

2018年中国燕麦食品行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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年中国燕麦食品行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/330857330857.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、行业技术水平及技术特点

近年来，我国食品行业科学技术发展较快，加工装备水平不断提高，食品生产企业在加工工艺、制造水平、设备技术、包装材料等方面均取得了明显进步。部分食品企业使用了具有国际先进水平的关键设备，还引进并吸收了国际先进的食品生产工艺和质量控制方法，促进了食品行业工艺技术的进步。不过，由于燕麦食品加工工艺复杂程度不高，一些资金少、规模小、生产水平低的企业产品多采用跟风模仿的方式，在研发与生产方面投入较低，先进食品加工设备与前沿工艺的应用仅仅局限于行业内的少数企业，并未在全行业得到普及推广，使得我国燕麦食品行业整体自动化水平不高。随着行业的发展和竞争的日益激烈，燕麦食品行业越来越多的企业开始通过升级食品加工设备，来优化食品工艺流程中的核心环节，提升企业生产水平，降低被行业淘汰的风险。

二、行业利润水平的变动趋势及变动原因

近年来，随着居民收入水平提升以及食品消费理念的升级，燕麦食品日益受到消费者的青睐，行业整体市场规模持续扩大，利润水平稳步提升。消费者越发注重食品的安全性、健康性及功能性。品牌产品逐渐成为消费者的首选，使行业集中度进一步提升，大型燕麦食品企业对供应链上游的议价能力越来越强，其成本控制能力及规模化生产能力带来的效益越发明显，其利润水平将得到保证。随着国家对食品行业安全规范日趋严格，小型燕麦食品企业由于难符合标准而逐渐退出市场，有助于行业集约化生产。这些行业发展趋势能够有效地提升行业的整体利润水平。

三、行业特有的经营模式及行业特征

1、行业特有的经营模式

（1）燕麦原料来源是影响产品质量的基础

燕麦食品的主要原料是燕麦，燕麦的品质直接影响燕麦食品品质。燕麦品质受燕麦品种和产地影响较大，因此燕麦原料来源成为影响燕麦食品品质的关键因素。目前，全球燕麦主产区主要分布在俄罗斯、加拿大、澳大利亚、中国、美国、芬兰等国家。澳大利亚燕麦种植面积一直较为平稳，燕麦品质得到许多国家认可，成为全球食用燕麦主要的出口国之一。中国是燕麦的主要进口国之一，对燕麦原料需求量较大，尤其是品质优良的食品燕麦原料，行业内知名品牌企业主要通过原料进口来提升燕麦食品品质，从而获得市场竞争优势。

（2）营销渠道是燕麦食品企业经营的核心

燕麦食品属于快速消费品，重复购买率高，对营销渠道的依赖程度较高。营销渠道的多寡、区域位置、覆盖范围大小等直接决定了燕麦食品目标消费群体的数量、消费水平及其消费的便利性等。因此，营销渠道是燕麦食品企业获得竞争优势的核心。目前，燕麦食品行业的营销渠道主要包括线下大型连锁商超、食品零售店等渠道和线上电商渠道。大型连锁商超由于其地理位置好、人流量大、产品周转快、网点分布广等特性，非常适合作为燕麦食品

的销售渠道，是燕麦食品企业抢夺的高端渠道。大型燕麦食品企业利用其综合实力，在全国大型连锁商超布局，以点带面，不断下沉，形成了多层次、广覆盖、高效率的立体营销网络，在市场竞争中占据优势，获得较高的市场份额。小型燕麦食品企业在渠道争夺过程中很难获得竞争优势，只能选择其周边区域性的小型商超，发展区域性市场。因此，营销渠道对于燕麦食品企业的经营发展具有重大影响，是企业经营的核心。

（3）食品安全控制是燕麦食品企业经营的根本

对于食品制造企业而言，产品质量安全管理已经成为日常管理工作中的重中之重，食品安全对企业品牌具有决定性的影响。燕麦食品企业的可信赖品牌是通过品质可靠的燕麦食品在消费市场多年培育和长期推广中形成的，而且燕麦食品消费群体主要集中于青少年和老年群体，对食品的质量安全更加注重。因此，燕麦食品企业食品安全控制显得尤为重要。燕麦食品企业一旦爆发食品安全问题，将使消费者产生严重的信任危机，严重影响企业的品牌推广和市场销售。

2、行业的周期性、区域性或季节性特征

（1）周期性特征

燕麦食品属于日常消费食品，虽然其价格会因为各种原因产生一定幅度的波动，但其销售相对稳定，与经济周期相关性并不明显，没有明显的周期性特征。

（2）区域性特征

燕麦食品在我国已有很多年历史，深受广大消费者喜爱，其市场区域分布广泛。但由于我国地域广、跨度大，经济发展不平衡，各地消费者对燕麦食品的口感、风味及营养搭配等不尽相同，各地区的消费量也有差别，东部沿海地区及其他经济较发达的区域消费量明显较大。

（3）季节性特征

燕麦食品作为我国日常消费中主要的营养食品，其消费受季节性影响较明显。一方面，受我国节假日消费习惯影响，在中秋、国庆、元旦、春节、元宵等一系列节假日期间，燕麦食品企业通常会加大促销力度，销售额较其他时段会有大幅提高。另外，现有主要燕麦食品的食用特性（一般以热冲饮为主）也使得燕麦食品消费量多集中于每年的冬、春两季。

四、行业与上、下游行业之间的关联性

1、上游行业与本行业的关联性及其影响

燕麦食品行业上游主要为燕麦种植业、燕麦食品辅料及添加剂工业。燕麦种植业容易受自然灾害、环境因素等影响，发展存在一定的波动。根据美国农业部统计数据显示，2012年至2016年，全球燕麦总产量在2,111.9万吨到2,349.3万吨之间波动，波动幅度在11%左右。整体来看，全球燕麦种植技术成熟，产量稳定，原料供应充足，为燕麦食品行业持续稳定的发展提供保障。但是，由于各国贸易政策及燕麦种植环境的影响，各大燕麦食品企业会制定安全库存计划或者提前锁定价格购买，以减少燕麦产量波动和价格变化对企业持续经营的影响。此外，燕麦食品添加剂的风味、口感、品质等也会对燕麦食品质量产生一定影

响。我国食品添加剂工业成熟，产品品类丰富，有助于燕麦食品行业的快速发展。

2、下游行业与本行业的关联性及其影响

燕麦食品行业下游主要为对接终端消费市场的各类食品销售渠道。燕麦食品行业营销渠道主要包括大卖场、连锁超市、连锁便利店和个体零售店等线下渠道和电商平台等线上渠道。营销渠道的完善程度对燕麦食品行业的发展至关重要，根据国家统计局数据，截止2015年，我国连锁零售企业门店总数达到209,812个。我国线下营销渠道规模庞大，且处在持续发展当中，这对燕麦食品的销售具有较大的驱动作用，为燕麦食品行业的稳定发展提供保障。

随着电商产业渐趋完善以及消费者消费习惯的转变，线上营销渠道对燕麦食品行业的发展越发重要。通过电商渠道，消费者能更加便捷的选购产品，对其消费行为的分析可帮助企业更好的满足市场需求，对企业发展更加有利。在信息技术及物流基础设施不断完善的前提下，燕麦食品行业与电商产业的融合会不断深入，有助于燕麦食品行业的快速发展。

观研天下发布的《》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/330857330857.html>