

2021年中国豆制品市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国豆制品市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/shipin/536261536261.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、绿豆、豌豆、蚕豆等豆类为主要原料，经加工而成的食品，目前大多数豆制品是由大豆加工而来。大豆制品可分为熟制大豆、豆粉、豆浆、豆腐、豆腐脑、豆腐干、腌渍豆腐、腐皮、腐竹、膨化豆制品、发酵豆制品、大豆蛋白和其他大豆制品等多类食品。豆类作物的培育与种植，随着人类文明和农业技术的进步而逐渐发展，我国是大豆的故乡，有五千多年种植和食用大豆的悠久历史。豆制品制作始于豆腐，豆腐制作之法首创于我国汉代，至唐朝传至日本，十九世纪传入法国、美国等西方国家，并由此走向世界。几千年来，中国古代劳动人民利用各种豆类创制了许多影响深远、广为流传的豆制品。从今天看，豆制品不仅是优良食材，更象征着内敛、优雅、源远流长的东方传统文化。

我国豆制品行业遵循市场化发展模式，各企业面向市场自主经营，政府职能部门进行产业宏观调控，行业协会进行自律规范。我国豆制品行业实行多部门共同监管，主要监管部门包括国家商务部、农业农村部、工业和信息化部、国家市场监督管理总局等。商务部主要负责规范食品流通秩序，加强食品流通的行业管理，规范食品经营行为;农业农村部主要负责组织实施农业各产业产品及绿色食品的质量监督;工业和信息化部主要履行食品工业的行业管理职责，推进食品工业企业生产者诚信体系建设;国家市场监督管理总局由国家质量监督检验检疫总局、国家食品药品监督管理总局、商务部的经营者集中反垄断执法等职责整合而成，负责市场综合监督管理，负责市场主体统一登记注册，组织和指导市场监管综合执法工作，监督管理市场秩序，负责产品质量安全监督管理等。

我国豆制品行业相关政策法规

名称

发布单位

发布时间

内容

《食品生产许可管理办法》

国家市场监督管理总局

2020年

规范了食品、食品添加剂的生产许可活动，旨在加强食品生产监督管理，保障食品安全而制定的法规

《中华人民共和国食品安全法实施条例》

国务院

2019年修订

对食品安全法的实施做了补充、细化和解释

《中华人民共和国食品安全法》

全国人大常委会

2018年修订

对食品安全风险监测和评估、食品安全标准、食品生产经营、食品检验、食品安全事故处置和食品监督管理等作出了规定

《饮料生产许可审查细则(2017年)版》

国家食品药品监督管理总局

2017年

与《食品生产许可审查通则》结合，对饮料生产许可审查工作进行规范

《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》

国家食品药品监督管理总局

2017年

为食品生产经营企业建立食品安全追溯体系，实现食品质量安全顺向可追踪、逆向可溯源、风险可管控，发生质量问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究

《关于贯彻实施<食品生产许可管理办法>有关问题的通知》

国家食品药品监督管理总局

2017年

针对各地在实施《食品生产许可管理办法》过程中有政策把握不准、工作标准不统一的问题强化工作指导、统一工作规范

《食品生产许可审查通则》

国家食品药品监督管理总局

2016年

严格划分了许可审查的方式，优化了现场核查要求，完善了许可审查机制，提出了行政许可方便服务机制

《食品经营许可管理办法》

国家食品药品监督管理总局

2015年

规范了食品经营许可活动，旨在加强食品经营监督管理，对食品经营许可的申请、受理、审查、决定及其监督检查进行了规定

《食品召回管理办法》（第12号）

国家食品药品监督管理总局

2015年

强化食品安全风险防控，强化企业主体责任落实，规范食品生产经营者召回时限

《关于严厉打击食品非法添加行为切实加强食品添加剂监管的通知》

国务院

2011年

严格监管食品添加剂的生产销售，加强食品添加剂使用监管和完善食品添加剂标准

《中华人民共和国农产品质量安全法》

全国人大常委会

2006年

规定了农产品安全的标准、责任、事故处理等，从源头上保障农产品质量安全

《豆制品生产许可证审查细则》

国家质量监督检验检疫总局

2006年

对发酵性豆制品和非发酵性豆制品两大类豆制品实施食品生产许可管理

数据来源：公开资料整理

随着生活水平的提高、生活节奏的加快，现代人对食品的需求开始向营养、健康、安全、美味、方便等方向发展，而豆制品具有人体必需的钙、磷、铁等人体需要的矿物质，并且含有维生素B1、B2和纤维素，豆制品的消费在百姓饮食消费中不断增长。根据豆制品专业委员会发布的《2019中国大豆食品行业状况及发展趋势》数据，2019年豆制品行业50强规模企业的投豆量为174.04万吨，较2009年的84.83万吨增长了105.16%，年均复合增长率为7.45%；2019年豆制品50强规模企业的销售额为265.90亿元，较2009年的74.23亿元增长了258.21%，年均复合增长率为13.61%。

2009-2019年豆制品行业50强企业投豆量及销售额 数据来源：公开资料整理

近年来，中国豆制品行业呈现以下态势：

(1) 生产技术水平不断提升，自动化程度逐步提高

随着行业的发展和规模企业的扩张，我国豆制品企业生产的工艺技术、设备水平和企业的自主研发水平不断提高，生产的自动化水平不断提高。在机器设备方面，近几年我国豆制品设备加工企业根据市场需要而研发成了豆制品挤压膨化设备、豆腐干生产线等设备。这些新成果的推出对我国传统豆制品行业的规模化、产业化和标准化起到了积极的作用。同时，食品研发与检测技术的革新，食品添加剂等行业的发展，将改进产品工艺和营养成分，使行业朝着健康、高品质的方向发展。

(2) 产品品类细分化，中高端产品成为发展方向

消费者的需求日益多元化和个性化，单一化口味的豆制品将难以满足多样化的消费需求。产品品类呈现出不断细分的趋势，以满足不同年龄、不同地区消费者多样化的需求。经济能力的提升使得消费者更加希望能够得到高层次、专业的消费体验，含有文化、服务附加

值的传统休闲豆制品的市场需求相应提升，具有较高附加值的中高端豆制品将成为市场新的发展方向。

(3) 规模化大企业逐步成为行业主流

由于保质期短、运输能力限制及消费传统的区域性差异，豆制品市场集中度较低，大中小企业并存。但随着人们饮食安全意识的提升、规模化企业新式豆制品的推出、营销宣传的加强、城镇化进程的深入，在业务空间交叠区域内，大企业优势越来越明显。

从豆制品行业发展进程来看，行业竞争最终将呈现资源向大企业集中的趋势。由于食品安全直接关乎消费者的身体健康，政府部门对于生产企业的监管和社会舆论监督日益严格，小企业将因环保或食品质量安全不达标以及缺乏有影响力的品牌而逐渐被市场淘汰。此外，消费者在选择豆制品时虽然主要出于便利性的考虑，但是其对于口感和口味的要求并未因此而降低，这就要求企业不断进行研发，在提升产品口感的同时不断推出新品种，以增加消费者的消费忠诚度。大企业由于具备产品质量好、品种多样化、管理规范的优势，在行业中的竞争优势将不断强化，市场份额将日趋集中。近年来，随着国内外权威机构和豆制品企业对大豆营养价值宣传的增加，公众对豆制品的认可和消费也在逐步增加。此外，随着生活水平和文化素质的提升，我国公众的健康饮食意识也在不断提高，倡导科学饮食和营养均衡，减少高脂肪、高热量的肉类食品消费，增加绿色健康素食消费，这无疑将促进公众对豆制品的消费热情，有利于行业长期发展。

(1) 国家产业政策支持豆制品行业的发展

豆制品行业作为农副产品加工，有利于上游的农业增效、农民增收，且作为健康消费食品，其发展历来得到国家重视及大力支持。国务院、农业农村部等部门出台了一系列支持性法规政策，包括2019年发布的《关于深化改革加强食品安全工作的意见》等指导意见，2019年发布的《大豆振兴计划实施方案》等产业政策，2014年发布的《中国食物与营养发展纲要（2014-2020年）》、2016年发布的《—健康中国2030 规划纲要》等利好大豆食品发展的营养消费政策。

(2) 庞大的人口基数和居民不断提升的消费能力

我国拥有14亿的人口数量，为豆制品消费市场发展奠定了良好的基础。与此同时，在国内经济持续增长的良好环境下，居民人均可支配收入及消费支出持续稳定增长，消费能力提升明显。未来几年国内经济仍将稳健发展，居民收入还将进一步提高，加之国家鼓励消费

、拉动内需的经济政策的提出，为豆制品行业的快速发展提供了良好的环境和巨大的市场空间。

（3）公众对大豆营养价值的认识和健康消费理念不断提升

大豆蛋白质的氨基酸组成比例接近人体需要，富含谷类蛋白较为缺乏的赖氨酸。构成大豆脂肪的脂肪酸达10种以上，其中不饱和脂肪酸高达60%以上。这些油脂是人体必需的脂肪酸，人体自身不能合成，必须从食物中摄取。油脂中还含有较多的卵磷脂、脑磷脂等成分，具有促进生长发育、增强记忆力、维护肝功能和防止动脉硬化等作用。长吃豆制品，有益人体健康，可以预防骨质疏松，增强人体免疫力，在控制血糖稳定等方面也有一定的好处，在人们日益追求健康的今天，豆制品富含的植物蛋白相对动物蛋白越来越体现出其优势。（TJL）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国豆制品市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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、豆制品行业基本情况介绍
- 三、豆制品行业发展特点分析
- 四、豆制品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、豆制品行业需求主体分析

第二节 中国豆制品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、豆制品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国豆制品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2020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 2021-2026年世界豆制品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球豆制品行业市场规模预测

第三章 中国豆制品产业发展环境分析

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、全社会消费品豆制品总额

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 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

第三节 中国豆制品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

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

第三节 中国豆制品行业供应情况分析

第四节 中国豆制品行业需求情况分析

第五节 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

三、其它细分市场

第六节 中国豆制品行业供需平衡分析

第七节 中国豆制品行业发展趋势分析

第五章 中国豆制品所属行业运行数据监测

第一节 中国豆制品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

第六章 2017-2020年中国豆制品市场格局分析

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情况分析

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

第五节 中国豆制品行业钻石模型分析

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

第七章 2017-2020年中国豆制品行业需求特点与动态分析

第一节 中国豆制品行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国豆制品行业价格影响因素

二、中国豆制品行业平均价格走势预测

三、中国豆制品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区豆制品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区豆制品市场规模分析

四、华东地区豆制品市场规模预测

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、华中地区豆制品市场规模分析

四、华中地区豆制品市场规模预测

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、华南地区豆制品市场规模分析

四、华南地区豆制品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国豆制品行业竞争情况

第一节 中国豆制品行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国豆制品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国豆制品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国豆制品行业市场发展预测

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

一、中国豆制品行业毛利润同比增速预测

二、中国豆制品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国豆制品行业投资风险与营销分析

第一节 豆制品行业投资风险分析

一、豆制品行业政策风险分析

二、豆制品行业技术风险分析

三、豆制品行业竞争风险分析

四、豆制品行业其他风险分析

第二节 豆制品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国豆制品行业发展战略及规划建议

第一节 中国豆制品行业品牌战略分析

一、豆制品企业品牌的重要性

二、豆制品企业实施品牌战略的意义

三、豆制品企业品牌的现状分析

四、豆制品企业的品牌战略

五、豆制品品牌战略管理的策略

第二节 中国豆制品行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国豆制品行业战略综合规划分析

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

第四节 豆制品行业竞争力提升策略

一、豆制品行业产品差异性策略

二、豆制品行业个性化服务策略

三、豆制品行业的促销宣传策略

四、豆制品行业信息智能化策略

五、豆制品行业品牌化建设策略

六、豆制品行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国豆制品行业发展策略及投资建议

第一节 中国豆制品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国豆制品行业营销渠道策略

一、豆制品行业渠道选择策略

二、豆制品行业营销策略

第三节 中国豆制品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国豆制品行业重点投资区域分析

二、中国豆制品行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/536261536261.html>