

燕麦工程产品定位及目标市场 选择简析

国弘投资部

2008年8月

目录

第一章：燕麦概述及其营养品质 2

第一节：燕麦的产量与分布 2

第二节：燕麦的营养品质 3

第二章：燕麦的加工利用与产品 7

第一节：燕麦加工现状 7

第二节燕麦的加工技术与设备 9

第三节、燕麦产品及综合利用 10

第三章工程背景分析 11

第一节、粮价上涨分析 11

第二节、通货膨胀分析 12

第三节、人民币升值汇率变动分析 13

第四节、政策环境分析 13

第四章燕麦产品市场分析 14

第五章燕麦产品市场需求及趋势分析 22

第一节燕麦产品市场需求分析 22

第二节燕麦产品趋势分析 24

第六章燕麦主要产品分析及工程产品策略 28

第一节、燕麦主要产品分析 28

第二节、燕麦工程产品策略 31

第七章燕麦米市场分析及目标市场的选择 33

第一节燕麦米概况 33

第二节燕麦米区域市场分析及目标市场选择 33

第三节燕麦米的目标市场及分析 36

第四节燕麦米的产品策略与市场营销策略 37

第八章饲草市场 40

第九章风险提示与对策 41

燕麦工程产品定位及目标市场 选择简析

第一章： 燕麦概述及其营养品质

燕麦为禾本科一年生草本植物，是谷类的一种，属小杂粮，一般分为带稃型和裸粒型两大类。世界各国栽培的燕麦以带稃型为主，常称皮燕麦，一般用做饲料。我国栽培的燕麦以裸粒型为主，常称裸燕麦，籽粒全部供食用。比拟之，裸燕麦产量略低但营养价值高于皮燕麦。

燕麦源于中国，开展在欧美。追本溯源，野燕麦连同大麦和裂壳小麦从亚洲中部渗透到欧洲中部，在青铜世纪〔约公元前 3000 年左右〕大麦和裂壳小麦由于气候变化而歉收，只有燕麦成为北欧的农作物进入繁盛期，这种燕麦生物适生性的选择影响深远，逐步演进形成了当今燕麦种植、生产与消费市场的格局。

第一节：燕麦的产量与分布

燕麦为世界性栽培作物，分布在 42 个国家，主产区为北半球燕麦带即北纬 40 度以北的亚、欧、北美洲地区，包括俄罗斯、加拿大、美国、芬兰、德国、中国等。目前全球燕麦种植总面积约 2000

万公顷，总产量近 3000 万吨。约占全球粮食总产量的 1·6%。在北欧、北美两个主产区总量约 95% 为皮燕麦。

全球燕麦贸易以北美为主导，美国是最大的燕麦进口国，约占全球进口量的 75%，加拿大则是世界最大的燕麦出口国。目前由于国外粗粮供给紧，加拿大燕麦产量上调，估计美国燕麦进口量有所上调。大麦和燕麦价格至今坚硬，预计 2008/09 度燕麦价格将有所上调。

我国西北部、长城沿线为燕麦适种区，大致分为华北、西北春燕麦区及西南秋燕麦区。目前我国燕麦种植面积 60 万亩，年燕麦产量约 80 多万吨，90% 为裸燕麦。燕麦主产区为、等，其中种植面积约占全国总面积的 40%，全国初步形成了蒙阴山南北、万全镇等规模化燕麦种植基地，为燕麦工程产业化奠定了根底。

第二节：燕麦的营养品质

一、燕麦的籽粒构造

燕麦种子由麸皮、胚乳、胚芽三局部构成。

A、麸皮：主要由碳水化合物和纤维素组成，富含蛋白质、 β -D-葡聚糖等。由于麸皮中含有酚类木质素，这使得燕麦果实表层变得坚韧难以消化。

燕麦麸皮中，富集了 70% 以上的燕麦营养素，总膳食纤维含量高达 30%，其中可溶性膳食纤维约 1/3 左右，是提供 β -葡聚糖来源的优质基料。

B、胚乳：含淀粉、蛋白质、脂肪和 β -葡聚糖〔胶〕。胚乳是人类食品的主要来源，在燕麦种子中所占比例最大。

C、胚芽：主要由蛋白质氨基酸组成，其赖氨酸含量比胚乳高 90%。

二、燕麦主要营养成分与价值

燕麦医食同源，兼有营养与保健价值。随着人们对燕麦认识与研

究的深入，其全价营养品质日益彰显。〔详见表一〕

〔一〕、**蛋白质**：燕麦蛋白质含量是所有谷物中最高的，是大米的1倍多。其蛋白质氨基酸构造在谷类粮食中是平衡最好的，人体所必需的8种氨基酸含量均居首位，可有效促进人体生长发育。尤其是赖氨酸高达0.68克，而在大米、面粉中赖氨酸严重缺乏，燕麦中的免疫球蛋白可作为婴儿食品添加剂和生物医药制剂。

燕麦的谷蛋白分子量较小，且不具备粘弹性，加水后面絮很松散，黏合性差，加工过程中难以形成面团。

〔二〕、**淀粉**：其功能特性有：(1)化妆品扑粉；(2)照相纸的粉末和造纸施胶；(3)润滑剂；(4)糖果的糖衣和药片的赋形剂；(5)制备高麦芽糖浆和果葡糖浆。

〔三〕**纤维素**：燕麦膳食纤维主要来自于燕麦麸皮，兼具水溶性和不溶性两种膳食纤维，因而又被誉为天然膳食纤维家族中的“贵族”。燕麦是所有主食中纤维含量最多的谷类，燕麦膳食纤维对人体**有着很重要的生理功能：(1)具减肥成效；(2)可提高人体免疫力；(3)对糖尿病有预防治疗作用；(4)可预防结肠癌；(5)对心血管疾病的预防和治疗作用；〔6〕具护理口腔、健齿的功能。

膳食纤维在食品工业中也具特殊功能：(1)添加到食品中能提高其冷冻—融化的稳定性，如冰激淋参加纤维素就可延缓其融化的速度。(2)良好的持水性和膨胀力，在肉制品中，它能聚集肉的香味而不逸散。高持水性还可用于烘烤食品，因减少水分损失而可延长产品货架寿命。(3)适量添加膳食纤维可使面粉更筋斗而改变面团品质，使其更加利于烘焙。

燕麦还含有其他谷物粮食中所没有的皂苷与植物纤维结合，可吸取胆汁酸，间接降低血清胆固醇，然而燕麦可降低胆固醇的成效只对8

5 %的人有效。且对胆固醇过高者(胆固醇在3 0 0 —4 0 0 之间) 没有任何效果。

〔四〕、 **β -葡聚糖**：对血脂、体重具有显著地调节作用，有显著的降血糖、降血脂的成效，增强免疫能力。

〔五〕、**脂肪**：燕麦燕麦的脂肪含量为大米的4倍。其富含的亚麻油酸是人类最重要的必需脂肪酸，既是合成前列腺素的必要成分，也是世界公认的降血脂药物的有效成分，可以软化毛细血管，预防血管硬化，延缓人体衰老等成效。

脂肪酶在食品生化方面起着重要作用，它对食品加工和饮料工业影响很大。面包制作过程中脂肪酶分解出的单甘酯能延长面包的货架期，燕麦脂肪酶也可帮助吸收脂肪具减肥成效。

燕麦油不皂化物中的 β - 谷甾醇含量约为40%，具有抑菌效能，又因为它平安性高，具有营养作用,还可以作为皮肤营养剂应用于化妆品。

〔六〕、**碳水化合物**：燕麦的碳水化合物含量在谷类粮食中最低，能够调节人体血液中的葡萄糖浓度，可降低血糖，这非常有助于糖尿病患者。

〔七〕 **维生素**：燕麦含有丰富的维生素。维生素 E，每 100 克燕麦粉中高达 15 毫克，具美容，减轻更年期的成效。特别是维生素 B1 居谷类粮食之首，可扩血管，改善血液循环、缓解生活工作带来的压力。

〔八〕、**矿物质**：燕麦矿质元素的含量丰富，可满足人体对矿质元素的需求，尤其是儿童生长所需要的钙、铁、锌的含量高于其他谷物。钙也可预防老年骨质疏松；锌可促进伤口愈合。

〔九〕 **燕麦精**：燕麦含有一种燕麦精，有一定的香味，具有提神、兴奋作用，具良好降血压成效，并对肝肾无损害作用。

〔十〕、酚类化合物：由于酚类化合物的作用，燕麦抗氧化能力强。工业上曾大量使用全燕麦粉生产抗氧化剂，广泛用于乳品和其它食品，如牛奶、奶粉、火腿、猪肉等都可使用，它的作用机理是抑制食品中脂类物质的氧化。

另2007年11月新加坡学者一项研究说明：食用燕麦有助于缓解男性性功能埋藏病症，对提高女性性欲也有帮扶，尤其是更年期女性，可妥帖食用燕麦。

表1 八种食物营养指标比拟(每百克食物含量数)

营养成分	裸燕麦粉	小麦粉	粳稻米	小米面	荞麦面	大麦米	黄米面	玉米
蛋白质(g)	15.6	9.4	6.7	9.7	10.6	10.5	11.3	8.9
脂肪(g)	8.8	1.3	0.7	1.7	2.5	2.2	1.1	4.4
碳水化合物(g)	64.8	74.6	76.8	76.1	68.4	66.3	68.3	70.7
热量(kcal)	391.0	349.0	345.0	359.0	354.0	332.0	329.0	358.0
粗纤维(g)	2.1	0.6	0.3	0.1	1.3	6.5	1.0	1.5
钙(mg)	69.0	23.0	8.0	21.0	15.0	43.0	31.0	
磷(mg)	390.0	133.0	120.0	240.0	180.0	400.0	367.0	
铁(mg)	3.8	3.3	2.3	4.7	1.2	4.1	3.5	
VB1(mg)	0.3	0.5	0.2	0.7	0.4	0.36	0.2	3.5
VB2(mg)	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2		
尼克酸(mg)	0.80	2.5	1.6	1.6	4.1	4.8	4.3	1.6

美国著名谷物学家罗伯特在第二次国际燕麦会议上指出：与其它谷物相比，燕麦具有抗血脂成份、高水溶性胶体、营养平衡的蛋白质，它对提高人类的**水平有着异常重要的价值。

燕麦从整体上来说，在医疗保健上至少有 7 个方面的作用：

- 降低胆固醇；●降血压；●调节血糖；●通便；

●减轻湿疹和接触性皮炎;●减肥;●抗癌。

燕麦是自1997年至今为止，经美国联邦食品药品监督管理局〔FDA〕认证并允许在其制品上标明保健功能的唯一谷物品种。燕麦在美国"时代"杂志评出的十大**食品中名列第五。燕麦优良的营养品质也为燕麦产业化工程的开展提供了坚实的根底保障。

随着燕麦开发研究技术的深入和机械设备工艺的进步，客观上促进了燕麦产业的开展，燕麦制品日渐多元并呈现精深化加工、综合性利用的趋势。

第二章：燕麦的加工利用与产品

燕麦加工较之小麦、大米等主粮属小宗粮食加工，燕麦加工目的主要是改变其形态，使其最终具满意口味，符合人们消费需求。

第一节：燕麦加工现状

一、欧美燕麦加工技术成熟，对燕麦的精深化加工、综合性利用已成为燕麦加工开展的趋势。

在西方，自美国人克劳威尔1883年成立了桂格燕麦公司，开场了工业化的燕麦加工生产，经过100多年的开展，燕麦加工业已成为美国的第三大粮食食品加工业(仅次于面粉加工和饲料加工业)，并形成了成套、先进、可靠的工艺和设备。

在燕麦和燕麦纤维系列食品的加工根底上，近年来，国外燕麦的开发研究技术取得不断进展。采取生物、化工等多种技术，从燕麦中提取或提纯具有保健功能、生物活性物质等成份如燕麦膳食纤维、 β -葡聚糖、燕麦肽、燕麦精、燕麦油、抗氧化活性成份及燕麦功能性食品配料等，广泛用于药品、保健品、食品、化妆品、酿造等行业，市场潜力巨大，为今后的燕麦加工业提供了长足的开展后劲和空间。

有资料显示，一般燕麦初级加工产品较原料增值3~5倍以上。而燕麦精深加工产品增值可高达几十倍。如：在国内超市燕麦片每600克售价20元人民币。假设从燕麦中提取可溶性纤维素，则国际市场价每公斤高达1000美元。

燕麦精深加工已成为燕麦加工开展趋势，燕麦综合利用开发的时代已经来到。

二、我国燕麦加工尚属初级阶段，燕麦精深加工刚刚起步。

在国内，虽然燕麦栽培的历史悠久，但长期以来一直是作为粮草兼用作物，大局部是产区人民食用或当作饲料而被消耗掉。长期以来燕麦加工根本上处在民间自发的小作坊式手工劳动阶段，未能通过加工和市场流通将资源优势变为商品优势。

本世纪八十年中期，武川县建立了我国第一家现代化燕麦片〔复合麦片〕加工厂开场了我国工业化的燕麦加工生产。目前传统的燕麦粉加工业占到燕麦加工总量的80%左右，燕麦片〔复合麦片〕加工业占到燕麦加工总量的10%-15%，燕麦蛋白、 β -葡聚糖、燕麦膳食纤维、燕麦油等燕麦精深加工业和燕麦速食面、燕麦糊等其他燕麦加工品约占燕麦加工总量的5%。由于目前燕麦加工处于初级加工阶段，燕麦膳食纤维等高价值、高功能产品的开发刚刚起步，这也为进入燕麦产业提供了历史开展机遇。

第二节 燕麦的加工技术与设备

世界上燕麦主要用作饲料作物，仅有3%加工成食品主要为燕麦片。燕麦加工量有限一方面原因是其富含的脂肪氧化酶使脂肪在较差的贮存条件下易氧化而降低燕麦口感，同时也会严重影响食品加工的工艺及产品的保质期，另一方面原因是燕麦食品的质感硬，口适感较差也影响到其加工量。

一、加工技术

燕麦具有独特的加工技术路线。裸燕麦经过清理生产燕麦片〔复合麦片〕时，要经过热处理、碾皮、燕麦切粒、蒸煮、轧片、枯燥、包装等工艺。除此以外，根据不同需要从燕麦各个成分开发不同产品，目前的加工技术主要包括挤压浓缩技术、凝胶技术、闪蒸、膨化及溶剂萃取技术等。

二、加工设备

燕麦加工设备主要有原料精选设备，包括风力选、体积选、磁选、惯性选、打麦、去壳、去石等辅助机械，一般来源于国厂家。关键设备如烘麦机、切粒机、压片机一般来源于国外，虽有局部厂家采用国仿制设备，但性能尚差强人意，其他附属设备根本由国配套。世界比拟知名专业燕麦机械制造商是瑞士布勒公司。近年来随着燕麦精细化加工的深入对设备提出了更高的要求，设备投资在工程中的投资比重也趋于增加。

三、裸燕麦的加工优势

因为皮燕麦其有巩固的、厚实的约占籽实重量 25-40%的颖壳，在加工时必须反复去壳增加工序损耗大。裸燕麦与皮燕麦加工相比，成品率可提高 30%以上，能耗减少 25%以上，设备投资减少 30%以上，还可以减少储藏设备和运输本钱。加工裸燕麦具有成品率高，加工能耗低，设备投资少的优越加工性能。裸燕麦的营养价值也高于皮燕麦。所以，[澳大利亚学者预言：“裸燕麦是世界燕麦贸易的未来”](#)。

第三节、燕麦产品及综合利用

[国际上对燕麦的综合利用主要表达在食品、饲料、轻化三方面。](#)

一、燕麦饮食品系列：

〔一〕**纯燕麦制品系列**:碾压燕麦片、切粒燕麦果、燕麦粉、燕麦米等；其中燕麦片长久以来是国外传统燕麦制品。

〔二〕**燕麦即食系列**:以燕麦为主料，配以其它营养物质加工而成的即食食品，如：即溶营养燕麦片〔复合麦片〕、燕麦方便面、燕麦挂面、燕麦风味粥、燕麦蛋糕；休闲食品类：饼干、麦圈、膨化燕麦冲剂、膨化燕麦酥饼等；燕麦糊、干吃类的燕麦锅巴等，或用燕麦麸皮制做的燕麦酥、燕麦饼，燕麦乳菜等

〔三〕**燕麦饮品系列**：燕麦乳饮料、燕麦纤维素、燕麦茶、燕麦酒、燕麦醋、燕麦酒、燕麦啤酒。

二、燕麦保健品系列:

从燕麦中提取具有保健功能的生物活性物质加工而成，供特定人群食用的产品。

燕麦淀粉、燕麦膳食纤维、燕麦胶(B-葡聚糖)、燕麦蛋白、燕麦肽、燕麦抗氧化剂、燕麦精、燕麦油等。

三、燕麦轻化产品系列：

含燕麦 β -葡聚糖、燕麦油等具有保湿、润肤、抗衰老等美容成效的高端妆品及沐浴产品、燕麦纤维素、燕麦粉功能性食品配料及抗氧化剂等

另燕麦秸秆不但可以制造高级纸，而且是牲畜优质饲草资源。裸燕麦秸秆中含粗蛋白、粗脂肪等营养均比谷草、麦草、玉米秆高；难以消化的纤维却比小麦、玉米秸秆低。是是最好的饲草之一。

综上所述，燕麦具有营养全面，保健作用好的优点，应该成为现代人群的消费首选，但燕麦口适感差又是制约人们普遍食用的瓶颈。如何运用高新技术工艺对燕麦籽粒进行处理，在最大程度不降低燕麦营

养价值，不根本改变人们饮食习惯的同时改善燕麦食品口感，开发出符合群众消费习惯的燕麦主食将是燕麦产业开展长期面临需要加以解决的课题。

第三章 工程背景分析

第一节、粮价上涨分析

根据粮农组织大米价格总指数，2007年全球谷物价格上涨42%，自2008年1月份以来，国际大米价格上涨约20%。高粮价的时代已经到来。

原因：全球耕地减少，主要粮食种植面积下降；自然灾害减产及全球粮食库存跌破平安戒备致使粮食供给缺乏，同时农产品的三类需求〔食用需求、饲用需求、工业需求〕的构造性增长，特别是饲料及生物能源的快速开展，带来粮食总体需求刚性上涨。

在高油价背景下，世界粮食供求紧的形势将会持续，未来全球粮食市场变化存在更多不确定性。从总体上看，粮价趋高，但不会出现暴涨，而是呈现逐步上升趋势。

由于是构造性的粮价上涨原因，有统计显示，完成一轮农业荣枯循环的平均周期为19-20年，这说明自2001年以来的本轮农产品供给吃紧可能会持续到2020年才有可能缓解。

对燕麦工程的影响：

- 1、主粮供给紧，带来粗粮燕麦、大麦等的需求增长。
- 2、燕麦种植供给矛盾存在会使燕麦价格坚硬。

耕地资源日渐稀缺，农户会倾向于种植消费量大、单产高、效益好的农产品如大豆、玉米、小麦等，相应减少其他产品如燕麦、黑麦等品种，供给减少，需求增加，价格坚硬。

3、由于粮食供需紧，我国“宽进严出”的政策短期不会改变，燕麦原粮出口会遭遇政策壁垒，燕麦出口关税上调就是表现之一。但长期来看如果 WTO 谈判压力增大、国粮食供给形势有所缓和的话，预期政策基调还是有可能回暖。

4、燕麦秸秆饲料的需求增加，价格趋高。

经济的高速开展提高人们的收入水平，消费构造有所改变，对肉类食品和奶制品的消费量大大增加，全球用于饲养的粮食增速为 3.5%。饲料价格趋高。

第二节、通货膨胀分析

粮价上涨通过各种价格传导机制，已对全球经济产生负面影响，带动整体物价上涨和通货膨胀压力上升，世行预计全球 2008 年通货膨胀率将到达 4.5%左右，中国通胀率在 10%左右。通货膨胀也是农产品价格上涨的催化劑。

对燕麦工程的影响：

1、种子、农药、化肥等农资以及人工本钱都将有较大幅度的上涨，并拉低生产者的盈利水平。

种植有机燕麦成为一种现实的选择，有机燕麦可降低化肥、农药的本钱。生态与环境问题呼唤有机农业的出现，消费者对平安食品的需求推动了有机食品的开展。有机农产品已成为农产品种植的一种开展趋势。有机农产品产量低的问题可在有机食品的溢价中得到补偿。

第三节、人民币升值汇率变动分析

人民币 2005 年 7 月 21 日人民币对外宣布升值 2%，完毕了我国近十年汇率没有调整的局面。至今人民币升值的态势仍在继续，势必会对经济领域的各方面尤其是对外贸易产生巨大的影响。

人民币升值会提高我国燕麦出口产品在国际市场上的相对价格，削弱了国燕麦产品的国际竞争力，由此相应地使得出口量骤降。据初步估计，人民币每升值10%，我国燕麦产品出口的增长速度至少会降低约10.9%左右。

虽然近期燕麦产品出口会受到影响，但从长远来看，由于人民币升值，国燕麦农产品收购价格会出现下跌，使燕麦产品的出口本钱降低，竞争力增强，以致后期国燕麦产品出口量有望增长，并对以后的国农产品价格产生拉升作用。为此我国人民币升值，对中国燕麦产品出口的影响，为近期有弊而远期有利。人民币升值对进口燕麦原料则是有利的。

第四节、政策环境分析

据联合国的统计资料，全世界2/3的国家和地区，1/5的人口1/3的陆地受到荒漠化的危害，而且荒漠化正以每年5—7万平方公里的速度扩大。每年因荒漠化造成的直接经济损失高达423亿美元。中国是世界上荒漠化面积大、分布广、危害严重的国家。燕麦独特的盐碱地适生性，可以用于荒漠化的治理。具良好的环保与社会效益，是我国政府扶持并倡导的产业，燕麦种植具较好的政策环境。

农产品的终极竞争是战略资源的控制，进展燕麦种植基地的建立成为燕麦工程的根底，这也有利于我们在多变的市场环境中整合资源、保证燕麦作物质量、有效躲避风险，增强企业核心竞争力。

第四章 燕麦产品市场分析

第一节、燕麦产品市场现状分析

一、欧美市场现状：

世界上燕麦消费量最多的国家和地区是：加拿大、美国、爱尔兰、德国等。美国人均每年消费量为 3.5 公斤，欧盟为 1.5 公斤，日本及其他亚洲国家消费量很少。在英、美国家，燕麦不但成为人们的主食之一，而且还被社会公证为**保健食品，燕麦食品主要包括：粥、早餐麦片、甜饼、婴儿食品、面包产品和快餐食品。美国有 10% 的燕麦加工成食品，最常见的燕麦食品是燕麦片和燕麦粉。

世界上大的燕麦加工企业主要分布在美国、加拿大、欧洲的芬兰等产燕麦的兴旺国家。加拿大的龙头企业是 Can-Oat 公司，年处理能力是 15 万吨。主要为初级加工产品，包括精选燕麦粒、切割燕麦、燕麦片系列等，70% 出口到美国。加拿大 Ceapro 公司主要进展精细燕麦产品加工。如燕麦淀粉、燕麦可溶性纤维素的提取、燕麦的抗氧化活物质等。美国燕麦加工主要企业为 Quaker，Kellogg's，General Mill 公司，产品类型主要为燕麦片，及作为点心、饼干等的添加剂，其主导了北美的早餐食品潮流。

欧美燕麦制品市场现状呈如下特征：

- 1、燕麦制品在欧美是主食之一，为社会公认的营养保健食品；人们习惯于燕麦食品，市场认可程度高。
- 2、燕麦的种植、产品研发、生产加工与市场销售，具规模，产业链开展完备；

3、对燕麦的研究开发趋于全方位、系统化、深层次、多样化，在燕麦的加工及综合利用开发方面引领着全球燕麦产业的开展。

二、我国燕麦市场状况

80年代后我国开场生产麦片，但规模小、水平低、进展也十分缓慢。90年代以来，美国桂格、澳洲西麦等燕麦加工企业纷纷进入中国，燕麦市场开场升温。2004、2005年度相比麦片销售量以10%速度增长。2006、2007年度增速有所回落为7%。目前进入我国的外企已不下10家，国具规模的燕麦食品加工企业迅速增加到60余家，外资燕麦加工企业的原料大局部从澳洲、加拿大进口，我国年进口燕麦6万吨。我国生产的裸燕麦经有关部门检验，质量完全可以替代进口燕麦。

国燕麦加工企业及产品的根本构成：传统的燕麦粉加工业占到燕麦加工总量的80%左右，燕麦片〔复合麦片〕加工业占到燕麦加工总量的10%-15%，燕麦蛋白、燕麦 β -葡聚糖、燕麦膳食纤维、燕麦油等燕麦深加工业和燕麦速食面、燕麦糊等其他燕麦加工品约占燕麦加工总量的5%。

我国燕麦制品市场呈如下特征：

1、目前燕麦加工处于初级加工阶段，燕麦片〔复合麦片〕加工量较小，绝大局部加工为传统的燕麦面粉，高附加值的燕麦精深产品开发刚刚起步。

2、企业规模有限、燕麦加工制品总量不大，对市场影响偏小，尚需培育并有待战略性开发。

3、总量增速较慢，市场认知、产品渗透能力有待加强。国燕麦制品加工与销售市场尚有潜力。

4、燕麦制品中除麦片品类已趋近市场成熟外，其他品类尚未形成规模。

第二节 燕麦产品国内市场特征分析

目前国内市场的燕麦产品品种主要有燕麦片、燕麦方便面、燕麦茶等,另外还可从燕麦中提取 β -葡聚糖、燕麦淀粉、蛋白质、燕麦油等副产品。燕麦制品中传统的品类—麦片,是唯一形成产业规模并具有一定市场影响的品类。燕麦制品国内市场特征分析从某种程度上来说就是燕麦片〔复合麦片〕在市场中所呈现的特征,这对我们进展其他燕麦制品的市场营销具有现实的借鉴意义。

1、燕麦片〔复合麦片〕虽然进入市场较早,但产业发育不良,整体规模有限。

燕麦片〔复合麦片〕八十年代中期进入市场,总体增速较慢约为年5%。远低于牛奶及咖啡。产业不良表现在:

〔1〕没有统一的国家及行业标准,麦片品质参差不齐;

2007年1月涉及八省33家企业,国家质检总局对麦片产品质量进展抽查抽样合格率为78.3%。

〔2〕添加了大量可改善口感却无益于**的的如:奶精、植物末、阿巴斯甜、乳化剂、抗结剂等化学物质,使营养麦片不营养,对市场消费者存在错误引导。货架销售多是营养麦片、复合麦片等,纯粹燕麦片较少,仅占麦片各品类的约十分之三。

〔3〕麦片品牌模糊、缺乏个性,宣传单一,对燕麦知识的普及和市场认知工作推进的不够深入。

2、在全国市场的开展程度极不均匀,麦片的城市渗透率南方较高而北方城市较低。

华东、华南是燕麦片〔复合麦片〕销售绝对重要的地区,西南地区有较大增长,中南地区已逐步成长。

南方的生活节奏较快,饮食欧化程度较高,麦片迎合了这种需求,这是麦片市场开展程度南高北低的主要原因。

3、产品渗透率较低仅不到15%，，全国主要地区只有1/7左右，而方便面、鲜奶产品渗透率都到达70%，是麦片的5倍，甚至低于速溶咖啡23%。

麦片的口适感不好，冲饮方式不符合我国传统的早餐饮食习惯。在未普及燕麦营养保健价值的情况下，市场的渗透将是个困难的过程。

4、主要的人群特征：略偏女性，重度消费者年龄偏大，受教育程度中等，个人月收入在500-2000之间。

随着年龄的增长，人们特别是女性对**〔含减肥〕的需求会增强。母亲的饮食观很大程度上会影响到其他家庭成员，以重度消费者为核心向边际人群扩散是燕麦产品营销的工作重心之一。

5、占总数14%的重度消费者消费了55%的麦片产品，由此可见麦片是一个重度消费者驱动的市场。

以上说明占消费人群很小局部的人群消耗了大局部的消费量。如果不能改变消费者的态度，则争取这局部重度消费者人群就成为非常重要的市场营销工作重心。鉴于此特性培养消费者的忠诚度也是需要重视的。

6、消费频率：全国平均每月食用23.34次。其中以消费者平均每月食用的次数而言，名列第一，南方沿海城市居民的每月食用次数比拟频繁。

从消费频率看，麦片的产品属性是营养、方便，主要是早餐或佐餐的消费方式。

7、消费者品牌观：目标消费人群品牌忠诚度比拟高，他们注重包装说明，对国外品牌并没有特别大的兴趣。在日趋理性的消费者面前，注重包装说明来自于对于**的关注，是否含糖及各种添加剂，是否纯粹都是消费者所关心的。

8、麦片消费人群实际是比拟普通的人群，没有特别突出的人口统计学特征，但在消费观念、饮食观念等方面有一些不同，对**美容的食物比普通人群更为偏爱，也更喜欢烹饪，此外他们还相比照拟担忧发胖。

这是[饮食观念驱动饮食选择的结果](#)。

9、一年中销量较大的月份集中在9月份及次年3月的半年。

麦片类一般开水冲饮，销量季节变化与产品特性高度一致，同时由于作为礼品也是销售的主要渠道之一，因此在国庆、元旦、春节前的销量也较大。

[由此可反映出中国与西方麦片产品消费关注差异](#)。

在美国，麦片却是很多人的早餐食品，是作为正餐主食的一种消费。而在中国的麦片消费主要是节假日作为礼品购置，麦片是一种适合身体条件略差的老人和青少年食用的营养性**产品。

在 20 世纪初，麦片在美国也是新兴产品，那时美国传统的早餐还是鸡蛋、面包和肉类，R.B.Kellogg 博士为了改变人们摄取太多脂肪的早餐食品构造，创造了麦片并于 1922 年投放市场。他花了整整十年才使得社会承受了这种食品，但是现在，在卖国无论老少都用麦片做早餐，因为它更方便、更快捷、营养更均衡也更廉价。现在美国的麦片产业销售额高达 15 亿美元。

由此，[即便是在传统燕麦消费地区的美国，燕麦的开展也是一个认识与习惯逐步改变的渐进过程](#)。

在中国，燕麦制品市场营销实质是跨文化消费营销的问题。因为饮食首先是一种习惯，食品的选择受认知的驱动，习惯的影响。在战略上可根据饮食文化的不同特点而采取不同的营销策略，在战术上则[要关注消费习惯，走差异化之路](#)。

燕麦产品营销之路是认识与习惯逐步改变渐进之路。燕麦产品市场是一个需要引导、培育的消费市场。

第三节 国主要燕麦加工企业

目前全国燕麦片加工企业 40 余家,各企业年加工量从数百吨至 5 千吨不等,约占同类企业 5%—10%,分布于、、、、**、、等省市市区。

全国燕麦粉加工企业 100 余家 约占 80%,主要以个体和私营小企业为主,广泛分布于内蒙古自治区、省、省等燕麦主产区,以省万全镇最为集中,固定资产 100 万元以上的有 10 余家,年加工燕麦粉约 4 万吨。此外,也有一些企业生产燕麦蛋白、燕麦 β -葡聚糖、燕麦膳食纤维、燕麦油等约占 5%。

在众多的厂家中我们择一些有代表性的典型企业简述之。

一、依托燕麦研究机构,凭借技术优势,进展燕麦精深加工企业
代表企业:三友汇智生物技术

该公司依托工商大学及市植物资源研究开发重点实验室技术优势,专业从事燕麦化妆品成效原料和燕麦保健品成效原料、特色植物提取物、中药提取物的生产、研发和销售的高新技术企业。

〔一〕基地:在坝上草原地区开辟 2000 亩高寒无污染的有机燕麦种植示范基地。

〔二〕、产品系列:

1、化妆品原料:燕麦 β -葡聚糖、燕麦多肽、燕麦精制油、护发燕麦蛋白。

2、保健原料:燕麦保健油(食品级)、燕麦活性肽〔保健食品原料-食品级〕、燕麦活性肽〔食品级〕、燕麦 β -葡聚糖〔食品级〕

二、外乡民营企业，生产燕麦食品初级品，研制燕麦精深加工食品配料的生产。

代表企业：金绿禾生物科技〔该模式对我燕麦工程有借鉴意义〕

该公司成立于 2004 年 8 月，是省高新技术企业，农业产业化龙头企业。注册资金 2000 万元，主要从事燕麦系列功能食品的研发、生产和销售，公司成立有“省金绿禾燕麦研究所”。

〔一〕、基地：拥有 5 万亩有机杂粮种植基地

〔二〕产品系列：

1、饮品系列：“麦之韵”燕麦益生乳、燕麦豆浆系列饮品；

2、冲调系列：“燕风”牌燕麦全麦粉、燕麦纤维粉、

3、杂粮系列：高纤多维米、五谷养生米、五谷方便米饭、燕麦精

4、食品基料；食品基料：燕麦淀粉、燕麦蛋白、燕麦营养素、燕麦纤维粉

正在研制的新产品有、燕麦蛋白、燕麦多肽、燕麦 β -葡聚糖、燕麦膳食纤维、燕麦油等系列产品。

三、建立或依托燕麦种植基地通过上游资源控制向产品市场延伸的企业

其代表：是省吉鹤燕麦、欧德麦

1、欧德麦食品：经营涉及裸燕麦的种植、燕麦加工、燕麦功能食品的开发及燕麦系列食品的销售。该公司与冀北圣麦生物科技、环球有机食品研究咨询中心与市农业局将一起建立“冀北有机燕麦种植带工程”，方案用 8—10 年的时间，投资 3 亿元人民币，在市的北、沽源、康保、尚义 4 县建立 100 万亩有机燕麦种植带，形成年产值 20 亿元的裸燕麦产业及关联产业，目前工程已获批准立项。

2、吉鹤：由市农科院与金福集团、国联集团合资成创立于 2003 年，该公司依托中加燕麦种植基地，是国集燕麦种植、营养食品研发和生产加工于一体的燕麦生产企业。研制开发出金鹤燕麦营养早餐、燕麦粥、燕麦纤维饼、燕麦口嚼片、燕麦片、燕麦米、燕麦圈以及燕麦纤维素片等八大系列二十余种产品。

目前，两家产品市场表现一般。

四、外资企业在中国的知名麦片加工企业

有桂格、金味、西麦、雀巢、超级、皇室等。其中桂格曾在前几年试水中国市场，2006 年又卷土重来，除了国大市场的因素还有就是看上了中国的裸燕麦资源。新加坡金味集团 1991 年在投资设厂，是第一家在中国生产燕麦产品的外资企业。[雀巢和超级是由咖啡冲调品生产企业产品延伸链后进入者，凭借是其品牌与行销能力。](#)

另做燕麦贴牌的市虎门日隆食品厂曾为百佳，沃尔玛的 Great Value 品牌等做 OEM 生产。

有资料显示 2006 年 8 月份我国局部连锁店超市麦片类保健食品销售排行

连锁店\排序 1 2 3

No.11 雀巢 西麦 锄禾	No.1 西麦 皇室 雀巢
No.15 超级 雀巢 早早麦	No.3 西麦 超级 皇室
No.4 金味 西麦 皇室	No.1 西麦 金味 名士威
No.3 皇室 西麦 金味	No.3 西麦 雅芙 雀巢
No.2 西麦 智力 皇室	No.1 西麦 金味 智力

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/578125030056006073>