

2016-2022年中国麦乳精市场需求及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国麦乳精市场需求及投资前景分析报告》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：<https://www.huaon.com/detail/184795.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

麦乳精是以乳粉、炼乳、麦糠、可可粉为主体，添加蛋粉、奶油、柠檬酸、砂糖、葡萄糖、维生素等成分，经真空或喷雾干燥制成的一种速溶含乳饮料。

“麦乳精”原名“乐口福”。除出口产品仍用原来名称外，国内销售改称为麦乳精，这里也有一定的现实意义，它系根据配方中原料性质决定的。

1.“麦”：所谓麦就是指麦乳精原料中麦精而言，它是以二棱大麦为主要原料，其生产所用量要比生产饴糖的比例约大6倍以上。生产麦精时，将这种大麦经过发芽、焙制、糖化等工艺。所以用麦精生产的麦乳精，有一股麦芽清香味道，而这种香味是有些食用香精所不可比拟的。

2.“乳”：所谓乳就是麦乳精配方中所用的奶油、奶粉、炼乳等原料，这些都是从新鲜牛乳加工、提炼的，是乳中的精华，也是麦乳精的主要营养成分。

3.“精”：所谓精就是讲生产麦乳精时所用的葡萄糖、饴糖、麦精等原料，这些原料都有一定的糊精含量，糊精介于淀粉和糖化的中间产物，在制造过程中经真空烘焙后所产生一阵阵的扑鼻而又不易散出的香气、甜气味。

由于营养比较丰富、颗粒疏松、溶解性好、冲饮便利，既能热饮又能冷饮，是家庭及旅行中、四季皆宜的饮料食品。饮时香味浓郁，食后又能充分吸收，这一独特优点是有的饮料远所不能及的。有些制品还添加各种维生素、磷、钙等成分予以强化，还允许有少量的磷酸氢钠、柠檬酸。麦乳精易溶于热水中，加水冲调后即能成为一种具有人们所喜爱的芳香风味营养饮料。麦乳精的稀释度为含干物质约15%，每100毫升冲调液具有270~300焦耳发热量，与消毒牛奶相近似。

麦乳精， 每100克含可食用部分100克 热量（千卡）： 429
B1硫胺素（毫克）： 0.05 CA钙（毫克）： 145 蛋白质（克）： 8.5 B2核黄素（毫克）： 0.3 MG镁（毫克）： 70 脂肪（克）： 9.7 B5烟酸（毫克）： 0.7 FE铁（毫克）： 4.1
碳水化合物（克）： 77 VC维生素C（毫克）： 0 MA锰（毫克）： 0.26 膳食纤维（克）： 0
VE维生素E（毫克）： 0.44 ZN锌（毫克）： 1.56 维生素A（微克）： 113
胆固醇（毫克）： 0 CU铜（毫克）： 0.26 胡萝卜素（微克）： 2.8 钾（毫克）： 355
P磷（毫克）： 218 视黄醇当量（微克）： 2 钠（毫克）： 177.8 SE硒（微克）： 3.32

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。

报告目录：

第一章 麦乳精行业市场现状分析 1

第一节 市场概述 1

一、简介 1

（一）定义 1

（二）特征 1

（三）配方与工艺流程 2

1.原料配方 2

2.工艺流程 2

（四）标准与指标 2

1.感官指标 3

2.理化指标 3

3.微生物指标 3

二、市场现状 3

（一）我国固体饮料行业发展 3

1.发展现状 3

2.固体饮料主流品种 4

3.固体饮料加工工艺现状 4

4.固体饮料的发展方向 5

（二）我国麦乳精行业发展 6

第二节 市场规模 8

一、我国固体饮料行业销售收入统计及预测 8

（一）我国固体饮料行业销售收入统计 8

（二）我国麦乳精行业销售收入统计及预测 9

二、我国麦乳精行业产销量统计及预测 10

（一）我国麦乳精行业产量统计及预测 10

（二）我国麦乳精行业销量统计及预测 11

第三节 相关产业链分析 13

一、麦精市场 13

（一）麦精配料发展成熟 13

（二）国产技术寻求突破 13

（三）创造市场潜在空间 14

二、软饮料市场分析 15

第四节 存在的问题 18

一、固体饮料市场存在的问题 18

（一）传统产品影响大 18

（二）竞争异常激烈 18

（三）生产技术落后 18

(四) 生产管理有漏洞 18

二、麦乳精市场存在的问题 18

(一) 掺假现象 18

(二) 使用不当 19

(三) 竞争无序 20

第二章 麦乳精行业市场竞争分析 21

第一节 市场竞争现状分析 21

第二节 企业市场占有率分析 22

第三节 市场供给现状 23

一、供给现状 23

二、影响因素 23

(一) 市场规模的大众化规律 23

(二) 产品更新对设备要求较低 23

(三) 广告费及产品研发费投入较大 23

(四) 市场竞争受价格影响较大 24

第四节 市场价格分析 25

第三章 麦乳精行业制造商分析 27

第一节 行业企业整体分析 27

第二节 主要制造商分析 28

一、上海英联食品饮料有限公司 28

(一) 企业基本信息 28

(二) 企业发展历史 28

(三) 企业营销渠道分析 28

(四) 企业资产、主营收入及利润分析 29

(五) 企业盈利能力分析 29

(六) 企业成长能力分析 30

(七) 企业产销分析 30

(八) 企业产品相关技术 31

(九) 企业的行业地位分析 31

二、天津高乐高食品有限公司 32

(一) 企业基本信息 32

(二) 企业发展历史 32

(三) 企业营销渠道分析 32

- (四) 企业资产、主营收入及利润分析 33
- (五) 企业盈利能力分析 33
- (六) 企业成长能力分析 34
- (七) 企业产销分析 34
- (八) 企业产品相关技术 35
- (九) 企业的行业地位分析 35

第四章 麦乳精行业行业发展预测 36

第一节 技术趋势 36

- 一、产品品种多样化 36
- 二、产品针对性更强 36
- 三、产品技术更先进 36

第二节 市场前景 37

- 一、创新产品，求新发展 37
- 二、品牌渗透力逐步加强 37
- 三、产品准确定位 37
- 四、迎来网络广告新时代 37

第三节 竞争趋势 39

- 一、竞争激烈迫使销售趋缓 39
- 二、竞争使广告宣传费用投入较大 39
- 三、竞争促使企业不断改革 39
 - (一) 重视产品卫生质量安全 39
 - (二) 适当降低老产品的价格增强竞争力 40

图表目录:

图表 麦乳精营养物质含量表 2

图表 2013-2015年我国固体饮料行业销售收入统计 8

图表 2016-2022年我国固体饮料行业销售收入预测 9

图表 2013-2015年我国麦乳精行业销售收入统计 9

图表 2016-2022年我国麦乳精行业销售收入预测 10

图表 2013-2015年我国麦乳精行业产量统计 10

图表 2016-2022年我国麦乳精行业产量预测 11

图表 2013-2015年我国麦乳精行业销量统计 11

图表 2016-2022年我国麦乳精行业销量预测 12

图表 2008-2015年我国软饮料行业产量统计 16

图表 2013-2015年我国麦乳精行业企业市场占有率统计情况 22

图表 2013-2015年我国麦乳精市场平均出厂价格分析 25

图表 2013-2015年我国麦乳精市场平均出厂价格预测 26

图表 2013-2015年上海英联食品饮料有限公司资产、销售收入及利润分析 29

图表 2013-2015年上海英联食品饮料有限公司盈利情况 29

图表 上海英联食品饮料有限公司成长能力分析情况 30

图表 2013-2015年上海英联食品饮料有限公司麦乳精产销量情况 30

图表 2013-2015年天津高乐高食品有限公司资产、销售收入及利润分析 33

图表 2013-2015年天津高乐高食品有限公司盈利情况 33

图表 天津高乐高食品有限公司成长能力分析情况 34

图表 2013-2015年天津高乐高食品有限公司麦乳精产销量情况 34

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/184795.html>