

2016-2022年中国大豆浓缩蛋白市场运行态势及十三五未来前景预测报告

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《2016-2022年中国大豆浓缩蛋白市场运行态势及十三五未来前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/243928243928.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

大豆浓缩蛋白是以低变性豆粕为原料，通过醇洗法或酸洗法除去醇溶性和/或水溶性后所制成得的含有65-90%（干基）蛋白质（N×6.25）的粉状大豆蛋白产品。根据生产方法不同，大豆浓缩蛋白分为醇洗法大豆浓缩蛋白和酸洗法大豆浓缩蛋白两类。与酸洗法大豆浓缩蛋白相比，醇洗法大豆浓缩蛋白因豆腥味低且生产时不产生废水而成为市场上主要的大豆浓缩蛋白。

近几年来，中国大豆浓缩蛋白行业发展非常迅速，市场规模逐年增长。2008年中国大豆浓缩蛋白行业市场规模为26.57亿元，2010年就已经突破52.58亿元，到2015年则增加到183.17亿元。我国对大豆浓缩蛋白的市场需求，主要集中在肉制品。我国目前肉制品加工方面在世界上发展速度最快，已成为规模最大的肉制品市场。同时，潜在的饮料用大豆分离蛋白市场目前我国需求时约为6万吨；我国大豆分离蛋白在乳品中的应用目前还很少。现在，我国奶类总量每年超过1000万吨。在分离蛋白的市场需求也是一个很大的数字。大豆蛋白在面制品中的应用因其价格问题，在中国还是空白。

在国外，大豆浓缩蛋白产品主要应用于肉制品、饲料行业、面制品等行业，作为肉食加工业中肉的替代品和填充剂以及喂养幼小动物的代乳品（特别是牛犊和乳猪）

，需求量在30万t/a以上。在我国，由于浓缩蛋白产量很少，肉制品中主要以分离蛋白代替浓缩蛋白。同时，饲料行业浓缩蛋白的应用潜力更大，再加上在乳制品、面制品和保健品等行业，我国大豆浓缩蛋白的需求较大。随着社会的发展及技术水平的发展，不久的将来将会达到发达国家的应用水平。大豆浓缩蛋白国内市场需求将会向功能性、专一化、多样性的方向发展，市场潜力极大。

《2016-2022年中国大豆浓缩蛋白市场运行态势及十三五未来前景预测报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一部分 大豆浓缩蛋白行业特性研究

第一章 大豆浓缩蛋白行业发展概述

第一节 大豆浓缩蛋白的概念

一、大豆浓缩蛋白的定义

二、大豆浓缩蛋白的特点

第二节 大豆浓缩蛋白行业发展特征分析

第三节 大豆浓缩蛋白行业生命周期分析

第二章 2014-2015年中国大豆浓缩蛋白行业产业经济发展环境分析

第一节 2014-2015年中国大豆浓缩蛋白行业产业经济运行环境分析

一、2015年国内生产总值

二、2015年全国居民消费价格总水平

三、2011-2015年全国居民收入情况分析

四、2015年我国居民收入基尼系数

五、2015年全国固定资产投资（不含农户）

六、2015年社会消费品零售总额

七、2015年我国外贸进出口总值

第二节 2014-2015年中国大豆浓缩蛋白行业产业政策环境分析

一、大豆浓缩蛋白行业政策

二、相关产业政策影响分析

三、相关行业十二五发展规划

第三节 2014-2015年中国大豆浓缩蛋白行业产业社会环境分析

一、2014-2015年我国人口结构分析

二、2014-2015年教育环境分析

三、2014-2015年文化环境分析

四、2014-2015年生态环境分析

五、2014-2015年中国城镇化率分析

第四节 2014-2015年中国大豆浓缩蛋白行业产业技术环境分析

第二部分 大豆浓缩蛋白行业发展现状研究

第三章 2014-2015年中国大豆浓缩蛋白行业市场发展分析

第一节 大豆浓缩蛋白行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 大豆浓缩蛋白行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国大豆浓缩蛋白行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 大豆浓缩蛋白行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2016-2022年大豆浓缩蛋白行业市场发展趋势

第四章 2014-2015年中国大豆浓缩蛋白行业主要指标监测分析

第一节 2014-2015年中国豆制品制造行业工业总产值分析

一、2014-2015年中国豆制品制造行业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2014-2015年中国豆制品制造行业主营业务收入分析

一、2014-2015年中国豆制品制造行业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2014-2015年中国豆制品制造行业产品成本费用分析

一、2014-2015年中国豆制品制造行业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2014-2015年中国豆制品制造行业利润总额分析

一、2014-2015年中国豆制品制造行业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2014-2015年中国豆制品制造行业资产负债分析

一、2014-2015年中国豆制品制造行业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2014-2015年中国豆制品制造行业财务指标分析

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

第五章 中国大豆浓缩蛋白行业区域市场分析

第一节 2014-2015中国大豆浓缩蛋白行业区域市场结构分析

第二节 2014-2015中国大豆浓缩蛋白行业区域市场发展情况分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、中南地区

五、西南地区

六、西北地区

第六章 2014-2015年大豆浓缩蛋白行业竞争格局分析

第一节 2014-2015年大豆浓缩蛋白行业竞争结构分析

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 2014-2015年大豆浓缩蛋白行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

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

第四节 2014-2015年大豆浓缩蛋白行业竞争格局分析

一、2014-2015年国外大豆浓缩蛋白竞争分析

二、2014-2015年我国大豆浓缩蛋白市场竞争分析

三、2014-2015年国内主要大豆浓缩蛋白企业动向

第七章 2014-2015年公司大豆浓缩蛋白企业竞争策略分析

第一节 2014-2015年大豆浓缩蛋白市场竞争策略分析

一、2014-2015年大豆浓缩蛋白市场增长潜力分析

二、2014-2015年大豆浓缩蛋白主要潜力品种分析

三、现有大豆浓缩蛋白产品竞争策略分析

四、潜力大豆浓缩蛋白品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 大豆浓缩蛋白企业竞争策略分析

第三节 2014-2015年大豆浓缩蛋白行业产品定位及市场推广策略分析

一、大豆浓缩蛋白行业产品市场定位

二、大豆浓缩蛋白行业广告推广策略

三、大豆浓缩蛋白行业产品促销策略

四、大豆浓缩蛋白行业招商加盟策略

五、大豆浓缩蛋白行业网络推广策略

第三部分 大豆浓缩蛋白相关行业分析

第八章 2014-2015年我国大豆浓缩蛋白行业上游发展情况分析

第一节 2014-2015年我国大豆浓缩蛋白主要原料市场分析

一、2010-2015年我国大豆浓缩蛋白主要原料市场状况分析

二、2010-2015年主要原材料供应情况分析

第二节 2015年中国大豆浓缩蛋白上游原材料生产商情况

第三节 2016-2022年我国大豆浓缩蛋白上游原材料发展趋势分析

第九章 2014-2015年我国大豆浓缩蛋白行业下游发展情况分析

第一节 2014-2015年我国大豆浓缩蛋白下游市场分析

一、2010-2015年我国大豆浓缩蛋白下游市场状况分析

二、2010-2015年下游应用情况分析

第二节 2015年中国大豆浓缩蛋白下游应用生产商情况

第三节 2016-2022年我国大豆浓缩蛋白下游应用发展趋势分析

第四部分 大豆浓缩蛋白行业企业竞争力分析

第十章 公司对大豆浓缩蛋白企业竞争分析

第一节 山东三维大豆蛋白有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 通榆县益发合大豆制品有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 杜邦郑州蛋白有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 大庆日月星有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 宁波索宝食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 秦始皇金海食品工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 山东玉馨豆业蛋白有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 山东冠华蛋白有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 哈高科大豆食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 山东万得福实业集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五部分 大豆浓缩蛋白行业未来市场前景展望、投资策略研究

第十一章 2014-2015年大豆浓缩蛋白行业投资机会与风险

第一节 大豆浓缩蛋白行业投资效益分析

一、2014-2015年大豆浓缩蛋白行业投资状况分析

二、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业投资效益分析

三、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业投资趋势预测

四、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业的投资方向

五、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响大豆浓缩蛋白行业发展的主要因素

一、2016-2022年影响大豆浓缩蛋白行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响大豆浓缩蛋白行业运行的稳定因素分析

三、2016-2022年影响大豆浓缩蛋白行业运行的不利因素分析

四、2016-2022年我国大豆浓缩蛋白行业发展面临的挑战分析

五、2016-2022年我国大豆浓缩蛋白行业发展面临的机遇分析

第三节 大豆浓缩蛋白行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2016-2022年大豆浓缩蛋白行业其他风险及控制策略

第十二章 2016-2022年大豆浓缩蛋白行业投资战略研究

第一节 大豆浓缩蛋白行业发展战略研究

- 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

第二节 对我国大豆浓缩蛋白品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、大豆浓缩蛋白实施品牌战略的意义
- 三、大豆浓缩蛋白企业品牌的现状分析
- 四、我国大豆浓缩蛋白企业的品牌战略
- 五、大豆浓缩蛋白品牌战略管理的策略

第三节 大豆浓缩蛋白行业投资战略研究

第十三章 2016-2022年中国大豆浓缩蛋白行业发展策略及投资建议

第一节 大豆浓缩蛋白行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 大豆浓缩蛋白行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）

图表：进出口总额

图表：广义货币（M2）增长速度

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/243928243928.html>