

2024-2030年中国人造肉产业 发展现状与市场运营趋势报告

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

《2024-2030年中国人造肉产业发展现状与市场运营趋势报告》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/202404/453730.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

以大食物观、人民美好生活需要为引领的可持续农业食物系统与健康可持续膳食成为当下各方关注的热点焦点，近年来国家出台系列战略规划举措，为植物蛋白产业、人造肉行业发展营造了良好的政策氛围。绿色低碳的人造肉行业有望成为可持续食物系统建设新的推进路径。现阶段人们更注重食品摄入和膳食均衡，植物肉既拥有蔬食的优势也有动物肉的口感以及味道，符合消费升级的趋势，选择食用植物肉不仅是注重健康的生活方式，更可以有效减少食品的碳排放。同时，我国食品消费规模庞大，人造肉可以作为弥补肉类食品供不应求的替代品，在2021年，我国人造肉行业市场规模达103亿元。据统计，我国人造肉行业年复合增长率在14%左右，预计2022-2027年我国人造肉行业市场规模年复合增长率（CAGR）保持14%，到2027年我国人造肉行业市场规模将达到226亿元。中企顾问网发布的《2024-2030年中国人造肉产业发展现状与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。报告目录：第1章：中国人造肉行业发展综述1.1 人造肉行业的界定1.1.1 人造肉的概念界定及分类1.1.2 人造肉类的主要优势1.1.3 行业所属国民经济行业分类代码1.2 人造肉专业术语说明1.3 本报告研究范围界定说明1.4 本报告数据来源及统计标准说明1.4.1 本报告权威数据来源1.4.2 本报告研究方法及统计标准说明 第2章：人造肉发展环境分析2.1 人造肉行业政策环境分析2.1.1 中国人造肉行业监管体系及机构介绍（1）行业主管部门及监管（2）行业自律组织2.1.2 行业相关食品生产及加工的规范标准（1）中国人造肉相关行业标准体系建设（2）中国人造肉相关行业标准汇总（3）中国人造肉行业重点标准解读2.1.3 行业发展相关政策及法规2.1.4 行业发展地区政策热力图2.1.5 政策环境对人造肉行业发展的影响分析2.2 人造肉行业经济环境分析2.2.1 宏观经济现状（1）GDP增长情况（2）第一产业增加值（3）三大产业结构（4）社会消费品零售总额（5）固定资产投资2.2.2 宏观经济展望（1）国际机构对中国GDP增速预测（2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测2.2.3 行业发展与宏观经济发展相关性分析2.3 人造肉行业社会环境分析2.3.1 中国人口环境及结构分析2.3.2 中国城镇化水平情况2.3.3 中国居民可支配收入分析2.3.4 素食消费需求分析2.3.5 健康、环保及动物保护意识2.3.6 社会环境变化对人造肉行业发展的影响分析2.4 人造肉行业技术环境分析2.4.1 人造肉行业关键技术分析（1）植物肉制作技术（2）培养肉制作技术2.4.2 人造肉主要研究成果（1）国内人造肉主要研究团队和成果（2）国外人造肉主要研究团队和主要成果2.4.3 人造肉技术问题分析2.4.4 人造肉行业专利申请及获得情况（1）专利申请及授权情况（2）热门专利申请人情况（3）热门专利技术情况2.4.5 人造肉技术发展趋势2.4.6 技术环境对人造肉行业发展的影响分析

第3章：全球人造肉行业发展分析3.1 全球人造肉行业发展概况3.1.1 全球人造肉发展历程3.1.2 全球人造肉发展特点3.2 全球人造肉行业发展现状3.2.1 全球人造肉行业发展环境（1）全球人造肉监管环境（2）全球人造肉社会环境3.2.2 全球人造肉行业市场规模3.3 全球人造肉行业竞争状况3.3.1 全球人造肉行业竞争格局（1）区域竞争格局（2）企业/品牌竞争格局3.3.2 全球人造肉行业投融资现状3.4 美国人造肉行业发展现状3.4.1 美国人造肉行业发展环境（1）资本市场对人造肉行业趋于谨慎（2）素食在美国较为流行（3）全美人造肉市场复购率上升3.4.2 美国人造肉行业市场规模（1）市场规模（2）销售渠道3.5 全球主要企业的人造肉发展探索3.5.1 Beyond Meat公司（1）企业发展历程简析（2）企业基本信息介绍（3）企业产品布局情况（4）企业经营情况分析（5）企业业务结构分析（6）企业融资情况分析（7）企业在华业务情况3.5.2 Impossible Foods公司（1）企业发展历程简析（2）企业基本信息介绍（3）企业业务布局情况（4）企业融资情况分析（5）公司发展最新情况3.5.3 Mosa Meat（1）企业发展历程简析（2）企业基本信息介绍（3）企业人造肉业务的布局及发展现状（4）企业融资情况分析3.5.4 UPSIDE Foods公司（1）企业发展历程简析（2）企业基本信息介绍（3）企业人造肉业务的布局及发展现状（4）企业融资情况分析3.6 全球人造肉行业发展前景与趋势分析3.6.1 全球人造肉市场发展前景3.6.2 全球人造肉发展趋势分析 第4章：中国人造肉行业发展分析4.1 中国人造肉行业发展历程4.2 中国人造肉行业市场现状4.2.1 人造肉行业社会现状4.2.2 人造肉行业企业现状（1）传统素肉公司（2）休闲食品公司（3）初创人造肉企业4.2.3 人造肉行业技术现状4.2.4 人造肉行业市场规模4.3 中国人造肉行业认知与购买行为4.3.1 消费者对人造肉的认知（1）消费者认知广度（2）不同区域的认知情况（3）消费者对不同类型人造肉的认知程度（4）消费者对不同类型人造肉的购买倾向（5）消费者对人造肉的认知渠道4.3.2 消费者对人造肉的购买动机与消费偏好（1）购买驱动因素（2）购买产品倾向（3）设想食用场景（4）购买后评价4.3.3 消费者购买人造肉阻碍因素（1）阻碍因素（2）消费者流失原因4.4 人造肉行业发展痛点分析4.4.1 人造肉成本高于普通养殖肉（1）“植物肉”成本依然较高（2）清洁肉制作成本仍较高4.4.2 人造肉的口感无法比拟真肉4.4.3 人造肉可能存在食品安全问题 第5章：中国人造肉行业竞争分析5.1 中国人造肉行业区域格局状况5.1.1 中国人造肉行业区域供给格局5.1.2 中国人造肉行业区域需求格局5.2 中国人造肉行业细分市场格局5.3 中国人造肉行业企业/品牌格局5.3.1 中国人造肉行业主要企业类型5.3.2 中国人造肉行业市场竞争格局5.3.3 中国人造肉行业市场竞争要素（1）产品的丰富性（2）技术端的积累（3）产品差异性。（4）提供解决方案（5）规模优势5.4 中国人造肉行业投融资、兼并与重组分析5.4.1 行业投融资发展状况5.4.2 行业兼并与重组状况5.5 中国人造肉行业竞争状态分析5.5.1 行业现有竞争者分析5.5.2 行业潜在进入者威胁5.5.3 行业替代品威胁分析5.5.4 行业供应商议价能力分析5.5.5 对行业购买者议价能力分析5.5.6 行业竞争情况总结 第6章：中国人造肉产业链发展解析6.1 人造肉

行业产业链概况6.1.1 人造肉行业产业链介绍6.1.2 人造肉行业成本结构6.2 中国大豆市场分析6.2.1 中国大豆市场供给分析（1）种植面积（2）产量（3）出口规模6.2.2 中国大豆市场需求分析（1）销量（2）进口规模6.2.3 中国大豆供需平衡及未来价格走势6.2.4 中国大豆市场发展对人造肉行业发展的影响分析6.3 中国畜牧业市场分析6.3.1 中国畜牧业供给规模（1）养殖数量（2）产量（3）出口规模6.3.2 中国畜牧业需求规模（1）消费量（2）产值（3）进口规模6.3.3 中国畜牧业供需平衡及未来价格走势（1）供需平衡分析（2）价格走势分析6.3.4 中国畜牧业市场发展对人造肉行业发展的影响分析 第7章：中国人造肉行业细分产品市场分析7.1 人造肉细分产品市场概述7.2 中国植物肉市场分析7.2.1 植物肉产品介绍7.2.2 植物肉供给现状7.2.3 植物肉需求现状7.2.4 植物肉主要生产企业及产品7.2.5 植物肉的优劣势分析7.3 中国培养肉/清洁肉市场分析7.3.1 培养肉/清洁肉产品介绍7.3.2 培养肉/清洁肉供给现状7.3.3 培养肉/清洁肉需求现状7.3.4 培养肉/清洁肉主要生产企业及产品7.3.5 培养肉/清洁肉的优劣势分析7.3.6 影响培养肉/清洁肉需求的因素分析 第8章：中国人造肉行业重点企业经营分析8.1 中国人造肉行业重点企业整体概述8.1.1 中国人造肉行业产业链代表性企业8.1.2 中国人造肉行业代表企业布局情况8.2 中国人造肉行业上游重点企业经营分析8.2.1 烟台双塔食品股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业业务架构及经营情况（3）企业人造肉业务布局及发展状况（4）企业人造肉发展最新动向（5）企业人造肉业务优劣势分析8.2.2 山东赫达股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业业务架构及经营情况（3）企业人造肉发展最新动向及发展状况（4）企业人造肉发展最新动向（5）企业人造肉业务优劣势分析8.3 中国人造肉行业中游重点企业经营分析8.3.1 金字火腿股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业业务架构及经营情况（3）企业人造肉发展最新动向及发展状况（4）企业人造肉产品业务优劣势分析8.3.2 深圳齐善食品有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业业务架构及经营情况（3）企业人造肉产品业务（4）企业人造肉产品业务优劣势分析8.3.3 宁波市素莲食品有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业业务架构及经营情况（3）企业人造肉产品业务（4）企业人造肉发展最新动向（5）企业人造肉产品业务优劣势分析8.3.4 杭州郝姆斯食品有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业业务架构及经营情况（3）企业人造肉产品业务（4）企业人造肉产品业务优劣势分析8.3.5 深圳市星期零食品科技有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业业务架构及经营情况（3）企业人造肉业务布局及发展状况（4）企业人造肉发展最新动向（5）企业人造肉业务优劣势分析 第9章：中国人造肉行业发展前景与投资建议9.1 中国人造肉行业市场9.1.1 人造肉行业发展潜力评估9.1.2 人造肉行业市场容量预测（1）人造肉市场规模预测（2）人造肉市场容量预测9.1.3 人造肉行业发展趋势预判（1）降低成本实现量产（2）不同形态参与者入驻（3）继续与宗教捆绑9.2 中国人造肉行业投资风险9.3 中国人造肉行业投资机会9.3.1 中国人造肉行业投资潜力分析9.3.2 中国人造肉行业投资潜

力分析9.4 中国人造肉行业投资策略与可持续发展建议9.4.1 行业投资策略与建议（1）多种渠道共同发力（2）抓住疫情带来机遇（3）开发多元化产品（4）商品捆绑销售（5）拓宽电商渠道（6）合适的定价策略 图表目录

图表1：人造肉分类列表
图表2：人造肉类的主要优势图
图表3：植物肉所属国民经济行业分类
图表4：人造肉专业术语说明
图表5：本报告研究范围界定
图表6：本报告权威数据资料来源汇总
图表7：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表8：中国人造肉行业监管体系构成
图表9：植物肉行业主管部门及监管
图表10：中国人造肉行业自律组织
图表11：截至2022年6月中国豆制品行业标准体系建设（单位：项）
图表12：截至2022年6月中国豆制品行业部分标准规范
图表13：截至2022年6月中国植物肉团体标准规范汇总
图表14：中国人造肉行业重点标准解读
图表15：2016-2022年中国人造肉相关行业政策及法规汇总
图表16：中国人造肉地区政策热力图
图表17：政策环境对人造肉行业发展的影响分析图
图表18：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表19：2010-2022年中国第一产业增加值及增速（单位：万亿元，%）
图表20：2010-2022年中国三次产业结构（单位：%）
图表21：2010-2022年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）
图表22：2010-2022年中国固定资产投资额（不含农户）及增速（单位：万亿元，%）
图表23：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表24：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）
图表25：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）
图表26：2010-2021年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）
图表27：2010-2022年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表28：中国消费者对植物肉产品的描述同意程度（单位：%）
图表29：社会环境对人造肉行业发展的影响分析
图表30：国内人造肉主要研究团队和成果
图表31：国外人造肉主要研究团队和成果
图表32：人造肉技术问题
图表33：2012-2022年中国人造肉行业专利申请及授权情况（单位：项）
图表34：截至2022年6月中国人造肉行业专利申请人情况（前十位）（单位：件）
图表35：截至2022年6月中国人造肉行业专利技术分布情况（前十位）（单位：件）
图表36：人造肉技术发展趋势
图表37：技术环境对人造肉行业发展的影响分析
图表38：全球人造肉行业发展历程
图表39：全球人造肉行业发展特点
图表40：国外培养肉相关行业监管措施
图表41：2021年全球主要国家素食主义者占比情况（单位：%）
图表42：国外权威机构对2021年全球人造肉行业规模的统计（单位：亿美元，%）
图表43：2016-2021年全球人造肉行业市场规模（单位：亿美元）
图表44：2021年全球植物肉区域竞争格局（单位：%）
图表45：2022年全球人造肉区域技术竞争格局（单位：项）
图表46：全球人造肉行业主要参与企业及产品情况
图表47：全球肉类替代品企业/品牌竞争格局（单位：百万美元）
图表48：2017-2022年全球人造肉行业投融资情况（单位：起，亿元）
图表49：2020-2022年全球人造肉行业投融资事件汇总
图表50：2017-2022年美国人造肉行业融资情况（单位：起，亿元人民币）
图表51：2020-2030年美国植物肉市场规模及细分品种情况（单位

: 亿美元, %) 图表52: 美国人造肉产品销售渠道 图表53: Beyond Meat发展历程 图表54: Beyond Meat基本信息 图表55: Beyond Meat产品创新过程 图表56: 2018-2022年Beyond Meat收入及净利润情况 (单位: 亿美元) 图表57: 2020-2021年Beyond Meat业务构成 (单位: %) 图表58: Beyond Meat融资情况 图表59: Impossible Foods发展历程 图表60: Impossible Foods基本信息 图表61: Impossible Foods人造肉产品情况 图表62: Impossible Foods融资情况 图表63: Mosa Meat发展历程 图表64: Mosa Meat基本信息 图表65: Mosa Meat融资情况 图表66: UPSIDE Foods发展历程 图表67: UPSIDE Foods基本信息 图表68: UPSIDE Foods融资情况 图表69: 2025-2040年全球肉类市场细分品种占比趋势分析 (单位: %) 图表70: 全球人造肉行业发展趋势分析 图表71: 中国人造肉行业发展历程 图表72: 2014-2022年中国肉类进口量及增速 (单位: 万吨, %) 图表73: 国内三大人造肉公司 图表74: 金字火腿及百草味人造肉产品 图表75: 人造肉初创企业发展现状 图表76: 江苏鸿昶植物肉制作产品后续工艺 图表77: 2016-2021年中国人造肉行业市场规模 (单位: 亿元, %) 图表78: 消费者对植物肉的认知广度 (单位: %) 图表79: 各线城市消费者对植物肉的认知度 (单位: %) 图表80: 消费者对植物肉、培养肉和清洁肉的认知程度 (单位: %) 图表81: 消费者对植物肉的认知转化度 (单位: %) 图表82: 消费者对植物肉的认知渠道 (单位: %) 图表83: 消费者未来愿意购买食用植物肉因素 (单位: %) 图表84: 消费者植物肉产品消费比例 (单位: %) 图表85: 消费者设想植物肉/人造肉食用场景 (单位: %) 图表86: 消费者对植物肉品牌偏好 (单位: %) 图表87: 消费者不愿意购买食用植物肉因素 (单位: %) 图表88: 影响消费者不再购买因素 (单位: %) 图表89: 人造肉与真肉对比 图表90: 中国人造肉行业生产区域热力分布图 图表91: 中国人造肉行业区域需求格局 图表92: 中国人造肉行业细分市场发展格局情况 图表93: 中国人造肉行业参与企业类型及主要代表企业 图表94: 中国人造肉行业企业竞争格局 图表95: 中国人造肉行业企业竞争要素分析 图表96: 2019-2022年中国人造肉行业投融资情况 (单位: 亿元, 起) 图表97: 2019-2022年中国人造肉行业投融资事件汇总 图表98: 2019-2021年中国人造肉行业投融资事件轮次分析 (单位: 起) 图表99: 2019-2021年中国人造肉行业投融资领域分析 (单位: 起) 图表100: 2019-2021年中国人造肉行业投融资区域分布情况 (单位: 起) 图表101: 中国人造肉行业兼并重组事件汇总 图表102: 中国人造肉行业现有企业的竞争分析 图表103: 中国人造肉行业潜在进入者威胁分析 图表104: 中国人造肉行业上游供应商的议价能力分析 图表105: 中国人造肉行业对下游客户议价能力分析 图表106: 中国人造肉行业五力竞争综合分析 图表107: 人造肉行业产业链示意图 图表108: 培养肉和真肉消耗的资源及成本对比 (单位: 加仑、磅、英尺、美元) 图表109: 2010-2021年中国大豆种植面积变化情况 (单位: 万公顷, %) 图表110: 2010-2020年中国大豆产量变化情况 (单位: 万吨) 图表111: 2011-2021年中国大豆出口量变化情况 (单位: 万吨) 图表112: 2011-2021年中国大豆消费量

变化情况（单位：百万吨）图表113：2011-2022年中国大豆进口量变化情况（单位：百万吨）
图表114：2014-2022年中国大豆生产年度均价走势（单位：元/吨）图表115：2014-2021年中国
猪、牛、羊年底数量情况（单位：万头）图表116：2014-2021年中国主要畜牧产品产量情况（
单位：万吨）图表117：2017-2021年中国主要畜牧产品出口情况（单位：吨）图表118
：2014-2021年中国居民人均肉类消费量情况（单位：kg/年）图表119：2014-2021年中国畜牧
业产值（单位：亿元）图表120：2017-2021年中国主要畜牧产品进口情况（单位：万吨）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/453730.html>