

# 2018年中国燕麦食品行业分析报告- 市场运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国燕麦食品行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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/330676330676.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、全球燕麦市场发展现状

1、全球主要地区燕麦市场规模 燕麦被作为食品搬上餐桌，起源于 19 世纪的美国，被誉为“燕麦之王”的费迪南舒马赫开始向市场宣传推广燕麦早餐，靠着低廉的价格，和极强的“抗饿力”，燕麦逐渐成为美国大众新的早餐宠儿，美国也因此而掀起了一场燕麦片的饮食革命。在全球燕麦市场中，美国是燕麦消费的重要地区之一，北美、西欧（英国、爱尔兰、荷兰、比利时、卢森堡、法国）以及亚太地区的燕麦市场终端销售规模位列全球前三。欧睿国际 2016 年的统计数据显示，北美地区燕麦市场终端销售额约为 117 亿美元；西欧的燕麦市场规模仅次于北美地区，销售额约为 68.27 亿美元；排在第三的亚太地区销售额为 27.78 亿美元。

图表：全球各地区燕麦市场终端销售额

2、主要国家燕麦市场发展指标 根据欧睿国际的数据，美国燕麦市场规模是全球范围内大的，2012 年到 2016 年市场规模整体略有下降，期间年销售额从 115.61 亿美元降至 107.28 亿美元；英国的燕麦市场规模较为稳定，期间销售额保持在 24 亿美元左右。相比之下，中国的燕麦市场销售额则呈显著上升趋势，从 2012 年的年销售额不足 6 亿美元发展到 2016 年已达 9.14 亿美元。

图表：2012-2016 年主要国家燕麦市场销售额

根据欧睿国际的统计，中国的燕麦市场人均消费水平远低于美国和英国。2016 年，中国的燕麦市场人均年消费金额仅为 0.66 美元，同期美国和英国的人均水平分别为 33.09 美元和 36.70 美元。2012 年至 2016 年间，中国的燕麦市场人均消费水平呈现出平稳上升的趋势。

图表：中国燕麦市场人均消费水平

### 二、国内燕麦市场发展现状及特点

1、食品制造业规模稳步增长 我国居民消费水平的提升及消费结构的升级推动了食品制造业的持续发展。根据国家统计局和《中国食品工业年鉴》的数据，2011 年至 2016 年，我国食品制造业规模以上工业企业主营业务收入从 13,875.73 亿元增长到了 23,619.20 亿元，年复合增长率达 11.22%，行业发展较快。

图表：2011-2016 年中国食品制造业规模以上工业企业主营业务收入

### 2、食品消费支出的增长促进燕麦食品的消费需求

随着国民经济持续稳健的发展，居民人均可支配收入逐年提高，人均食品消费支出不断增加。2013 年至 2016 年，我国居民人均食品烟酒消费支出由 4,126.70 元增加到 5,150.80 元，增长了 24.82%，消费占比均在 30% 以上。目前，消费者对于健康食品的需求日趋强烈，在食品消费支出不断增长的情况下，更有助于燕麦食品消费的增长。

图表：我国居民人均食品烟酒消费支出及占比

### 3、谷物食品市场需求持续提升

谷物食品作为食品中的一大类，在我国膳食中占有重要的地位。谷物食品包括大米、小麦、玉米、高粱、荞麦和燕麦等制品，是人体所需热能的主要来源之一，各类粗粮更是维生素、矿物质和纤维素的重要来源。随着居民膳食理念的逐渐加强，人们对于各类谷物食品的需求也在显著提升。根据《中国工业统计年鉴》数据，2011年至2016年，我国谷物磨制业规模以上企业的主营业务收入由8,098.30亿元增长到14,329.69亿元，年复合增长率达12.09%。

图表：2011-2016年我国谷物磨制业规模以上企业的主营业务收入

根据欧睿国际的统计数据显示，2016年中国早餐谷物市场规模以9%的增速持续攀升，以燕麦类食品为代表的西式早餐越来越受到一线、二线城市白领等高素质消费群体的喜爱。牛奶配燕麦，仅需几分钟就可享用一份健康、营养、低热的早餐。在这样的生活方式与饮食理念的影响之下，燕麦市场规模预计将会持续维持增长趋势。

#### 三、国内燕麦市场未来发展趋势 1、早餐消费持续增长推动燕麦食品消费需求

随着人们的健康意识不断增强，对早餐的注重程度逐渐提升，尤其是早餐的营养搭配，推动着我国早餐市场消费持续增长，根据欧睿国际调查报告显示，2016年中国早餐谷物市场规模已达到18.26万吨，销售额近61亿元人民币。当前，人们生活品质不断提高，膳食理念不断增强，早餐食品已不仅满足于饱腹和感官享受，而更加注重食品的营养补充、发育促进、疾病预防和辅助医疗等功能特性。燕麦食品作为营养丰富的谷物食品，营养成分全面而均衡，已成为重要的早餐食品之一，其在早餐市场的消费需求会逐渐提升。

#### 2、休闲食品市场的增长将带动休闲燕麦食品的消费

近年来，伴随着人均收入的提高，消费升级持续推进，我国休闲食品市场规模稳步提升。根据欧睿国际统计，2011年至2016年，我国休闲食品市场规模从3,109亿元增长至4,493亿元，年均复合增长率达到7.7%。我国休闲食品市场未来仍有着庞大的发展潜力，从人均消费额来分析，根据欧睿国际数据，2015年中国休闲食品人均消费额为75.28元，远远低于日本、英国和美国的人均消费额501.40元、742.05元和859.86元。休闲燕麦食品，如烘焙类的燕麦饼干、燕麦面包和膨化类的燕麦片、燕麦条等，口感和风味独特，已在市场上得到推广，在休闲食品整体增长的趋势中，将得到良好的发展机遇，市场前景较好。

#### 3、新品类将为燕麦食品打开新的增长点

随着燕麦的风味、口感和健康属性逐步为国内消费者接受，国内消费者的消费需求向高层次迈进，在传统的燕麦片、燕麦烘焙食品之外，新品类的燕麦食品的市场机遇已经逐渐浮现，尤其体现在某些快速发展的细分品类当中。以液态燕麦饮料为例，其属于谷物饮料，整体处于快速发展阶段。根据凯度消费者指数在2016年6月的报告，目前中国消费市场上，健康的、低糖、低添加剂的饮料较传统饮料更具成长性；跨界饮料产品能同时满足消费者对健康与口味的双重需求，更能吸引消费者的购买欲望。液态燕麦饮料可以保留燕麦的风味、口感和健康属性，在当前饮料市场上具备较强发展潜力。

### 3、燕麦保健食品有望成为新的增长点

目前，中国公众健康状况呈现出老年病、慢性病群体日益增长的态势，通过日常饮食调节健康状况、增强体质、预防疾病已成为中国医疗保健事业的重要趋势之一。近年来，中国营养保健食品消费快速增长，根据《中国工业统计年鉴（历年）》的数据，2012年至2015年，中国保健食品制造主营业务收入从938.43亿元增长到1,617.66亿元，复合增长率为19.90%；营养食品制造主营业务收入从281.81亿元增长到765.52亿元，复合增长率为39.53%。燕麦具有良好的膳食纤维组合，有助于消费者优化饮食结构，改善健康状况。燕麦保健食品未来有望成为燕麦食品行业新的增长点。

观研天下发布的《2018年中国燕麦食品行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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、燕麦食品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年中国燕麦食品行业发展概述

##### 第一节 燕麦食品行业发展情况概述

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

##### 第二节 中国燕麦食品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

## 二、燕麦食品行业产业链条分析

### 三、中国燕麦食品行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

### 第三节 中国燕麦食品行业生命周期分析

#### 一、燕麦食品行业生命周期理论概述

#### 二、燕麦食品行业所属的生命周期分析

### 第四节 燕麦食品行业经济指标分析

#### 一、燕麦食品行业的赢利性分析

#### 二、燕麦食品行业的经济周期分析

#### 三、燕麦食品行业附加值的提升空间分析

### 第五节 国内燕麦食品行业进入壁垒分析

#### 一、燕麦食品行业资金壁垒分析

#### 二、燕麦食品行业技术壁垒分析

#### 三、燕麦食品行业人才壁垒分析

#### 四、燕麦食品行业品牌壁垒分析

#### 五、燕麦食品行业其他壁垒分析

## 第二章 2015-2017年全球燕麦食品行业市场发展现状分析

### 第一节 全球燕麦食品行业发展历程回顾

### 第二节 全球燕麦食品行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲燕麦食品行业地区市场分析

#### 一、亚洲燕麦食品行业市场现状分析

#### 二、亚洲燕麦食品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲燕麦食品行业市场前景分析

### 第四节 北美燕麦食品行业地区市场分析

#### 一、北美燕麦食品行业市场现状分析

#### 二、北美燕麦食品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美燕麦食品行业市场前景分析

### 第五节 欧盟燕麦食品行业地区市场分析

#### 一、欧盟燕麦食品行业市场现状分析

#### 二、欧盟燕麦食品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟燕麦食品行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界燕麦食品行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球燕麦食品行业市场规模预测

## 第三章 2015-2017年中国燕麦食品产业发展环境分析

## 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 中国燕麦食品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

## 第三节 中国燕麦食品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、燕麦食品环境分析
- 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年中国燕麦食品行业运行情况

### 第一节 中国燕麦食品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 中国燕麦食品行业市场规模分析

### 第三节 中国燕麦食品行业供应情况分析

### 第四节 中国燕麦食品行业需求情况分析

### 第五节 中国燕麦食品行业供需平衡分析

### 第六节 中国燕麦食品行业发展趋势分析

## 第五章 中国燕麦食品所属行业运行数据监测

### 第一节 中国燕麦食品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 中国燕麦食品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 中国燕麦食品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年中国燕麦食品市场格局分析

### 第一节 中国燕麦食品行业竞争现状分析

#### 一、中国燕麦食品行业竞争情况分析

#### 二、中国燕麦食品行业主要品牌分析

### 第二节 中国燕麦食品行业集中度分析

#### 一、中国燕麦食品行业市场集中度分析

#### 二、中国燕麦食品行业企业集中度分析

### 第三节 中国燕麦食品行业存在的问题

### 第四节 中国燕麦食品行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国燕麦食品行业竞争力分析

#### 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年中国燕麦食品行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国燕麦食品行业消费特点

### 第二节 中国燕麦食品行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第二节 燕麦食品行业成本分析

### 第三节 燕麦食品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 中国燕麦食品行业价格现状分析

### 第五节 中国燕麦食品行业平均价格走势预测

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

## 第八章 2015-2017年中国燕麦食品行业区域市场现状分析

### 第一节 中国燕麦食品行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地燕麦食品市场分析

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

#### 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、华中地区燕麦食品市场规模分析
- 四、华中地区燕麦食品市场规模预测

#### 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、华南地区燕麦食品市场规模分析

## 第九章 2015-2017年中国燕麦食品行业竞争情况

### 第一节 中国燕麦食品行业竞争结构分析（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 中国燕麦食品行业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 中国燕麦食品行业竞争环境分析（燕麦食品T）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

### 第十章 燕麦食品行业企业分析（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年中国燕麦食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国燕麦食品行业未来发展前景分析

一、燕麦食品行业国内投资环境分析

二、中国燕麦食品行业市场机会分析

三、中国燕麦食品行业投资增速预测

第二节 中国燕麦食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国燕麦食品行业市场发展预测

一、中国燕麦食品行业市场规模预测

二、中国燕麦食品行业市场规模增速预测

三、中国燕麦食品行业产值规模预测

四、中国燕麦食品行业产值增速预测

## 五、中国燕麦食品行业供需情况预测

### 第四节中国燕麦食品行业盈利走势预测

#### 一、中国燕麦食品行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国燕麦食品行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国燕麦食品行业投资风险与营销分析

### 第一节 燕麦食品行业投资风险分析

#### 一、燕麦食品行业政策风险分析

#### 二、燕麦食品行业技术风险分析

#### 三、燕麦食品行业竞争风险分析

#### 四、燕麦食品行业其他风险分析

### 第二节 燕麦食品行业企业经营发展分析及建议

#### 一、燕麦食品行业经营模式

#### 二、燕麦食品行业销售模式

#### 三、燕麦食品行业创新方向

### 第三节 燕麦食品行业应对策略

#### 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年中国燕麦食品行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国燕麦食品行业品牌战略分析

#### 一、燕麦食品企业品牌的重要性

#### 二、燕麦食品企业实施品牌战略的意义

#### 三、燕麦食品企业品牌的现状分析

#### 四、燕麦食品企业的品牌战略

#### 五、燕麦食品品牌战略管理的策略

### 第二节中国燕麦食品行业市场的关键客户战略实施

#### 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 中国燕麦食品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年中国燕麦食品行业发展策略及投资建议

第一节中国燕麦食品行业产品策略分析

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 中国燕麦食品行业定价策略分析

第二节中国燕麦食品行业营销渠道策略

一、燕麦食品行业渠道选择策略

二、燕麦食品行业营销策略

第三节中国燕麦食品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国燕麦食品行业重点投资区域分析

二、中国燕麦食品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/330676330676.html>