

2012-2016年中国面粉市场 供需预测与未来发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2012-2016年中国面粉市场供需预测与未来发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R08/R0801/201211/13-111930.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国是一个农业大国、人口大国,也是小麦生产、加工、消费大国。面粉行业是小麦产业链中一个承上启下的重要环节,应在小麦产业调整中发挥重要作用。这是食品工业化发展对小麦链的必然调整,也是面粉加工行业发展的必然趋势。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国面粉市场供需预测与未来发展趋势研究报告》共十五章。首先介绍了全球面粉市场发展状况、中国面粉行业发展环境等,接着分析了中国面粉行业发展的现状,然后介绍了中国面粉行业市场竞争格局。随后,报告对中国面粉行业做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国面粉业的发展。您若想对面粉产业有个系统的了解或者想投资面粉行业,本报告是您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家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。

目录

第一章 2011年全球面粉市场发展状况概述 1

第一节 世界面粉工业发展概况 1

- 一、规模化生产和集约化经营 1
- 二、不断采用新技术及提高资源利用率 1
- 三、营养、卫生、安全和绿色成为加工产品的主流 1
- 四、深加工、多产品是高效增值的重要途径 2
- 五、产品标准体系和质量控制体系越来越完善 2
- 六、世界主要国家面粉行业发展动态 2

第二节 2011年全球面粉行业市场现状分析 4

- 一、全球面粉生产与消费情况 4
- 二、全球面粉市场价格监测 4
- 三、全球面粉贸易市场动态分析 4

第三节 2011年主要国家和地区发展概要 5

- 一、美国 5
- 二、加拿大 6
- 三、澳大利亚 7

五、法国 7

六、英国 8

七、日本 8

第四节 2011年全球面粉供需状况分析 9

一、全球面粉市场供给分析 9

二、全球面粉市场需求分析 9

三、全球面粉市场小麦价格动态 9

第二章 2011年中国面粉行业发展环境分析 10

第一节 2010年中国宏观经济环境分析 10

一、GDP历史变动轨迹分析 10

(一) 农业生产稳定增长, 粮食连续八年增产 10

(二) 工业生产平稳较快增长, 企业利润继续增加 11

(三) 市场销售平稳增长, 汽车销售回落幅度较大 12

(四) 进出口保持较快增长, 外贸顺差继续收窄 13

(五) 货币供应量平稳回落, 新增贷款有所减少 13

(六) 市场物价同比上涨, 7月份后同比涨幅连续回落 14

(七) 城乡居民收入稳定增长, 农村居民收入增速快于城镇 15

(八) 人口总量低速增长, 城镇人口首超农村 16

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 17

(一) 固定资产投资保持较快增长, 投资结构继续改善 17

(二) 房地产开发呈回落态势, 商品房销售增速回落 18

三、2012年中国经济发展预测分析 19

2012年中国GDP增长预测 21

第二节 2011年中国面粉行业发展政策环境分析 22

一、《营养强化面粉标准》 22

二、面粉行业准入制度 23

三、国家对小麦粉的政策和标准 23

GB 1355-1978、GB 1355-1986。 24

3.术语和定义 25

4.质量要求 26

4.1 质量指标 26

4.2 卫生指标	27
4.3 添加剂和营养强化剂	27
5. 检验方法	27
5.1 加工精度检验 按GB/T 5504执行。	27
5.2 灰分检验 按GB/T 5505执行。	27
5.3 面筋检验 按GB/T5506 或GB/T 14608执行。	27
5.4 粗细度检验 按GB/T 5507执行。	27
5.5 含砂量检验 按GB/T 5508执行。	27
5.6 磁性金属物检验 按GB/T 5509执行。	27
5.7 脂肪酸值检验 按GB/T 5510执行。	27
5.8 水分检验 按GB/T 5497执行。	27
5.9 气味口味检验 按GB/T 5492执行。	27
5.10 面筋指数检验 按LS/T 6102执行。	28
5.12 稳定时间 按GB/T 14614执行。	28
5.13 降落数值 按GB/T 10361执行。	28
6. 检验规则	28
6.1 抽样	28
6.2 产品组批	28
6.3 出厂检验	28
6.4 型式检验	28
6.5 判定规则	28
7. 标志、标签	28
7.1 标志	28
7.2 标签	28
8. 包装、运输、贮存	29
8.1 包装	29
8.2 运输	29
8.3 贮存	29
第三节 2011年中国面粉产业发展环境分析	29
一、 中国是世界上最大的小麦生产国及消费国	29
二、 中国面粉行业已进入发展加速时期	29
三、 中国面粉行业整合之势为时不远	30

四、中国发展强化面粉是大势所趋 30

第四节 粮食行业总体现状 30

一、中国粮食市场60年发展状况综述 30

(一) 中国粮食产量60年的变迁状况 30

(二) 1949—1978年中国粮食市场的发展历程与变迁特点 32

(三) 1978—2008年粮食市场的发展历程与变迁特点 33

4、粮食产品属性的演变特征 36

(四) 中国粮食市场60年的变迁特点 36

二、中国粮食行业正进入新的转折期 38

三、中国粮食市场供需分析 39

(一) 2011年国家继续提高政策粮收购价，保障种粮收益，维护了农民种粮积极性 39

(二) 2011年我国粮食生产实现半个世纪来首个“八连增” 40

(三) 2011年粮油市场政策市明显，多重调控下粮油价格走势为通胀管理做出贡献 40

(四) 2011年粮油食品质量安全事件频发，深层原因下质量监管任重而道远 40

(五) 2012年粮食生产持续增长难度较大，粮油价格走势将为经济活动创造良好环境 41

(一) 产量增长质量提升 42

(二) 整体消费显著增长 42

(三) 供需关系紧平衡 42

(四) 进口增加出口启动 43

四、国内粮食市场流通情况分析 43

第五节 2011年中国面粉行业发展社会环境分析 44

一、人口环境分析 44

二、教育环境分析 44

三、文化环境分析 45

四、生态环境分析 47

第三章 2007-2010年中国小麦生产数据分析 49

第一节 2007-2010年全国小麦面积和产量增减 49

一、2007年全国小麦面积和产量增减 49

二、2008年全国小麦面积和产量增减 49

三、2009年全国小麦面积和产量增减 49

四、2010年全国小麦面积和产量增减 49

第二节 2007-2010年全国各省份/地区小麦播种面积和产量 50

一、2007各省份/地区主要农作物播种面积和产量 50

二、2008各省份/地区主要农作物播种面积和产量 85

三、2009各省份/地区主要农作物播种面积和产量 98

四、2010各省份/地区主要农作物播种面积和产量 115

一、播种面积 115

第三节 2007-2010年我国小麦、春小麦、冬小麦面积、产量及亩产数据 131

一、2007年我国小麦、春小麦、冬小麦面积、产量及亩产数据 131

二、2008年我国小麦、春小麦、冬小麦面积、产量及亩产数据 133

三、2009年我国小麦、春小麦、冬小麦面积、产量及亩产数据 135

四、2010年我国小麦、春小麦、冬小麦面积、产量及亩产数据 138

第四节 2007-2010年国有粮食企业小麦收购、销售情况分析 141

一、2007年国有粮食企业粮食分品种收购、销售情况 141

二、2008年度国有粮食企业粮食分品种收购、销售情况 141

三、2009年度国有粮食企业粮食分品种收购、销售情况 142

四、2010年度国有粮食企业粮食分品种收购、销售情况 142

第五节 2011年中国小麦收购形势 143

一、我国小麦产业链各环节调查分析 143

二、我国小麦收购形势分析 145

第四章 2011年中国小麦加工产业市场运行动态分析 149

第一节 2011年中国小麦加工产业项目分析 149

一、河南茂盛集团50万吨优质专用小麦加工项目 149

二、30万吨/年优质小麦加工项目 149

三、洮南市优质小麦加工项目项目 150

第二节 IB磨辊与小麦出粉率之间的关系 150

一、磨辊技术参数对小麦出粉率的影响 150

二、工艺配置与IB磨辊对小麦出粉率的影响 151

三、不同原粮与IB磨辊对出粉率的影响 152

四、清理流程与IB磨辊对出粉率的影响 152

五、IB磨辊工艺操作对小麦的出粉的影响 152

六、IB磨粉机与重筛清粉机对小麦出粉率的影响 152

第五章 2009-2011年中国小麦加工行业数据监测分析	153
第一节 2009-2011年中国小麦加工行业总体数据分析	153
一、2009年中国小麦加工行业全部企业数据分析	153
二、2010年中国小麦加工行业全部企业数据分析	154
三、2011年中国小麦加工行业全部企业数据分析	156
第二节 2009-2011年中国小麦加工行业不同规模企业数据分析	158
一、2009年中国小麦加工行业不同规模企业数据分析	158
二、2010年中国小麦加工行业不同规模企业数据分析	158
三、2011年中国小麦加工行业不同规模企业数据分析	158
第三节 2009-2011年中国小麦加工行业不同所有制企业数据分析	159
一、2009年中国小麦加工行业不同所有制企业数据分析	159
二、2010年中国小麦加工行业不同所有制企业数据分析	159
三、2011年中国小麦加工行业不同所有制企业数据分析	160
第六章 2011年中国面粉行业发展状况分析	161
第一节 2011年我国面粉企业总体概况分析	161
一、2011年面粉行业的开工率	161
二、2011年面粉行业价格走势	161
三、2011年面粉行业整体效益	162
第二节 2011年中国面粉行业存在问题分析	162
一、产品结构相对单一	162
二、绝大多数企业依然停留在发展通用粉生产	163
三、专用粉品种少且同质化现象严重，附加值低	163
四、市场竞争激烈	163
第三节 2011年中国面粉行业企业发展重点分析	164
一、控制成本	164
二、调整产品结构	165
三、树立品牌	166
四、及时调整战略	166
第四节 2011年中国面粉市场发展状况分析	166
一、中国拟立法强制实施面粉营养强化	166
二、小麦品质与专用小麦粉的生产分析	167

- 2、专用小麦粉的生产 168
- 三、我国强化面粉发展状况分析 171
 - 1) 长三角地区市场 173
 - 2) 京津唐地区市场 173
 - 4) 中原地区市场 173
 - 5) 东北、西北地区市场 173
- 四、我国营养强化面粉的现状与发展趋势 173
- 五、小麦粉产品质量状况 177
- 六、“增白”面粉背后的隐忧 183
- 七、河南省粮食加工业现状 185

第七章 2008-2011年中国小麦粉产量统计分析 186

- 第一节 2008-2010年全国小麦粉产量分析 186
- 第二节 2011年12月全国及主要省份小麦粉产量分析 186
- 第三节 2011年12月小麦粉产量集中度分析 189

第八章 2011年中国面粉市场供需状况分析 190

- 第一节 2011年中国面粉市场需求分析 190
 - 一、当前我国面粉消费量分析 190
 - 二、国际市场消费量分析 190
 - 三、我国面粉需求特征分析 190
- 第二节 2011年中国面粉市场价格分析 190
 - 一、我国面粉市场价格总体形势 190
 - 二、城镇面粉市场价格行情 191
 - 三、我国面粉产区价格行情分析 191
 - 四、我国面粉销区价格行情分析 193
- 第三节 2011年中国面粉行业产品市场状况分析 193
 - 一、专用粉市场 193
 - 二、专供粉 194
 - 三、通用面粉 194

第九章 2011年中国小麦粉需求重点领域透析 195

第一节 2011年中国糕点/饼干市场分析	195
一、中国焙烤食品行业总体发展态势良好	195
二、近几年糕点、面包制造行业相关经济数据分析	195
三、2006-2011年中国糕点产量数据分析	197
1、饼干	197
2、糕点	198
第二节 2011年中国方便面市场分析	198
一、中国方便面工业走向成熟	198
二、中国方便面食品迎来微利时代	199
三、加强研发推动方便面产业升级	201
四、近几年中国方便面产业数据监测	203
1、方便面制造行业主要指标监测分析	203
2、方便面产量数据分析	207
3、方便面进出口贸易分析	207
五、中国方便面对面粉的需求预测分析	208
第十章 2011年中国面粉基本消费行为研究及市场营销战略分析	209
第一节 2011年中国主食工业化对膳食现代化的影响分析	209
一、异军突起的主食方便面	209
二、转向现代工业化生产的食品挂面	210
三、方兴未艾的冷冻调制主食食品	211
四、工业化生产的主食面包、馒头和饼干	212
第二节 2011年中国面粉消费者崇尚自然	212
第三节 2011年影响面粉品质的主要因素分析	213
第四节 2011年国外面粉企业营销策略分析	214
一、日清公司美国营销策略	214
二、美国菲伯面粉公司营销策略	216
三、美国皮尔斯堡面粉公司营销策略	216
四、美国亚瑟王面粉营销策略	217
第五节 2011年中国国内面粉企业营销策略分析	220
一、湖雪面粉营销策划	220
一、小包装面粉是居民面粉消费的主流	221

二、饺子粉等专用面粉在节庆时节会形成消费高峰 221

三、对价格较为敏感的家庭主妇是面粉的主要购买者 221

四、商超是大众购买面粉的首选渠道 221

一、两大标准：湖雪树立面粉行业标准 222

二、九大理由：揭开湖雪“独树一帜”的奥秘 223

1、“新鲜小麦（只选取新鲜优质小麦，拒绝陈化粮）； 223

3、品质享受（天然好味，包出的饺子色香味俱全）； 223

5、科研先进；6、纯正天然（不含增白剂，天然乳白色）； 223

8、国家免检（“国家免检”产品）； 224

一、品牌载体识别：品牌代言人+企业吉祥物 224

二、品牌传播识别：刘仪伟“快板解说+功夫厨艺”+央视广告 226

三、品牌包装识别：新LOGO+新包装+新形象 229

3、包装生动化，刘仪伟全国“卖面” 230

二、名佳面粉营销策略 232

三、金斗面粉营销策略 236

四、内蒙恒丰包装创意 236

第六节 2011年中国国内面粉行业营销研究 237

（一）销区企业的营销特点、优势 237

一、快速、周到、质优的服务是销区制胜的关键 238

二、丰富的品种是满足不同需求的有效手段 238

三、解决滞销产品的问题是打击对手的有效武器 238

四、编织一张像蜘蛛网一样的营销网络 239

五、缩短销售渠道降低销售成本提高竞争力 239

六、销区企业一定要经营好副产品 239

七、销区的小麦质量再差也有它的特点，用好这点微弱的优势有时成本的天平就会倾斜于你。
。 240

八、用好当地的人力资源，培训出一支能征善战的营销队伍。 240

九、“新鲜”是销区企业的好卖点 240

（二）产区企业的营销特点（优势） 240

一、原料的比较成本低是产区企业的发展基础。 241

二、用产品的特点去夺取用户的心。 241

三、产区企业沿着铁路线做市场是拉开销区企业成本的关键。 241

- 四、打破以行政区域为单元市场的陈旧思维使产区企业布点战略更胜一筹。 242
- 五、培养出自己的经销商是你市场稳固的基础。 242
- 六、销售队伍贵在精不在多。 242
- 七、平衡销售是面粉企业营销的最高体现。 243
- 八、世界上没有刺不破的盾，也没有挡不住的矛。 243

第十一章 2011年中国面粉行业市场竞争格局分析 244

第一节 2011年中国面粉市场竞争动态 244

- 一、“最具市场竞争力品牌”面粉品牌 244
- 二、小麦及面粉产品部分生产企业 244
- 三、中国面粉竞争区 245
- 四、嘉里益海集团合并 245
- 五、台湾面粉加工业整合潮 246

第二节 2011年中国面粉产业集聚度分析 247

- 一、市场集中度分析 247
- 二、生产企业的集中分布 247

第三节 2011年中国面粉厂商市场竞争策略借鉴 248

- 一、从湖雪看面粉行业发展 248
- 二、古船品牌突围策略 250
- 三、花鼓小包装面粉上市遭遇分析 255

第十二章 2011年中国面粉加工企业运行关键性财务数据分析 260

第一节 河南省北徐集团有限公司 260

- 一、企业概况 260
- 二、企业主要经济指标分析 260
- 三、企业盈利能力分析 261
- 四、企业偿债能力分析 261
- 五、企业运营能力分析 262
- 六、企业成长能力分析 262

第二节 菏泽华瑞食品有限责任公司 262

- 一、企业概况 262
- 二、企业主要经济指标分析 263

- 三、企业盈利能力分析 264
- 四、企业偿债能力分析 264
- 五、企业运营能力分析 265
- 六、企业成长能力分析 265
- 第三节 蛇口南顺面粉有限公司 265
 - 一、企业概况 265
 - 二、企业主要经济指标分析 266
 - 三、企业盈利能力分析 267
 - 四、企业偿债能力分析 267
 - 五、企业运营能力分析 268
 - 六、企业成长能力分析 268
- 第四节 浙江新市油脂股份有限公司 268
 - 一、企业概况 268
 - 二、企业主要经济指标分析 269
 - 三、企业盈利能力分析 270
 - 四、企业偿债能力分析 270
 - 五、企业运营能力分析 271
 - 六、企业成长能力分析 271
- 第五节 河南华星粉业有限公司 272
 - 一、企业概况 272
 - 二、企业主要经济指标分析 272
 - 三、企业盈利能力分析 273
 - 四、企业偿债能力分析 273
 - 五、企业运营能力分析 274
 - 六、企业成长能力分析 274
- 第六节 陕西老牛面粉有限公司 275
 - 一、企业概况 275
 - 二、企业主要经济指标分析 275
 - 三、企业盈利能力分析 276
 - 四、企业偿债能力分析 277
 - 五、企业运营能力分析 277
 - 六、企业成长能力分析 277

第七节 禹城市禹飞面粉有限公司 278

- 一、企业概况 278
- 二、企业主要经济指标分析 278
- 三、企业盈利能力分析 279
- 四、企业偿债能力分析 279
- 五、企业运营能力分析 280
- 六、企业成长能力分析 280

第八节 新疆天山面粉(集团)有限责任公司 280

- 一、企业概况 280
- 二、企业主要经济指标分析 281
- 三、企业盈利能力分析 282
- 四、企业偿债能力分析 282
- 五、企业运营能力分析 283
- 六、企业成长能力分析 283

第九节 滕州市东谷面粉有限公司 283

- 一、企业概况 283
- 二、企业主要经济指标分析 284
- 三、企业盈利能力分析 285
- 四、企业偿债能力分析 285
- 五、企业运营能力分析 285
- 六、企业成长能力分析 286

第十节 江苏南顺面粉有限公司 286

- 一、企业概况 286
- 二、企业主要经济指标分析 286
- 三、企业盈利能力分析 287
- 四、企业偿债能力分析 287
- 五、企业运营能力分析 288
- 六、企业成长能力分析 288

第十三章 2012-2016年中国面粉业的发展趋势预测分析 289

第一节 2012-2016年中国面粉加工企业的发展趋势分析 289

- 一、我国面粉加工企业两极分化趋势 289

- 二、产区的加工企业规模扩大化趋势 289
- 三、产区面粉加工的高档化趋势分析 289
- 四、面粉将实现强制性营养强化 289
- 五、将更加重视创建自主的技术创新体系 290
- 六、企业将更加重视创品牌的战略 291
- 七、面粉产品向专业化方向发展 291
- 第二节 2012-2016年中国面粉行业发展展望与预测分析 291
 - 一、2012-2016年我国面粉产量预测分析 291
 - 二、中国面粉市场需求预测分析 292
 - 三、中国面粉进出口贸易预测分析 292
 - 四、原粮供应商和面粉销售将面向两个市场 293
- 第三节 2012-2016年中国面粉行业品牌运营趋势分析 293
 - 一、品牌“新垄断时代”的来临 293
 - 二、顾客忠诚度向“品牌崇拜”的进化 294
 - 三、事件营销将令更多的品牌快速崛起 294
 - 四、品牌销售之网络终端的强化 294
 - 五、品牌虚拟化经营的兴盛 295
- 第十四章 2012-2016年中国面粉行业投资前景预测分析 296
 - 第一节 2011年中国面粉产业投资环境分析 296
 - 第二节 2012-2016年中国面粉行业投资机会分析 296
 - 一、中国面粉市场区域投资潜力分析 296
 - 二、与产来链相关的投资机会分析 297
 - 第三节 2012-2016年中国面粉加工业投资风险分析 298
 - 一、宏观调控风险 298
 - 二、技术创新风险 298
 - 三、经营管理风险 299
 - 四、其它风险 299
- 第十五章 2012-2016年中国面粉行业发展战略分析 303
 - 第一节 2012-2016年中国面粉企业生产经营成本控制分析 303
 - 一、从思想观念上提高节约意识 303

- 二、精简人员、提高生产效率 303
- 三、严格领料制度 303
- 四、调耗能灯泡为节能灯管 304
- 五、粘补筛网并焊补下料管 304
- 六、机械输送 304
- 七、单位小麦加工成本 304
- 第二节 2012-2016年中国面粉行业营销研究分析 305
 - 一、当前我国面粉业营销战略研究 305
 - 2.1 专用粉的开发 307
 - 2.2 通用粉品种细分化 308
 - 3.1 品牌塑造的途径 310
 - 3.2 品牌维护和规划 310
 - 二、面粉加工企业结构分析及营销 311
 - 1. 面粉加工企业的竞争结构分析 311
 - 1.1 供应商讨价还价能力 311
 - 1.2 客户讨价还价能力 311
 - 1.3 行业新进入者的威胁 312
 - 1.4 替代产品的威胁 312
 - 1.5 现有企业的竞争 312
 - 2. 粉加工企业的市场结构分析 312
 - 3.1 产品市场定位 314
 - 3.2 选择竞争的战略态势 315
 - 3.3 做好市场营销 316
- 三、营销方式演变及产品研发方向 316
- 四、专用面粉市场现状分析及营销 318

通过《2012-2016年中国面粉市场供需预测与未来发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R08/R0801/201211/13-111930.html>