

2021-2026年中国豆奶行业市场供需格局及行业前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国豆奶行业市场供需格局及行业前景展望报告》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/channel/beverage/657489.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

一直以来，豆浆都是中国人的传统健康饮品，营养丰富，价格适宜，口感香浓醇和，滑而不腻，人们对它一直青睐有加。随着乳制品行业不断深挖细分市场，豆浆的商业价值被饮料企业所挖掘，豆奶饮料开始成为中国家庭消费增长较快的饮品品类，开始进入发展的快车道。目前豆奶饮料调制豆浆或调制脱脂豆浆、大豆蛋白粉混合而成的乳状饮料，在饮料市场中被归类在植物蛋白饮料当中。相比于牛奶、功能饮料、碳酸饮料而言，豆奶在消费者中基本已经实现了全面渗透，调查显示在早餐饮料中排在第一位的是豆浆（奶/乳），约占比39.13%；排在第二位的是粥，约占26.38%；牛奶排在第三位，约占14.20%，可见，选择豆浆（乳/奶）的是选择牛奶的2倍以上。

中国消费者早餐饮料消费习惯

2019年我国植物蛋白饮料产量达到87.84亿吨，其中豆奶/豆浆的产量预计在30亿吨以上，销售额突破100亿元。我国植物蛋白饮料市场目前主要细分为核桃、杏仁、椰汁、豆奶四大品类，其中核桃露主要是养元饮品，椰汁有椰树牌椰汁，杏仁有露露，三大细分品类均有龙头企业，格局相对稳定。而豆奶起步较早，如今面临的竞争也最为激烈，目前国内尚无具有绝对优势的龙头企业诞生。目前市场份额最大、在行业处于领先地位的维他奶，其市场主要集中在珠三角、长三角，其他豆奶企业主要市场也多分布在全国二、三线城市或农村地区，全国铺设较少。

2014-2019年我国植物蛋白饮料产量

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。

报告目录：

第一章 世界豆奶产业运行态势分析

第一节 世界豆奶行业运行环境浅析

一、全球经济现状及影响分析

二、乳制品事件对豆奶的影响

第二节 世界豆奶行业市场格局

一、发达国家豆奶发展迅猛

二、世界豆奶市场消费情况

三、世界豆奶原料供应情况及价格分析

四、世界豆奶市场发展动态分析

第三节 2020年世界主要国家豆奶市场运行分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧洲

第四节 2021-2026年世界豆奶行业新趋势探析

第二章 2020年中国豆奶行业市场发展环境解析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 中国豆奶市场政策环境分析

- 一、《奶业整顿和振兴规划纲要》
- 二、七大措施搞活流通扩大消费政策解析
- 二、《豆奶和豆奶饮料》行业标准
- 三、中国发布四项奶业新政策的解读

第三节 2020年中国豆奶市场技术环境分析

- 一、豆奶加工工艺流程
- 二、无菌罐装工艺

第四节 2020年中国豆奶市场社会环境分析

- 一、居民消费观念
- 二、居民的饮食结构
- 三、人口环境分析
- 四、教育环境分析
- 五、文化环境分析
- 六、生态环境分析

第三章 中国豆奶行业市场运行态势剖析

第一节 中国豆奶行业动态分析

第二节 中国豆奶产业现状综述

第四章 2020年中国豆奶产业发展中面临的挑战及影响因素分析

第一节 2020年中国豆奶产业问题探讨

- 一、豆奶的消费者的观念培育是头号问题
- 二、行业的集中程度低

三、行业缺乏高附加值的中高档产品支撑

四、缺失优秀的商业运作模式

五、豆奶的行业引导与推广声音比较稀薄

第二节 2020年中国豆奶行业发展迟缓的原因

一、缺乏市场运作的经验与方法

二、缺乏对消费者的观念的培育与消费市场的正确引导

三、豆奶的产品设计不能满足消费者的口感需求

四、行业没有被引起足够的重视

五、缺乏一套成熟的商业模式

第五章 2016-2020年中国豆奶加工所属行业数据监测分析（1392）

第一节 2016-2020年中国豆奶加工所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2020年中国豆奶加工所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2016-2020年中国豆奶加工所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口 交货值分析

第四节 2016-2020年中国豆奶加工所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2016-2020年中国豆奶加工所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2020年中国豆奶市场运行走势分析

第一节 2020年中国豆奶市场亮点呈现

第二节 2020年中国豆奶市场运行现状分析

一、我国豆奶消费增长快速加快

二、乳业危机引爆豆奶市场

三、维他奶等知名豆奶饮品热销市场

四、豆奶自身的优势将激活豆奶市场

五、豆奶质量抽检情况

第三节 2020年中国豆奶市场需求消费情况分析

一、豆奶市场整体需求情况分析

二、豆奶消费群体分析

第四节 2020年中国豆奶市场价格分析

一、豆奶品牌价格走势分析

二、影响豆奶价格波动的因素分析

第七章 2020年中国豆奶粉市场消费分析

第一节 受访者基本情况分析

一、年龄分布

二、性别占比

三、受访者职业分布

四、是否有喝豆奶的习惯

第二节 2020年中国豆奶消费者消费行为分析

一、消费者对豆奶的认知程度

二、消费者饮用豆奶时间分析

三、消费者购买豆奶的频率

四、消费者选择喝豆奶的原因

五、消费者对豆奶满意度分析

六、消费者购买豆奶前五大品牌构成

七、消费者购买豆奶价格分析

第三节 影响消费先购豆奶的因素分析

第八章 2016-2020年中国大豆粉所属行业进出口数据监测分析（12081000）

第一节 2016-2020年中国大豆粉进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2016-2020年中国大豆粉出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2016-2020年中国大豆粉进出口平均单价分析

第四节 2016-2020年中国大豆粉进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 中国豆奶市场竞争新格局透析

第一节 中国奶粉市场的竞争状况分析

第二节 中国豆奶竞争分析

尽管豆浆/豆奶是我国居民早已接受的一种饮品，但是目前看来在饮料市场的销售状况不佳。随着消费群体的年轻化，豆奶这种传统饮品已经很难再引起年轻群体的消费兴趣，特别是豆奶的原料是大豆，稀缺性弱，价值感弱直接导致产品定位受限。导致消费者对于豆奶的价值认知偏低，在价格相差不大且都能消费得起的情况下，消费者会买牛奶还是豆奶，就显而易见了。在高频消费市场受到牛奶的强力冲击，而在高端礼品市场几乎难以立足。伊利蒙牛集团收益接近千亿，旗下多产品进入百亿阵营，相比于牛奶市场而言，整个植物蛋白饮料市场目前依然处在产业发展的初期。除了价值认知之外，营养也是消费者较为关注的因素之一，随着饮品行业向健康化发展，与牛奶高度相似的豆奶无法避免的与豆奶进行营养层面的比较。但是，纯牛奶（全脂）的能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物、钙含量均高于豆浆（新南洋牌），而豆浆的原料大豆虽含较高钙、铁和抗氧化剂维生素E，但经过加工制作成豆浆后损失较大，维生素E和铁含量与牛奶不相上下，钙含量更是远不及牛奶。因此普遍都把乳制品作为优质蛋白质来源的推荐，主要原因就是牛奶是补钙效率较高，且更加容易推广的食品。

豆浆与牛奶营养成分对比

另外相比于牛奶而言，豆类饮料市场明显门槛更低，导致企业过度竞争下市场被分割，不利于全国范围内的巨头诞生。豆奶行业进入门槛不高，且原材料充足，行业格局较为分散，区域竞争特征明显，目前市场还处在很初级的竞争状态，产品同质化特点明显，没有特别坚实的技术壁垒，各种品牌良莠不齐。因此在这种情况下培养和教育消费者的消费习惯也就无从谈起。

2018年我国豆奶市场竞争格局

第三节 豆奶市场竞争优势分析

第四节 2021-2026年中国豆奶行业竞争趋势分析

第十章 2020年中国豆奶重点企业竞争力及关键性数据分析

第一节 维维食品饮料股份有限公司（600300）

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第三节 徐州金维食品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第四节 杨协成（广州）食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第五节 揭阳市黑牛食品工业有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第六节 山东力源食品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第十一章 2020年中国豆奶原料运行形势透析—大豆

第一节 大豆相关概述

第二节 2020年中国大豆种植情况分析

一、我国大豆种植区域分布

二、政府对大豆种植的扶持

三、黄豆增产的重要技术措施

第三节 2020年中国大豆市场运行分析

一、大豆市场供给情况分析

二、大豆市场需求情况分析

三、黄大豆进出口贸易数据监测

三、影响大豆市场供需的因素分析

第四节 2020年中国大豆价格分析

第五节 2021-2026年中国大豆原料产业发展前景预测分析

第十二章 2020年中国家用豆浆机市场运行透析及影响分析

第一节 2020年中国家用豆浆机运行概况

一、进入了高速发展的时代

二、技术更新速度快

三、家用豆浆机普及应用情况

第二节 2020年中国家用豆浆机市场运行分析

一、家用豆浆机市场需求呈现加速增长的势头

二、家用豆浆机产品创新激发市场需求

三、竞争促进家用豆浆机行业的发展

四、美的大规模进入豆浆机行业

第三节 豆浆机产业对豆奶的影响分析

第十三章 2021-2026年中国豆奶行业发展趋势与前景展望

第一节 2021-2026年中国豆奶行业发展前景分析

一、中国豆制品加工业前景展望

二、质量危机催生豆奶产业前景

第二节 2021-2026年中国豆奶行业发展趋势分析

一、未来中国豆奶技术发展趋势

二、未来中国豆奶新产品趋势探讨

三、豆奶粉包装趋势分析

第三节 2021-2026年中国豆奶行业市场预测分析

一、中国豆奶粉市场供给情况预测分析

二、中国豆奶粉市场需求情况预测分析

第四节 2021-2026年中国豆奶市场盈利预测分析

第十四章 2021-2026年中国豆奶行业投资前景预测分析

第一节 2021-2026年中国豆奶行业投资机会分析

一、中国乳制品业投资潜力分析

二、豆奶投资吸引力分析（AK LSW）

三、与产业链相关的投资机会分析

第二节 2021-2026年中国豆奶行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第三节 行业投资建议

图表目录：

图表：2016-2020年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2020年中国三产业增加值结构图

图表：2016-2020年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2016-2020年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2016-2020年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2016-2020年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2016-2020年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2016-2020年中国工业增加值增长趋势图

图表：2016-2020年我国工业增加值分季度增速

图表：2016-2020年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2016-2020年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2016-2020年我国财政收入支出走势图

图表：2016-2020年人民币兑美元汇率中间价

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/beverage/657489.html>