

2017-2022年中国植物蛋白饮料市场竞争态势及投资价值分析报告

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《2017-2022年中国植物蛋白饮料市场竞争态势及投资价值分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/287688287688.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

植物蛋白饮料是以植物果仁、果肉等为主要原料(如大豆、花生、杏仁、核桃仁、椰子、棒子),经加工制成的以植物蛋白为主体的乳状液体饮品。

近年来,植物蛋白饮品正成为饮料市场的亮点,以“天然”及“健康”的概念吸引消费者。越来越多的消费者愿意购买植物蛋白饮料产品,也越来越受年轻消费群体的青睐。

随着中国消费者健康意识的不断增强,传统认识上被定位为具有滋养功效的植物蛋白饮料随之广受青睐。87%的中国消费者表示,在过去六个月内喝过植物蛋白饮料。自2010年以来,中国植物蛋白饮料整体市场稳步发展,销售额和销量的年均复合增长率分别为24.4%和21.3%。预计,从2015年到2020年,中国植物蛋白饮料市场总销量将由58.43亿升增长至107.97亿升。

资料来源:公开资料,中国报告网整理

资料来源:公开资料,中国报告网整理

一线城市增长快于地级市、县城城市根据数据,购买植物蛋白饮料自用的消费者多数为家庭收入较高的消费者(一线城市家庭收入超过16,000元,二三线城市家庭收入超过14,000元)和来自一线城市的消费者。而购买植物蛋白饮料当礼物的消费者,往往青睐国际品牌,也更喜欢在线购买。

椰类逆势增长常见的植物蛋白饮料包括豆浆、豆奶、谷物饮料、椰汁、杏仁露、核桃露等,其中椰汁饮料是增长最快的子品类之一。30%的中国消费者表示,在截止2015年10月之前的半年中,有比过去饮用更多椰子汁,超过了大豆饮料(29%)和谷物饮料(26%)。

研究表明,购买椰类植物蛋白饮料的消费人群从2013年的25%一路增加到2015年的34%。与2014年相比,其销额增长了29%。如此高歌猛进,实则不容小觑。

年轻化趋势为了让新的植物蛋白饮品满足消费者的饕餮之欲,饮料厂商尝试在传统植物蛋白中加入果汁、咖啡、茶等新奇元素,提升产品的味觉享受,旨在进一步吸引年轻消费群并扩大植物蛋白饮品的使用场合。这些有利的市场因素也将是提升产品价值感的新方向。

中国报告网发布的《2017-2022年中国植物蛋白饮料市场竞争态势及投资价值分析报告》内容严谨、数据翔实,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动向、市

场前景、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。

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\REPORTDIRECTORY

第一章中国植物蛋白饮料行业宏观环境分析

第一节植物蛋白饮料行业定义分析

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节植物蛋白饮料行业宏观环境分析

一、政策环境

（一）行业主管部门及监管体制

（二）行业主要法律法规

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

（一）人口环境分析

（二）中国城镇化率

第二章中国植物蛋白饮料行业经济指标分析

第一节植物蛋白饮料行业发展概述

一、植物蛋白饮料行业发展概述

二、植物蛋白饮料行业发展概述

三、植物蛋白饮料行业发展概述

四、植物蛋白饮料行业发展概述

第二节植物蛋白饮料行业经济运行状况

一、植物蛋白饮料行业企业数量分析

二、植物蛋白饮料行业资产规模分析

三、植物蛋白饮料行业销售收入分析

四、植物蛋白饮料行业利润总额分析

第三节植物蛋白饮料行业成本费用分析

一、植物蛋白饮料行业销售成本分析

二、植物蛋白饮料行业销售费用分析

三、植物蛋白饮料行业管理费用分析

四、植物蛋白饮料行业财务费用分析

第四节植物蛋白饮料行业运营效益分析

一、植物蛋白饮料行业盈利能力分析

二、植物蛋白饮料行业运营能力分析

三、植物蛋白饮料行业偿债能力分析

四、植物蛋白饮料行业成长能力分析

第三章中国植物蛋白饮料行业市场与竞争分析

第一节植物蛋白饮料行业上下游市场分析

一、产业链简介

二、上游供给市场分析

（一）大豆市场

（二）花生市场

（三）核桃市场

（四）芝麻市场

三、下游需求市场分析

（一）超市

（二）便利店

（三）餐饮

（四）网络购物

第二节植物蛋白饮料行业市场供需分析

一、植物蛋白饮料行业主要企业生产情况

二、植物蛋白饮料行业市场总量

（一）市场需求总量

（二）各产品市场容量

三、植物蛋白饮料行业产品价格分析

第三节植物蛋白饮料行业五力竞争分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节植物蛋白饮料行业市场分析

一、植物蛋白饮料行业现状

二、植物蛋白饮料行业市场集中度分析

三、植物蛋白饮料行业主要竞争者分析

第五节植物蛋白饮料消费习惯调研

一、消费者基本情况

二、消费者喝植物蛋白饮料的频率

三、消费者购买植物蛋白饮料关注因素

四、消费者对于植物蛋白饮料包装的选择

五、消费者喜爱的植物蛋白饮料口味情况

六、消费者植物蛋白饮料品牌选择情况

七、消费者喝植物蛋白饮料的动因

八、消费者每月用于购买植物蛋白饮料的金额

第四章中国植物蛋白饮料行业传统商业模式分析

第一节植物蛋白饮料行业原料采购模式

一、采购成本分析

二、采购模式分析

三、供应商管理

第二节植物蛋白饮料行业销售模式

第三节植物蛋白饮料行业创新模式

第四节OEM、ODM、OBM模式分析

第五章中国植物蛋白饮料行业商业模式构建与实施策略

第一节植物蛋白饮料行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

（一）产品价值模式

（二）战略模式

（三）市场模式

（四）营销模式

（五）管理模式

(六) 资源整合模式

(七) 资本运作模式

(八) 成本模式

(九) 营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 植物蛋白饮料行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

(一) 转变商业思维

(二) 客户隐性需求

(三) 客户价值主张

二、产业价值链再定位

(一) 客户价值公式

(二) 产业价值定位

(三) 商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 植物蛋白饮料行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

(一) 高效率

(二) 高品质

(三) 持续创新

(四) 快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

(一) 组织结构系统

(二) 企业控制系统

三、企业文化建设

第六章 中国植物蛋白饮料行业商业模式转型分析

第一节 互联网思维对制造业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的制造业发展

第二节 互联网时代的商业模式

一、平台模式

(一) 构成平台模式的6个条件

(二) 平台模式的战略定位

(三) 平台模式成功的四大要素

(四) 平台模式案例——淘宝网

二、免费模式

(一) 免费商业模式解析

(二) 免费战略的实施条件

(三) 免费战略的类型

(1) 产品模式创新型

(2) 伙伴模式创新型

(3) 族群模式创新型

(4) 渠道模式创新型

(5) 沟通模式创新型

(6) 客户模式创新型

(7) 成本模式创新型

(8) 壁垒模式创新型

三、O2O模式

(一) O2O模式分类

(二) O2O模式的盈利点分析

(三) O2O模式的思考

四、品牌模式

(一) 品牌模式的内涵及本质

(二) 如何推进品牌经营

(三) 成功的品牌案例分析

五、速度模式

(一) 什么是速度模式

(二) 速度模式的主要表现

(三) 速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下植物蛋白饮料行业商业模式选择

第七章 中国植物蛋白饮料行业进出口状况分析

第一节 中国椰子汁进口分析

一、中国椰子汁进口分析 (21069040)

(一) 椰子汁进口数量情况

(二) 椰子汁进口金额情况

(三) 椰子汁进口来源分析

(四) 椰子汁进口均价分析

二、中国椰子汁出口分析

- (一) 椰子汁出口数量情况
- (二) 椰子汁出口金额情况
- (三) 椰子汁出口流向分析
- (四) 椰子汁出口均价分析

第二节中国其他无酒精饮料进口分析

一、中国其他无酒精饮料进口分析 (22029000)

- (一) 其他无酒精饮料进口数量情况
- (二) 其他无酒精饮料进口金额情况
- (三) 其他无酒精饮料进口来源分析
- (四) 其他无酒精饮料进口均价分析

二、中国其他无酒精饮料出口分析

- (一) 其他无酒精饮料出口数量情况
- (二) 其他无酒精饮料出口金额情况
- (三) 其他无酒精饮料出口流向分析
- (四) 其他无酒精饮料出口均价分析

第八章植物蛋白饮料行业企业经营情况分析

第一节河北承德露露股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第二节黑牛食品股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节南方黑芝麻集团股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节维维食品饮料股份有限公司

- (1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第五节维他奶国际集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第六节厦门银鹭食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第七节椰树集团海南椰汁饮料有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第八节四川蓝剑饮品集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九节福建达利食品集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十节河北养元智汇饮品股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九章中国植物蛋白饮料行业发展前景预测分析

第一节植物蛋白饮料行业发展前景及趋势预测分析

第二节植物蛋白饮料行业发展前景预测

一、植物蛋白饮料行业市场规模预测

二、植物蛋白饮料行业盈利前景预测

第十章中国植物蛋白饮料行业投融资战略规划分析

第一节植物蛋白饮料行业关键成功要素分析

第二节植物蛋白饮料行业投资壁垒分析

第三节植物蛋白饮料行业投资风险

一、宏观经济风险

二、行业政策风险

三、原料市场风险

四、市场竞争风险

五、食品安全风险

第四节植物蛋白饮料企业融资渠道与选择分析

一、企业融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

四、适度债权融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

图表目录\CHARTDIRECTORY

图表1中国植物蛋白饮料行业主要涉及法规统计

图表2中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表3国内生产总值构成及增长速度统计

图表4中国人口总量增长趋势图

图表5中国人口数量及其构成情况统计

图表6中国城镇化率变化趋势图

图表7中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业经济指标统计

图表8中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业经济指标统计

图表9中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业经济指标统计

图表10中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业经济指标统计

图表11中国含乳饮料和植物蛋白饮料企业数量增长趋势图

图表12中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业资产总额统计

图表13中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业资产增长趋势图

图表14中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售收入统计

图表15中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售收入增长趋势图

图表16中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业利润总额统计

图表17中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业利润增长趋势图

图表18中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售成本统计

图表19中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售成本趋势图

图表20中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售费用统计

图表21中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售费用趋势图

图表22中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业管理费用统计

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/287688287688.html>