

2016-2022年中国蛋白饮料市场产销调研及投资前景预测报告

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年中国蛋白饮料市场产销调研及投资前景预测报告》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/yinliao/238001238001.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

GB16322《植物蛋白饮料卫生标准》对植物蛋白饮料的描述是：以植物果仁、果肉及大豆为原料（如大豆、花生、杏仁、核桃仁、椰子等），经加工、调配后，再经高压杀菌或无菌包装制得的乳状饮料。2011，我国蛋白饮料行业企业数量为184家，到2014年，为246家，增长了33.6%。2014年，我国含乳和蛋白饮料行业销售收入为1100亿元，从2011-2014年，我国行业复合增长率超过20%。2011年，我国蛋白饮料行业利润规模为67亿元，到2014年，利润规模达到126亿元，增长了88%。

目前，植物饮料行业市场表现较为突出的品类主要有杏仁露、核桃露、椰子汁等，从行业格局来看，承德露露在杏仁露饮品中占据绝对优势，2013年杏仁露销售收入达到24.8亿元，市场份额已超过90%。核桃露龙头公司为河北养元智汇，市场份额达到80%左右。椰子汁行业的龙头为椰树集团。目前椰汁、豆乳、核桃乳等植物蛋白饮料子行业市场集中度不高，品牌仍以地方性品牌为主，全国性龙头品牌企业还没有出现。在产品营销方面，植物蛋白饮料销售具有季节性和区域性，目前以商超为主要零售渠道，企业在餐饮、商超渠道展开更为激烈的竞争。

当前国内植物蛋白饮料中，不同品类的地域发展局限性仍较强，豆奶和椰汁主要集中在南方市场，而杏仁露和核桃露则主要集中在北方市场。市场割据一定程度上阻碍了植物蛋白饮料的发展壮大。

中国城镇化建设的推进，也带动了国民对饮料的消费需求上升。随着城镇化建设的实施，我国含乳和蛋白饮料发展速度之快，出乎许多人的预料，形成了巨大的市场。乳和蛋白饮料以其独特的口感、风味和丰富的营养，越来越受到城镇居民的青睐。据行业调查数据显示，2008年我国水果牛奶饮料的整体销量已达到了62亿升，表明未来几年，含乳和蛋白饮料市场将成为继碳酸饮料、果汁饮料、茶饮料市场等之后的又一大高速增长点。“十三五”期间，预计我国蛋白饮料产量保持15%左右的增长，到2020年，达到80亿升。

中国报告网发布的《2016-2022年中国蛋白饮料市场产销调研及投资前景预测报告》首先介绍了蛋白饮料行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 蛋白饮料行业概述

第一节 蛋白饮料行业及属性分析

一、行业定义

二、国民经济依赖性

三、经济类型属性

四、行业周期属性

第二节 经济发展环境

一、中国经济发展阶段

二、2013-2015年中国经济发展状况

三、经济结构调整

四、国民收入状况

第三节 政策发展环境

一、产业振兴规划

二、行业标准政策

三、市场应用政策

四、财政税收政策

第四节 社会发展环境

一、中国人口规模

二、分年龄结构

三、分学历结构

四、分地区结构

五、消费观念

第五节 投融资发展环境

一、金融开放

二、金融财政政策

三、金融货币政策

四、外汇政策

五、银行信贷政策

第二章 2014-2015年中国蛋白饮料行业发展环境分析

第一节 2014-2015年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2014-2015年中国蛋白饮料行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、居民收入保持较快增长

第二部分 行业深度分析

第三章 2014-2015年中国蛋白饮料行业总体发展状况

第一节 中国蛋白饮料行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业利润规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国蛋白饮料行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国蛋白饮料行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第四章 中国蛋白饮料市场供需分析

第一节 蛋白饮料市场现状分析及预测

一、2014-2015年我国蛋白饮料行业总产值分析

二、2016-2022年我国蛋白饮料行业总产值预测

第二节 蛋白饮料产品产量分析及预测

一、2014-2015年我国蛋白饮料产量分析

二、2016-2022年我国蛋白饮料产量预测

第三节 蛋白饮料市场需求分析及预测

一、2014-2015年我国蛋白饮料市场需求分析

二、2016-2022年我国蛋白饮料市场需求预测

第四节 蛋白饮料进出口数据分析

一、我国蛋白饮料进出口数据分析

二、2016-2022年国内蛋白饮料产品进出口情况预测

第五章 蛋白饮料行业发展现状分析

第一节 全球蛋白饮料行业发展分析

一、全球蛋白饮料行业发展历程

二、全球蛋白饮料行业发展现状

三、全球蛋白饮料行业发展预测

第二节 中国蛋白饮料行业发展分析

一、2014-2015年中国蛋白饮料行业发展态势分析

二、2014-2015年中国蛋白饮料行业发展特点分析

三、2014-2015年中国蛋白饮料行业市场供需分析

第三节 中国蛋白饮料产业特征与行业重要性

第四节 蛋白饮料行业特性分析

第六章 中国蛋白饮料市场规模分析

第一节 2015年中国蛋白饮料市场规模分析

第二节 2015年中国蛋白饮料区域市场规模分析

一、2015年东北地区市场规模分析

二、2015年华北地区市场规模分析

三、2015年华东地区市场规模分析

四、2015年华中地区市场规模分析

五、2015年华南地区市场规模分析

六、2015年西部地区市场规模分析

第三节 2016-2022年中国蛋白饮料市场规模预测

第七章 蛋白饮料国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2013-2014年价格回顾

第二节 国内产品当前市场及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2016-2022年国内产品未来价格走势预测

第三部分 竞争格局分析

第八章 蛋白饮料及其主要上下游产品

第一节 蛋白饮料上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 蛋白饮料行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第九章 蛋白饮料产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第十章 蛋白饮料行业市场竞争策略分析

第一节 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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 蛋白饮料企业竞争策略分析

一、提高蛋白饮料企业核心竞争力的对策

二、影响蛋白饮料企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高蛋白饮料企业竞争力的策略

第十一章 蛋白饮料行业重点企业竞争分析

第一节 椰树集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2016-2022年公司发展战略分析

第二节 河北承德露露股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2014-2015年主要经营数据指标

六、2016-2022年公司发展战略分析

第三节 厦门银鹭集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2016-2022年公司发展战略分析

第四节 深圳维他（光明）食品饮料有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2016-2022年公司发展战略分析

第五节 河北养元智汇饮品股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2016-2022年公司发展战略分析

第六节 黑牛食品股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2014-2015年主要经营数据分析

六、2016-2022年公司发展战略分析

第七节 维维食品饮料股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2014-2015年主要经营数据指标

六、2016-2022年公司发展战略分析

第八节 山西大寨饮品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

六、2016-2022年公司发展战略分析

第九节 南方黑芝麻集团股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2014-2015年主要经营数据指标

六、2016-2022年公司发展战略分析

第十节 惠尔康集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2016-2022年公司发展战略分析

第四部分 发展前景展望

第十二章 蛋白饮料行业投资与发展前景分析

第一节 蛋白饮料行业投资机会分析

一、蛋白饮料投资项目分析

二、可以投资的蛋白饮料模式

三、2015年蛋白饮料投资机会

第二节 2016-2022年中国蛋白饮料行业发展预测分析

一、未来蛋白饮料发展分析

二、未来蛋白饮料行业技术开发方向

三、总体行业"十三五"整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十三五行业发展趋势

第十三章 蛋白饮料产业用户度分析

第一节 蛋白饮料产业用户认知程度

第二节 蛋白饮料产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第五部分 发展战略研究

第十四章 2016-2022年蛋白饮料行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前蛋白饮料存在的问题

第二节 蛋白饮料未来发展预测分析

一、中国蛋白饮料发展方向分析

二、2016-2022年中国蛋白饮料行业发展规模预测

三、2016-2022年中国蛋白饮料行业发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国蛋白饮料行业投资风险分析

一、出口风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、营销风险分析

第十五章 专家观点与结论

第一节 蛋白饮料行业营销策略分析及建议

一、蛋白饮料行业营销模式

二、蛋白饮料行业营销策略

第二节 蛋白饮料行业企业经营发展分析及建议

一、蛋白饮料行业经营模式

二、蛋白饮料行业生产模式

第三节 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

第四节 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、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

图表目录

图表 蛋白饮料构成

图表 行业发展周期

图表 行业生命周期图

图表 蛋白饮料行业国家鼓励政策分析

图表 2014-2015年三季度中国国内生产总值增长速度

图表 2014-2015年前三季度中国其他指标环比数据表

图表 2014-2015年三季度中国规模以上工业增加值增速

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/238001238001.html>