

2013-2018年中国豆奶市场分析与投资前景研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国豆奶市场分析与投资前景研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/139453.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

豆制饮品在全球各地的市场都占有特殊的地位。在我国的香港以及新加坡、韩国、美国、澳大利亚等国家，均拥有广大的消费群。随着人们对绿色低碳的重视和对健康生活的追求，豆奶正日渐受到消费者的青睐。

近几年，随着人们生活水平的改善，以及工作学习压力的增大，一种被称为“文明病”（肥胖，高血压，癌症，糖尿病）的病症越来越严重的危害人们的健康。有资料显示，目前我国居民营养与健康状况存在一些值得关注的问题，包括城市居民畜肉及油脂消费过多，谷类食物消费偏低；钙、铁、维生素A等营养素摄入普遍偏低；高血压、糖尿病、血脂异常、超重及肥胖率均较高并呈上升趋势。在这样的背景下，业内专家普遍预测，今后10-15年我国居民豆制品人均消费将以超过10%的速度快速增长，同时豆奶也将成为大多数人的第一选择。

2012年我国豆奶行业消费量约28万吨，同比2011年的23.4万吨增长了19.68%，近几年我国豆奶行业消费呈现快速增长态势，行业消费量如下图所示：

数据来源：艾凯数据研究中心

豆奶粉行业也将开始加快发展。不管是消费者的需求，还是行业发展的必需，快速开发豆奶粉的新品种势在必行。而随着城市生活的快捷化，液态豆奶将成为未来的热点发展方向

中国产业研究报告网发布的《2013-2018年中国豆奶市场分析与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国豆奶行业的概念，接着分析了中国豆奶产业发展环境，然后对中国豆奶产业运行情况进行了重点分析，最后分析了中国豆奶产业面临的机遇及发展前景，提出了发展豆奶产业面临的风险及建议，内容翔实，数据准确，观点深刻。您若想对豆奶产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。

目 录

第一章 2012年世界豆奶产业运行态势分析 1

第一节 2012年世界豆奶行业运行环境浅析 1

一、全球经济现状及影响分析 1

二、乳制品三聚氰胺事件对豆奶的影响 10

第二节 2012年世界豆奶行业市场发展格局 13

一、发达国家豆奶发展迅猛 13

二、世界豆奶市场消费情况 13

三、世界豆奶原料供应情况及价格分析 14

四、世界豆奶市场发展动态分析	17
五、三聚氰胺事件导致缅甸豆奶销量上升	17
第三节 2012年世界主要国家豆奶市场运行分析	18
一、美国	18
二、日本	18
三、欧洲	19
第四节 2013-2018年世界豆奶行业新趋势探析	19
第二章 2012年中国豆奶行业市场发展环境分析	20
第一节 中国宏观经济环境分析	20
一、GDP历史变动轨迹分析	20
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	27
三、2013年中国经济发展预测分析	30
第二节 2012年中国豆奶市场政策环境分析	31
一、《奶业整顿和振兴规划纲要》	31
二、七大措施搞活流通扩大消费政策解析	41
二、《豆奶和豆奶饮料》行业标准	45
三、中国发布四项奶业新政策的解读	52
第三节 2012年中国豆奶市场技术环境分析	65
一、豆奶加工工艺流程	65
二、无菌罐装工艺	66
第四节 2012年中国豆奶市场社会环境分析	68
一、人口环境分析	68
二、教育环境分析	69
三、文化环境分析	73
四、生态环境分析	74
第三章 2012年中国豆奶行业市场运行态势分析	70 76
第一节 2012年中国豆奶行业动态分析	76
一、国产大豆大幅减产食品企业担心“断粮”	76
二、豆奶企业力挺国产大豆 到东北筹建基地	78
三、维维豆奶粉出新品——儿童营养豆奶粉受欢迎	78
四、维维豆奶粉2012年销量再度夺冠	79
五、佰旺食品图谋云南第一豆奶企业	80
六、新名人永和瓶装豆奶填补市场空白	81
七、维维豆奶：卖掉矿业 集中力量做主业	81
八、哈旺七款“营养快线”豆奶产品不合格	82

第二节 2012年中国豆奶产业现状综述 88

一、豆奶业崛起有待全国性品牌 88

二、豆奶市场规模攀升 89

三、原料对豆奶业扩张的影响 90

四、中国豆奶企业重构商业模式 90

第四章 2012年中国豆奶产业发展中面临的挑战及影响因素分析 95

第一节 2012年中国豆奶产业问题探讨 95

一、豆奶的消费者的观念培育是头号问题 95

二、行业的集中程度低 95

三、行业缺乏高附加值的中高档产品支撑 95

四、缺失优秀的商业运作模式 95

五、豆奶的行业引导与推广声音比较稀薄 96

第二节 2012年中国豆奶行业发展迟缓的原因 96

一、缺乏市场运作的经验与方法 96

二、缺乏对消费者的观念的培育与消费市场的正确引导 96

三、豆奶的产品设计不能满足消费者的口感需求 97

四、行业没有被引起足够的重视 97

五、缺乏一套成熟的商业模式 97

第五章 2010-2012年中国豆奶加工行业数据监测分析 99

第一节 2010-2012年中国豆奶加工行业总体数据分析 99

一、2010年中国豆奶加工行业全部企业数据分析 99

二、2011年中国豆奶加工行业全部企业数据分析 101

三、2012年中国豆奶加工行业全部企业数据分析 102

第二节 2010-2012年中国豆奶加工行业不同规模企业数据分析 104

一、2010年中国豆奶加工行业不同规模企业数据分析 104

二、2011年中国豆奶加工行业不同规模企业数据分析 105

三、2012年中国豆奶加工行业不同规模企业数据分析 105

第三节 2010-2012年中国豆奶加工行业不同所有制企业数据分析 105

一、2010年中国豆奶加工行业不同所有制企业数据分析 105

二、2011年中国豆奶加工行业不同所有制企业数据分析 106

三、2012年中国豆奶加工行业不同所有制企业数据分析 106

第六章 2011年中国豆奶市场运行走势分析 108

第一节 2012年中国豆奶市场亮点呈现 108

第二节 2011-2012年中国豆奶市场运行现状分析 108

一、我国豆奶消费增长快速加快 108

二、乳业危机引爆豆奶市场	109
三、维他奶等知名豆奶饮品热销市场	109
四、豆奶自身的优势将激活豆奶市场	110
五、豆奶质量抽检情况	110
第三节 2012年中国豆奶市场需求消费情况分析	112
一、豆奶市场整体需求情况分析	112
二、豆奶消费群体分析	113
第四节 2012年中国豆奶市场价格分析	114
一、豆奶品牌价格走势分析	114
二、影响豆奶价格波动的因素分析	115
第七章 2012年中国豆奶粉市场消费调查分析	116
第一节 受访者基本情况调查分析	116
一、年龄分布	116
二、性别占比	116
三、受访者职业分布	117
四、是否有喝豆奶的习惯	118
第二节 2012年中国豆奶消费者消费行为调查分析	118
一、消费者对豆奶的认知程度	118
二、消费者饮用豆奶时间调查分析	119
三、消费者购买豆奶的频率	119
四、消费者选择喝豆奶的原因	119
五、消费者对豆奶满意度调查分析	120
六、消费者购买豆奶前五大品牌构成	121
七、消费者购买豆奶价格调查分析	121
第三节 影响消费先购豆奶的因素调查分析	122
第八章 2012年中国豆奶市场竞争格局透析	123
第一节 2012年中国奶粉市场的竞争状况分析	123
一、中国奶粉市场竞争日益激烈	123
二、“滚雪球”效应使奶粉业竞争集中	123
三、国内中低档奶粉市场处于混乱竞争格局	124
第二节 2012年中国豆奶竞争分析	125
一、维他奶领军豆奶行业欲抢占奶类市场	125
二、金龙鱼低调进军豆奶市场	126
三、新势力高调进军液态豆奶领地	126
四、豆奶市场三大品牌竞争力透析	128

第三节 豆奶市场竞争优势分析 129

第四节 2013-2018年中国豆奶行业竞争趋势分析 130

第九章 2012年中国豆奶优势企业竞争力及关键性数据分析 131

第一节 维维食品饮料股份有限公司 131

一、企业概况 131

二、企业主要经济指标分析 133

三、企业盈利能力分析 135

四、企业偿债能力分析 136

五、企业运营能力分析 136

六、企业成长能力分析 137

第二节 黑牛食品股份有限公司 137

一、企业概况 137

二、企业主要经济指标分析 138

三、企业盈利能力分析 140

四、企业偿债能力分析 141

五、企业运营能力分析 141

六、企业成长能力分析 142

第三节 黑龙江省飞鹤乳业有限公司 143

一、企业概况 143

二、企业主要经济指标分析 144

三、企业偿债能力分析 144

四、企业运营能力分析 145

第四节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司 145

一、企业概况 145

二、企业主要经济指标分析 149

三、企业盈利能力分析 149

四、企业偿债能力分析 150

五、企业运营能力分析 150

六、企业成长能力分析 150

第五节 广东雅士利集团有限公司 151

一、企业概况 151

二、企业主要经济指标分析 152

三、企业盈利能力分析 153

四、企业偿债能力分析 153

五、企业运营能力分析 154

六、企业成长能力分析 154

第六节 杨协成（广州）有限公司 154

一、企业概况 154

二、企业主要经济指标分析 155

三、企业盈利能力分析 155

四、企业偿债能力分析 156

五、企业运营能力分析 156

六、企业成长能力分析 156

第七节 徐州永和食品有限公司 157

一、企业概况 157

二、企业主要经济指标分析 157

三、企业盈利能力分析 158

四、企业偿债能力分析 158

五、企业运营能力分析 159

六、企业成长能力分析 159

第八节 维他奶（上海）有限公司 159

一、企业概况 159

二、企业主要经济指标分析 160

三、企业盈利能力分析 160

四、企业偿债能力分析 161

五、企业运营能力分析 161

六、企业成长能力分析 161

第九节 遵化市维特食品有限公司 162

一、企业概况 162

二、企业主要经济指标分析 162

三、企业盈利能力分析 163

四、企业偿债能力分析 163

五、企业运营能力分析 164

六、企业成长能力分析 164

第十节 徐州金维食品有限公司 164

一、企业概况 164

二、企业主要经济指标分析 165

三、企业盈利能力分析 165

四、企业偿债能力分析 166

五、企业运营能力分析 166

六、企业成长能力分析 166

第十章 2011-2012年中国豆奶原料运行形势透析—大豆 168

第一节 大豆相关概述 168

第二节 2012年中国大豆种植情况分析 180

一、我国大豆种植区域分布 180

二、政府对大豆种植的扶持 181

三、黄豆增产的重要技术措施 182

第三节 2012年中国大豆市场运行分析 183

一、大豆市场供给情况分析 183

二、大豆市场需求情况分析 183

三、黄大豆进出口贸易数据监测 183

三、影响大豆市场供需的因素分析 184

第四节 2013年中国大豆价格分析 187

第五节 2013-2018年中国大豆原料产业发展前景预测分析 188

第十一章 2012年中国家用豆浆机市场运行及影响分析 190

第一节 2012年中国家用豆浆机运行概况 190

一、进入了高速发展的时代 190

二、技术更新速度快 190

三、家用豆浆机普及应用情况 191

第二节 2012年中国家用豆浆机市场运行分析 191

一、家用豆浆机市场需求呈现加速增长的势头 191

二、家用豆浆机产品创新激发市场需求 192

三、竞争促进家用豆浆机行业的发展 192

四、美的大规模进入豆浆机行业 193

第三节 豆浆机产业对豆奶的影响分析 194

第十二章 2013-2018年中国豆奶行业发展趋势与前景展望分析 195

第一节 2013-2018年中国豆奶行业发展前景分析 195

一、中国豆制品加工业前景展望 195

二、质量危机催生豆奶产业前景 195

第二节 2013-2018年中国豆奶行业发展趋势分析 196

一、未来中国豆奶技术发展趋势 196

二、未来中国豆奶新产品趋势探讨 197

三、豆奶粉包装趋势分析 198

第三节 2013-2018年中国豆奶行业市场预测分析 199

一、中国豆奶粉市场供给情况预测分析 199

二、中国豆奶粉市场需求情况预测分析 199

第四节 2013-2018年中国豆奶市场盈利预测分析 200

第十三章 2013-2018年中国豆奶行业投资前景预测分析 201

第一节 2013-2018年中国豆奶行业投资机会分析 201

一、中国乳制品业投资潜力分析 201

二、豆奶投资吸引力分析 202

三、与产业链相关的投资机会分析 204

第二节 2013-2018年中国豆奶行业投资风险预警 204

一、宏观调控政策风险 204

二、市场竞争风险 204

三、原料供给风险 205

四、市场运营机制风险 205

第三节 专家投资建议 205

通过《2013-2018年中国豆奶市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/139453.html>