五章中国麦片消费者调研分析

第一节受访者基本概况

- 一、受访者年龄构成
- 二、受访者性别构成
- 三、受访者婚姻状况
- 四、受访者收入状况
- 五、受访者职业构成

第二节麦片消费习惯分析

- 一、消费者对麦片的认知程度及消费心态
- 二、消费者对目前麦片市场的满意程度调查
- 三、消费者心目中知名度较高和受欢迎的品牌

第三节中国主要城市麦片消费者调查状况

- 一、华北主要城市麦片食品消费调查
- 二、东北主要城市麦片食品消费调查

三、华东主要城市麦片食品消费调查

四、华中主要城市麦片食品消费调查

五、华南主要城市麦片食品消费调查

六、西南主要城市麦片食品消费调查

七、西北主要城市麦片食品消费调查

第四节麦片重度消费者研究

一、重度消费者基本情况分析

二、重度消费者的购买渠道分析

三、影响重度消费者的购买因素

第六章麦片（燕麦片）（11041200）进出口数据监测分析

第一节中国麦片（燕麦片）进口数据分析

一、中国麦片（燕麦片）进口数量情况

二、中国麦片（燕麦片）进口金额情况

第二节中国麦片（燕麦片）出口数据分析

一、中国麦片（燕麦片）出口数量情况

二、中国麦片（燕麦片）出口金额情况

第三节中国麦片（燕麦片）进出口均价分析

第四节中国麦片（燕麦片）进出口国家及地区分析

一、中国麦片（燕麦片）进口国家及地区分析

二、中国麦片（燕麦片）出口国家及地区分析

第五节中国麦片（燕麦片）进出口省市分析

一、中国麦片（燕麦片）进口省市情况

二、中国麦片（燕麦片）出口省市情况

第七章中国麦片发展销售预测透析

第一节中国麦片市场竞争分析

一、麦片市场竞争状况

二、麦片品牌竞争分析

三、麦片价格竞争分析

第二节中国麦片行业集中度分析

一、麦片市场集中度分析

二、麦片企业集中度分析

第三节中国麦片行业竞争趋势分析

第八章中国麦片替代产品竞争分析

第一节豆奶（豆浆）

第二节奶粉

第三节咖啡

第四节其它

一、杏仁粉

二、核桃粉

三、芝麻糊

四、果珍

第九章中国麦片品牌企业竞争力分析

第一节百事中国有限公司（桂格）

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第二节雀巢公司(雀巢)

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第三节黑牛食品股份有限公司（黑牛）

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第四节桂林西麦生物技术开发有限公司（西麦）

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第五节广西贺州西麦生物食品有限公司

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第六节 深圳市雅芙食品有限公司 (雅芙)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第七节 汕头市金味食品工业有限公司 (金味)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第八节 广东雅士利集团有限公司 (雅士利)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九节 广东皇室食品工业有限公司 (皇室)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十节 广东华氏食品工业有限公司 (皇世-澳贝雅)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十一节 盐城市奥康食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十二节 淮安市成达食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十三节合肥贵格食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十四节恩氏食品(深圳)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十五节上海早早麦食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十六节广东一家人食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十章中国麦片上游原料市场监测及影响分析

第一节小麦

一、中国小麦种植面积

二、中国小麦产量分析

三、小麦市场价格走势

四、小麦进出口情况分析

五、作为麦片等深加工原料市场前景

第二节玉米

一、中国玉米种植面积

二、中国玉米产量分析

三、玉米市场价格走势

四、玉米进出口情况分析

五、作为麦片等深加工原料市场前景

第三节大米

- 一、稻谷种植及产量
- 二、中国大米产量分析
- 三、稻米市场价格走势
- 四、大米进出口数据分析
- 五、作为麦片等深加工原料市场前景

第四节燕麦

- 一、燕麦的种植及区域分布情况
- 二、国内外燕麦技术创新与研发
- 三、燕麦进出口情况分析
- 四、燕麦产业发展存在的问题
- 五、作为麦片等深加工原料市场前景

第十一章中国麦片行业发展趋势与前景展望

第一节中国麦片行业发展前景分析

- 一、燕麦深加工产品前景广阔
- 二、中国营养麦片市场潜力巨大
- 三、燕麦膳食纤维需求前景分析

第二节中国麦片加工工艺趋势分析

第三节中国麦片行业市场预测分析

- 一、麦片市场供需形势预测分析
- 二、麦片加工行业市场前景预测
- 三、麦片原料市场形势及影响分析

第四节中国麦片市场盈利预测分析

第十二章中国麦片行业投资战略研究

第一节中国麦片行业投资机遇分析

- 一、经济持续增长为麦片行业发展奠定基础
- 二、国家产业政策大力支持谷物类饮品发展
- 三、健康潮流和健康意识加强促进行业发展
- 四、庞大的消费人群支持麦片行业长期发展

第二节中国麦片行业投资风险分析

- 一、经济波动风险
- 二、产业政策风险
- 三、市场竞争风险

四、原料市场风险

五、食品质量风险

第三节中国麦片行业投资策略及建议

图表目录

图表1：国内生产总值及其增长速度

图表2：居民消费价格月度涨跌幅度

图表3：居民消费价格比上年涨跌幅度

图表4：农村居民人均纯收入

图表5：城镇居民人均纯收入

图表6：社会消费品零售总额

图表7：固定资产投资增速

图表8：分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表9：固定资产投资新增主要生产能力

图表10：货物进出口总额

图表11：货物进出口总额及其增长速度

图表12：主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表13：主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表14：对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

（ GYZJY ）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/292424292424.html>