

中国豆制品行业发展深度分析与投资前景研究报告（2022-2029年）

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《中国豆制品行业发展深度分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202207/604825.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

豆制品是以大豆、小豆、青豆、豌豆、蚕豆等豆类为主要原料，经加工而成的食品。大多数豆制品是大豆的豆浆凝固而成的豆腐及其再制品。

从上游市场来看，豆制品产业链上游有大豆育种、大豆种植等；从下游销售渠道来看，豆制品的销售渠道有电商平台、商场超市、便利店、农贸市场等。

产业链

资料来源：观研天下整理

产业链上游市场

豆制品行业产业链上游主要为大豆种植，其中大豆种植代表企业有丰乐种业、鹏都农牧、杭州瑞丰、大北农、北大荒等。

国内上游市场重点企业优势分析

企业

优势分析

丰乐种业

品牌优势：全国“育繁推一体化”种业企业、中国种业信用骨干企业、农业产业化国家重点龙头企业、高新技术企业、国家认定企业技术中心等。

规模优势：育种基地和测试网络规模达1572亩，在全国主要农作物生态区建立了不同类型的育种站7个、生态测试站9个、测试网点158个。

鹏都农牧

规模优势：业务遍布全国及巴西、新西兰、缅甸等多个国家。

运营优势：通过全产业链的运营模式，打造“国内+海外”的产业平台，探索农业新的商业模式。

杭州瑞丰

技术优势：与浙江大学深入合作，拥有国际领先的农业生物基础研究技术，同时具备隆平高科提供的育种产业优势。

人才优势：拥有功能基因挖掘、转化体创制和筛选、国内国际安全评价和转基因品种转育的产学研结合平台和创新人才队伍。

大北农

人才优势：创新人才队伍建设是保证大北农不断进行技术创新的物质基础。

研发优势：国家企业技术中心、生物饲料工程国家重点实验室、大北农生物技术有限公司、大北农动物医学研究中心等创新平台,经过1,500多名专职研发人员。

北大荒

品牌优势：我国目前规模较大、现代化水平较高的种植业上市公司和重要的商品粮生产基地,在自然资源、基础设施、农机装备、农业科技服务、组织管理等方面具有显著优势,处于同行业领先水平.连续5年入选“财富中国企业500强排行榜”。

规模优势：土地总面积1296万亩,耕地面积1158万亩,拥有友谊、八五二、七星、八五六等16家农业分公司。资产总额80.29亿元,拥有17家分公司、7家子公司、参股5家公司。

资料来源：观研天下整理

产业链中游市场

目前我国豆制品市场上有湘财股份、祖名股份、劲仔食品、来伊份、维维集团等一批优秀企业。

我国豆制品市场重点企业优势分析

企业

优势分析

湘财股份

品牌优势：曾获得“最受投资者欢迎的专业金融机构”、“最佳创新业务券商”、“最具成长性投行综合奖”、“中国最佳证券公司研究所大奖”等荣誉。

规模优势：在全国21个省、自治区、直辖市共有61家证券营业部、4家业务分公司、6家区域分公司、2家全资子公司,证券营业部分布于全国各主要大中城市,已覆盖全国大部分地区,营业网点布局合理,形成了以北方、华中、南方、华东及西南为重心的全国战略布局。

祖名股份

品牌优势：江浙沪地区的豆制品领导品牌之一。G20杭州峰会官方指定的“G20杭州峰会豆制品食材供应企业”。

规模优势：拥有多条国际一流的豆制品自动生产线,主要生产鲜豆制品、植物蛋白饮品、休闲豆制品、其他类等400余种产品,产品深耕江浙沪地区并且覆盖国家绝大多数省、自治区和直辖市。

技术优势：拥有14项发明专利、43项实用新型专利,全部为自行申请获得。

劲仔食品

品牌优势：获评湖南农业优势特色产业30强企业、湖南省农业产业化龙头企业等。“劲仔”品牌曾获得湖南省食品安全首选品牌、湖南著名商标等荣誉,并入围首批CCTV中国品牌榜。

规模优势：有岳阳、平江等自动化生产基地,占地面积约300亩。主打产品劲仔深海小鱼201

9年热销12亿包,稳居行业第一,休闲豆制品跻身行业前十。劲仔产品畅销中国、美国、加拿大、澳大利亚等全球近30个国家。

资质优势：已通过HACCP、ISO9001等多项国际食安标准

来伊份

品牌优势：核心品牌“来伊份”及“伊仔”在消费者中享有较高的知名度和美誉度。

规模优势：在上海、江苏、浙江、北京、安徽等21个省、自治区、直辖市地区开设连锁直营门店2381家,其中新开店338家,闭店209家,特许经营加盟门店316家,其中,新开店162家,闭店54家。

维维集团

品牌优势：农业产业化国家级重点龙头企业，国家级贸工农一体化重点企业。维维集团是中国最大的豆奶企业；中国10家最大食品制造企业，中国企业500强；入选中国100家最具价值品牌，全球消费者信赖的中国食品行业十佳品牌。

规模优势：和国内、外大型粮食企业合作，在优质小麦主产区淮海经济区中心城市徐州、小粒花生主产区豫南、非转基因大豆主产区黑龙江绥化、优质稻米产区佳木斯兴建了现代化粮食物流园区，形成了集收储、加工、贸易一体化的现代化粮食综合产业园

资料来源：观研天下整理

产业链下游市场

豆制品的销售渠道有电商平台、商场超市、便利店、农贸市场等，其中知名电商平台有淘宝、天猫、京东等；大型便利店有美宜佳、天福等。

我国豆制品应用市场重点企业优势分析

渠道

企业

优势分析

电商平台

淘宝

淘宝网是亚太地区较大的网络零售、商圈。淘宝网是中国深受欢迎的网购零售平台，拥有近5亿的注册用户数，每天有超过6000万的固定访客，同时每天的在线商品数已经超过了8亿件，平均每分钟售出4.8万件商品。

天猫

规模优势：天猫是一个综合性购物网站。创世界纪录。其整合数千家品牌商、生产商，为商家和消费者之间提供一站式解决方案。提供100%品质保证的商品，7天无理由退货的售后服务，以及购物积分返现等优质服务。

品牌优势：2018年度中国零售百强名单，天猫排名第1位。2019年12月12日，《汇桔网·20

19胡润品牌榜》发布，天猫以3200亿元品牌价值排名第三，上榜2019最具价值中国民营企业十强,排名第一。

京东

品牌优势：是中国领先的技术驱动型电商和零售基础设施服务商。其尖端的零售基础设施使消费者可以随时随地购买所需的任何商品。京东也是纳斯达克100指数的一员和财富全球500强企业。

技术优势：京东向合作伙伴、品牌商和多个领域开放了技术和基础设施,作为零售基础设施服务商推动各行各业生产效率的提升和创新。

便利店

美宜佳

品牌优势：国内规模较大的特许连锁便利店企业。荣获中国零售业十大优秀特许加盟品牌、中国便利店大奖、中国特许奖等上百项荣誉。

规模优势：连锁店数超过28000家，主要分布在广东、福建、湖南、江西、湖北等二十个省市200多座城市。2018年进入江浙沪地区，形成广东、华中、华东、华北、西南五大发展区域。

天福

品牌优势：全国十大连锁便利店系统之一，2021年在中国便利店百强榜上门店数量名列全国第四，在广东连锁便利店价值品牌榜上名列第二。

规模优势：已在广东、湖南、江西、广西、贵州、福建等地区发展了6800多间门店，天福创造了中国便利店创业史上的发展奇迹。

资料来源：观研天下整理(YZX)

观研报告网发布的《中国豆制品行业发展深度分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国豆制品行业发展概述

第一节 豆制品行业发展情况概述

一、豆制品行业相关定义

二、豆制品特点分析

三、豆制品行业基本情况介绍

四、豆制品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、豆制品行业需求主体分析

第二节 中国豆制品行业生命周期分析

一、豆制品行业生命周期理论概述

二、豆制品行业所属的生命周期分析

第三节 豆制品行业经济指标分析

一、豆制品行业的赢利性分析

二、豆制品行业的经济周期分析

三、豆制品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球豆制品行业市场发展现状分析

第一节 全球豆制品行业发展历程回顾

第二节 全球豆制品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲豆制品行业地区市场分析

一、亚洲豆制品行业市场现状分析

二、亚洲豆制品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲豆制品行业市场前景分析

第四节北美豆制品行业地区市场分析

一、北美豆制品行业市场现状分析

二、北美豆制品行业市场规模与市场需求分析

三、北美豆制品行业市场前景分析

第五节欧洲豆制品行业地区市场分析

一、欧洲豆制品行业市场现状分析

二、欧洲豆制品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲豆制品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界豆制品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球豆制品行业市场规模预测

第三章 中国豆制品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对豆制品行业的影响分析

第三节中国豆制品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对豆制品行业的影响分析

第五节中国豆制品行业产业社会环境分析

第四章 中国豆制品行业运行情况

第一节中国豆制品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国豆制品行业市场规模分析

一、影响中国豆制品行业市场规模的因素

二、中国豆制品行业市场规模

三、中国豆制品行业市场规模解析

第三节中国豆制品行业供应情况分析

一、中国豆制品行业供应规模

二、中国豆制品行业供应特点

第四节中国豆制品行业需求情况分析

一、中国豆制品行业需求规模

二、中国豆制品行业需求特点

第五节中国豆制品行业供需平衡分析

第五章 中国豆制品行业产业链和细分市场分析

第一节中国豆制品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、豆制品行业产业链图解

第二节中国豆制品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对豆制品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对豆制品行业的影响分析

第三节我国豆制品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国豆制品行业市场竞争分析

第一节中国豆制品行业竞争现状分析

一、中国豆制品行业竞争格局分析

二、中国豆制品行业主要品牌分析

第二节中国豆制品行业集中度分析

一、中国豆制品行业市场集中度影响因素分析

二、中国豆制品行业市场集中度分析

第三节中国豆制品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国豆制品行业模型分析

第一节中国豆制品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国豆制品行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国豆制品行业SWOT分析结论

第三节中国豆制品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国豆制品行业需求特点与动态分析

第一节中国豆制品行业市场动态情况

第二节中国豆制品行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节豆制品行业成本结构分析

第四节豆制品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国豆制品行业价格现状分析

第六节中国豆制品行业平均价格走势预测

- 一、中国豆制品行业平均价格趋势分析
- 二、中国豆制品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国豆制品行业所属行业运行数据监测

第一节中国豆制品行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国豆制品行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国豆制品行业所属行业财务指标分析

- 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

第十章 2018-2022年中国豆制品行业区域市场现状分析

第一节中国豆制品行业区域市场规模分析

- 一、影响豆制品行业区域市场分布的因素
- 二、中国豆制品行业区域市场分布

第二节中国华东地区豆制品行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区豆制品行业市场分析
 - (1) 华东地区豆制品行业市场规模
 - (2) 华南地区豆制品行业市场现状

(3) 华东地区豆制品行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区豆制品行业市场分析

(1) 华中地区豆制品行业市场规模

(2) 华中地区豆制品行业市场现状

(3) 华中地区豆制品行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区豆制品行业市场分析

(1) 华南地区豆制品行业市场规模

(2) 华南地区豆制品行业市场现状

(3) 华南地区豆制品行业市场规模预测

第五节华北地区豆制品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区豆制品行业市场分析

(1) 华北地区豆制品行业市场规模

(2) 华北地区豆制品行业市场现状

(3) 华北地区豆制品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区豆制品行业市场分析

(1) 东北地区豆制品行业市场规模

(2) 东北地区豆制品行业市场现状

(3) 东北地区豆制品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区豆制品行业市场分析

(1) 西南地区豆制品行业市场规模

(2) 西南地区豆制品行业市场现状

(3) 西南地区豆制品行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区豆制品行业市场分析

(1) 西北地区豆制品行业市场规模

(2) 西北地区豆制品行业市场现状

(3) 西北地区豆制品行业市场规模预测

第十一章 豆制品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国豆制品行业发展前景分析与预测

第一节 中国豆制品行业未来发展前景分析

- 一、豆制品行业国内投资环境分析
- 二、中国豆制品行业市场机会分析
- 三、中国豆制品行业投资增速预测

第二节 中国豆制品行业未来发展趋势预测

第三节 中国豆制品行业规模发展预测

- 一、中国豆制品行业市场规模预测
- 二、中国豆制品行业市场规模增速预测
- 三、中国豆制品行业产值规模预测
- 四、中国豆制品行业产值增速预测
- 五、中国豆制品行业供需情况预测

第四节 中国豆制品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国豆制品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国豆制品行业进入壁垒分析

- 一、豆制品行业资金壁垒分析
- 二、豆制品行业技术壁垒分析
- 三、豆制品行业人才壁垒分析
- 四、豆制品行业品牌壁垒分析
- 五、豆制品行业其他壁垒分析

第二节 豆制品行业风险分析

- 一、豆制品行业宏观环境风险

二、豆制品行业技术风险

三、豆制品行业竞争风险

四、豆制品行业其他风险

第三节中国豆制品行业存在的问题

第四节中国豆制品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国豆制品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国豆制品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国豆制品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 豆制品行业营销策略分析

一、豆制品行业产品策略

二、豆制品行业定价策略

三、豆制品行业渠道策略

四、豆制品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202207/604825.html>