2020-2026年中国豆奶粉市场深度分析与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国豆奶粉市场深度分析与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/202007/175639.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

豆奶粉是一种新型固体饮料，它综合了大豆和牛奶的营养成份，具有口感细腻，香味浓郁，营养丰富，携带方便等特点。从营养价值上看，大豆蛋白质含量高达40%，是优质蛋白质，含有人体所必需的氨基酸，其中赖氨酸的含量高于谷物，是植物性食物当中最合理、最接近于人体所需的比例。另外，牛奶蛋氨酸含量较高，可以补充大豆蛋白质中蛋氨酸的含量，动、植物蛋白的互补，使氨基酸的配比更合理，更利于人体的消化吸收。特别是近年来，美国和英国先后发布健康声明:每天食用6.25克大豆蛋白，可以预防心血管疾病，使人们更加重视大豆蛋白的保健作用。豆奶粉中的脂肪主要是植物脂肪，不饱和脂肪酸含量较高，并含有人体所必需脂肪酸亚油酸，胆固醇含量低，可以预防动脉硬化。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国豆奶粉市场深度分析与投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了豆奶粉产业相关概念及发展环境，接着分析了中国豆奶粉行业规模及消费需求，然后对中国豆奶粉行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国豆奶粉行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国豆奶粉行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

第.一章研究概述
第.一节研究目的
第二节研究内容
第三节研究方法
第四节数据来源

第二章大豆及其制品价值分析
第.一节大豆及其制品营养与保健价值分析
一、大豆的蛋白质含量居各种农作物之冠
二、大豆含有丰富的优质脂肪
三、大豆的一些营养成分具有显著的保健功能

第二节大豆及其制品商业价值分析

第三节豆奶粉的分类

第三章国内豆奶粉产业宏观环境研究

第.一节国内豆奶粉行业发展的宏观经济环境分析

第二节国内豆奶粉行业产业政策环境分析

第三节国内豆奶粉行业技术环境

第四章国内豆奶粉产业营销环节研究

第.一节中国大豆生产情况

第二节中国大豆总供给情况

第三节中国大豆人均占有与世界其他国家的差距

第四节国内固体饮料及豆奶粉产销情况分析

一、豆奶粉市场现状

二、豆奶粉市场未来发展展望

三、中国豆奶行业存在的问题

1、豆奶的消费者的观念培育是头号问题

2、行业的集中程度低

3、行业缺乏高附加值的中高档产品支撑

4、缺失优秀的商业运作模式

5、豆奶的行业引导与推广还声音比较稀薄

四、中国豆奶行业发展迟缓的原因

1、缺乏市场运作的经验与方法

2、缺乏对消费者的观念的培育与消费市场的正确引导

3、豆奶的产品设计不能满足消费者的口感需求

4、行业没有被引起足够的重视

5、缺乏一套成熟的商业模式

五、中国豆奶行业面临的机会

1、“限鲜令”和加强“还原奶”管理给豆奶业带来了机会

2、知名企业的加入给豆奶业的扩张带来生机与活力

3、“人种学”的研究为豆奶抗击牛奶提供了重要的理论依据。

4、全国人均乳及乳制品消费呈上升趋势，给豆奶带来了商机

5、豆奶自身的优势将激活豆奶市场
第五节2020-2026年中国固体饮料及豆奶粉制造业全行业发展趋势分析
第六节2016-2019年中国生产固体饮料及豆奶粉制造业主要省份情况分析

第五章国内豆奶粉销售渠道状况
第.一节豆奶粉销售渠道结构
第二节豆奶粉销售渠道组织及其特征
第三节豆奶粉产品零售商分析
第四节豆奶粉营销渠道选择建议
一、豆奶粉企业营销现状
二、豆奶粉企业营销渠道选择建议
第五节国内豆奶粉价格分析
第六节豆奶粉零售终端市场价格分析

第六章豆奶粉产业竞争环境研究
第.一节国内豆奶粉产业竞争者状况
第二节全国豆奶粉产品主要竞争者分布
第三节豆奶粉主要竞争品牌市场占有情况
第四节国内豆奶粉领导品牌企业研究
一、维维集团
1、企业背景
2、产品系列
3、维维集团业务的区域分布及组织架构
4、市场营销网络
5、广告投入
6、市场发展评估
二、完达山乳业股份有限公司
1、企业背景
2、产品系列
3、广告投入
4、市场发展评估
三、伊利集团

1、企业背景
2、产品系列
3、伊利集团业务的区域分布
4、市场营销网络
5、市场发展评估
四、飞鹤乳业有限公司
1、企业背景
2、产品系列
3、市场营销网络
4、广告投入
5、市场发展评估
五、冰泉实业股份有限公司
1、企业背景
2、产品系列
3、组织架构
4、市场营销网络
5、广告投入
6、市场发展评估
第五节豆奶粉与其替代产品的SWOT分析
一、奶粉
二、液态奶
三、传统豆制品
四、其他软饮料

第七章豆奶粉产业未来发展趋势预测
第.一节中国豆奶粉（包括液体豆奶）市场的初步评估
第二节中国豆奶粉（包括液体豆奶）市场未来发展趋势的预测
第三节企业进入中国大豆深加工市场的建议
第四节进入中国大豆深加工市场产品策略建议

第八章豆奶粉行业消费者整体质量感知分析
第.一节豆奶粉行业感知质量整体评价

一、我国饮料品牌研究
二、消费者最喜欢的饮料调查
三、消费者品牌忠诚度分析
第二节豆奶粉行业整体竞争态势分析

第九章豆奶粉行业主要品牌感知质量分析
第.一节主要品牌消费者感知整体评价
一、维维豆奶粉消费者感知整体评价
二、黑牛豆奶粉消费者感知整体评价
三、完达山豆奶粉消费者感知整体评价
四、雅士利豆奶粉消费者感知整体评价
五、伊利集团豆奶粉消费者感知整体评价
六、飞鹤乳业豆奶粉消费者感知整体评价
七、冰泉实业豆奶粉消费者感知整体评价
第二节主要品牌质量指标评价结果
一、维维豆奶粉质量指标评价结果
二、黑牛豆奶粉质量指标评价结果
三、完达山豆奶粉质量指标评价结果
四、雅士利豆奶粉质量指标评价结果
五、伊利集团豆奶粉质量指标评价结果
六、飞鹤乳业豆奶粉质量指标评价结果
七、冰泉实业豆奶粉质量指标评价结果

第十章豆奶粉行业主要品牌产品质量评价对比
第.一节主要品牌质量指标对比分析
一、主要品牌营养成分评价对比
二、主要品牌包装外观评价对比
三、主要品牌口感气味评价对比
第二节主要品牌整体评价对比分析
第三节主要品牌的重要属性综合对比分析

第十一章豆奶粉行业主要品牌消费人群构成分析

第.一节豆奶粉总体消费人群构成分析
第二节维维豆奶粉消费人群构成分析
第三节黑牛豆奶粉消费人群构成分析
第四节完达山豆奶粉消费人群构成分析
第五节雅士利豆奶粉消费人群构成分析
第六节伊利集团豆奶粉消费人群构成分析
第七节飞鹤乳业豆奶粉消费人群构成分析
第八节冰泉实业豆奶粉消费人群构成分析

第十二章豆奶粉行业市场机会分析
第.一节各细分市场对豆奶粉产品食用频率分析
一、不同性别消费者豆奶粉食用频率
一、不同年龄消费者豆奶粉食用频率
二、不同地区消费者豆奶粉食用频率
第二节各细分市场对豆奶粉品牌习惯对比分析
一、不同性别细分市场对比
二、不同年龄细分市场对比
三、不同收入细分市场对比
四、不同区域细分市场对比
第三节主要品牌优劣势与市场机会分析
一、不同性别细分市场分析
二、不同年龄细分市场分析
三、不同收入细分市场分析
四、不同区域细分市场分析

第十三章消费者意见和建议汇总
第.一节维维豆奶粉用户意见和建议
一、维维豆奶的社会使命感
二、“维维豆奶，欢乐开怀”的三大理由
1、天下人才为我所用
2、将健康生活理念带到全国
3、“天山雪”成为维维征服乳品市场的崭新品牌

第二节黑牛豆奶粉用户意见和建议
第三节完达山豆奶粉用户意见和建议
第四节雅士利豆奶粉用户意见和建议
第五节伊利集团豆奶粉用户意见和建议
第六节飞鹤乳业豆奶粉用户意见和建议

第十四章研究报告结论（）
第.一节中国豆奶粉企业需要重构商业模式
第二节豆奶企业重构商业模式的原则和要求
一、豆奶商业模式必须符合创新原则
二、豆奶商业模式必须符合动态原则
三、豆奶商业模式必须符合独特价值原则
四、豆奶商业模式必须符合关联性原则
五、豆奶商业模式必须符合系统性原则
六、豆奶商业模式必须符合赢利性原则

图表目录：

图表1：2016-2019年全国城镇居民乳品消费为豆奶来带来的机会
图表2：豆奶粉研究范围示意图
图表3：中国豆奶粉市场环境与竞争态势研究方法
图表4：大豆与各种主要食品蛋白质含量对照表
图表5：不同蛋白质来源的主要氨基酸含量
图表6：不同年龄人体的氨基酸需要量
图表7：不同食物蛋白质消化率校正氨基酸评分
图表8：2016-2019年中国大豆的深加工情况
图表9：北京终端市场部分进口和国产品牌蛋白粉产品价格
图表10：大豆副产品综合利用效益一览表
图表11：维维集团产品统计分类
图表12：2016-2019年全国城镇居民人均乳及乳制品消费支出
图表13：2016-2019年中国大豆历年产量
图表14：2016-2019年中国大豆产量变化趋势
图表15：2016-2019年中国大豆历年进出口量

图表16：2016-2019年中国大豆贸易差额走势图
图表17：世界大豆收获面积与产量
图表18：2019年中国大豆产量在50万吨以上的省份
图表19：2019年中国大豆各主要省份产量图
图表20：2016-2019年中国大豆总供给情况

详细请访问：http://www.cction.com/report/202007/175639.html