

2022-2028年中国植物蛋白 产业发展现状与市场前景预测报告

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

《2022-2028年中国植物蛋白产业发展现状与市场前景预测报告》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/202203/275018.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

为将用于扩大生产能力，近日美国素食食品品牌“HODO”已完成B轮融资，投资方为Renewal Funds。据了解，HODO成立于2006年，主要生产素食即食食品，即用豆腐、腐竹等一类植物蛋白食品制作成的食品，于2008年获得Launch Capital的天使轮投资，当前HODO已经进入北美6000多个线下零售点位，包括全食、Target、Publix、沃尔玛等头部商超品牌。

素食是一种不食肉饮食方式，包括家禽、海鲜等动物产品。植物性食品是用种子、果实或组织部分为原料，直接或加工后为人类所食用的食品，主要有谷物、薯类、豆类及其制品、水果蔬菜制品、茶叶等。

近几年来随着人们出于健康，环境和伦理道德方面，有越来越多的人开始选择素食。根据英国素食协会的数据，纯素者和弹性素食者的数量自2014年以来翻了两番，达到60万人，在2017年称自己是素食主义者的美国消费者占到了6%，预计到2025年他们将占英国人口的四分之一。在我国，虽然并没有明确的数据，但据新华社报道表示，目前我国素食人口已经超过5000万，虽然看起来只占总人口的4%-5%，但在数量上已经超过了美国所有素食主义人群的总和。由此可见，我国素食食品市场有着很发展潜力，尤其是因“人造肉”概念受到资本密切关注的植物蛋白食品市场。根据AC尼尔森数据显示，2018年植物奶已抢占美国15%的奶制品零售市场，并且还在以每年50%的速度激增。植物蛋白市场推动力 新品发布量的增加 食品饮料行业，越来越多的新品将植物蛋白作为产品主要亮点。据Innova Market Insights, 2014-2018年间全球范围内追踪到带有植物蛋白宣称的食品饮料新品发布年均复合增长率为+9%。

消费者饮食习惯改变，崇尚“清洁”饮食 消费者更注重食物来源，植物是他们认为“清洁”的来源。“清洁饮食”的趋势主要是由千禧一代推动的，他们更喜欢健康、合乎道德、天然、加工程度低的食物。植物蛋白产品消费的增加是这种转变的直接结果。另一方面，消费者饮食习惯渐渐改变。消费者开始减少肉类消费，采用植物性蛋白质，更多消费者偏向纯素食饮食。在英国，“素食2020”的活动有超30万人支持。英国的许多快餐店和超市都将他们的产品扩展，以加入到这场以植物为基础的流行运动中来。

大企业投资植物蛋白市场 植物蛋白市场的主要参与者包括嘉吉公司(美国)、Archer Daniels Midland公司(美国)、杜邦(美国)、哥兰比亚(爱尔兰)、凯爱瑞集团(爱尔兰)、泰莱(英国)、on Incorporated公司(美国)、Burcon NutraScience公司(加拿大)、帝斯曼(荷兰)、Sotexpro S.A.(法国)、Axiom Foods(美国)和Scoular公司(美国)。ADM(美国)和杜邦(美国)是全球市场的两大巨头。这些公司已经将扩张和投资作为扩大其在植物蛋白市场的主要战略。例如，在2019年1月，ADM扩大了其在巴西的存在，在巴西南马托格罗索州坎波格兰德建

造了一个新的大豆蛋白生产基地，价值2.5亿美元。该公司将为ADM目前的产品线生产一系列功能蛋白浓缩物和分离物。 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国植物蛋白产业发展现状与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了植物蛋白行业市场发展环境、植物蛋白整体运行态势等，接着分析了植物蛋白行业市场运行的现状，然后介绍了植物蛋白市场竞争格局。随后，报告对植物蛋白做了重点企业经营状况分析，最后分析了植物蛋白行业发展趋势与投资预测。您若想对植物蛋白产业有个系统的了解或者想投资植物蛋白行业，本报告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 植物蛋白行业发展综述

1.1 植物蛋白行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 植物蛋白行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 植物蛋白行业在国民经济中的地位

1.2.3 植物蛋白行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 植物蛋白行业生命周期

1.3 最近3-5年中国植物蛋白行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒／退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 植物蛋白行业运行环境分析

2.1 植物蛋白行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 植物蛋白行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 植物蛋白行业社会环境分析

2.3.1 植物蛋白产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 植物蛋白产业发展对社会发展的影响

2.4 植物蛋白行业技术环境分析

2.4.1 植物蛋白技术分析

2.4.2 植物蛋白技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国植物蛋白行业运行分析

3.1 我国植物蛋白行业发展状况分析

3.1.1 我国植物蛋白行业发展阶段

3.1.2 我国植物蛋白行业发展总体概况

3.1.3 我国植物蛋白行业发展特点分析

3.2 2015-2019年植物蛋白行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国植物蛋白行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国植物蛋白行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国植物蛋白企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 植物蛋白细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 植物蛋白产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年植物蛋白价格走势

3.5.2 影响植物蛋白价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年植物蛋白产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要植物蛋白企业价位及价格策略

第四章 我国植物蛋白所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国植物蛋白所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国植物蛋白所属行业产销情况分析

4.2.1 我国植物蛋白所属行业工业总产值

4.2.2 我国植物蛋白所属行业工业销售产值

4.2.3 我国植物蛋白所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国植物蛋白所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国植物蛋白行业供需形势分析

5.1 植物蛋白行业供给分析

- 5.1.1 2015-2019年植物蛋白行业供给分析
- 5.1.2 2022-2028年植物蛋白行业供给变化趋势
- 5.1.3 植物蛋白行业区域供给分析
- 5.2 2015-2019年我国植物蛋白行业需求情况
 - 5.2.1 植物蛋白行业需求市场
 - 5.2.2 植物蛋白行业客户结构
 - 5.2.3 植物蛋白行业需求的地区差异
- 5.3 植物蛋白市场应用及需求预测
 - 5.3.1 植物蛋白应用市场总体需求分析
 - (1) 植物蛋白应用市场需求特征
 - (2) 植物蛋白应用市场需求总规模
 - 5.3.2 2022-2028年植物蛋白行业领域需求量预测
 - (1) 2022-2028年植物蛋白行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2022-2028年植物蛋白行业领域需求产品/服务市场格局预测
 - 5.3.3 重点行业植物蛋白产品/服务需求分析预测

第六章 植物蛋白行业产业结构分析

- 6.1 植物蛋白产业结构分析
 - 6.1.1 市场细分充分程度分析
 - 6.1.2 各细分市场领先企业排名
 - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
 - 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
 - 6.2.1 产业价值链的构成
 - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
- 6.3 产业结构发展预测
 - 6.3.1 产业结构调整指导政策分析
 - 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
 - 6.3.3 中国植物蛋白行业参与国际竞争的战略市场定位
 - 6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国植物蛋白行业产业链分析

7.1 植物蛋白行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 植物蛋白上游行业分析

7.2.1 植物蛋白产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对植物蛋白行业的影响

7.3 植物蛋白下游行业分析

7.3.1 植物蛋白下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对植物蛋白行业的影响

第八章 我国植物蛋白行业渠道分析及策略

8.1 植物蛋白行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对植物蛋白行业的影响

8.1.3 主要植物蛋白企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 植物蛋白行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 植物蛋白行业营销策略分析

8.3.1 中国植物蛋白营销概况

8.3.2 植物蛋白营销策略探讨

8.3.3 植物蛋白营销发展趋势

第九章 我国植物蛋白行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 植物蛋白行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结

9.1.2 植物蛋白行业企业间竞争格局分析

9.1.3 植物蛋白行业集中度分析

9.1.4 植物蛋白行业SWOT分析

9.2 中国植物蛋白行业竞争格局综述

9.2.1 植物蛋白行业竞争概况

- (1) 中国植物蛋白行业竞争格局
- (2) 植物蛋白行业未来竞争格局和特点
- (3) 植物蛋白市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国植物蛋白行业竞争力分析

- (1) 我国植物蛋白行业竞争力剖析
- (2) 我国植物蛋白企业市场竞争的优势
- (3) 国内植物蛋白企业竞争能力提升途径

9.2.3 植物蛋白市场竞争策略分析

第十章 植物蛋白行业领先企业经营形势分析

10.1 嘉吉公司(美国)

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 Archer Daniels Midland公司(美国)

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

- 10.2.4 公司经营状况
- 10.2.5 公司发展规划
- 10.3 杜邦(美国)
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 公司经营状况
 - 10.3.5 公司发展规划
- 10.4 哥兰比亚(爱尔兰)
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业优势分析
 - 10.4.3 产品/服务特色
 - 10.4.4 公司经营状况
 - 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 凯爱瑞集团(爱尔兰)
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业优势分析
 - 10.5.3 产品/服务特色
 - 10.5.4 公司经营状况
 - 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 泰莱(英国)
 - 10.6.1 企业概况
 - 10.6.2 企业优势分析
 - 10.6.3 产品/服务特色
 - 10.6.4 公司经营状况
 - 10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年植物蛋白行业投资前景

- 11.1 2022-2028年植物蛋白市场发展前景
 - 11.1.1 2022-2028年植物蛋白市场发展潜力
 - 11.1.2 2022-2028年植物蛋白市场前景展望
 - 11.1.3 2022-2028年植物蛋白细分行业发展前景分析

11.2 2022-2028年植物蛋白市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年植物蛋白行业发展趋势植物蛋白应用趋势 大豆蛋白预计将在未来五年内主导市场，豌豆、燕麦蛋白是新起之秀

由于个人对高蛋白饮食的需求和大豆蛋白受欢迎程度的提高，大豆蛋白在食品饮料行业被广泛应用。Aritzon2019年植物蛋白来源的调查显示，大豆蛋白以31.2亿美元居首。Innova数据显示，2014-2018年间，大豆蛋白是带有植物蛋白宣称的食品饮料新品的领先原料，有9%的相关新品采用。大豆蛋白有助于降低胆固醇水平，改善新陈代谢，骨密度，还可以降低患癌症的风险。大豆分离蛋白可用于营养棒、肉类替代品、烘焙产品、运动营养产品和饮料等。

除大豆以外，豌豆蛋白的消费量近年来增长迅猛。食品企业技术顾问enk Hoogenkamp提供的数据显示，目前全球豌豆蛋白消费量与2015年相比翻了一番，达27.5万吨，到2020年，其消费规模还将增长30%，至2025年全球豌豆蛋白消费量将增至58万吨。

燕麦蛋白也是一种极具潜力的植物蛋白。燕麦中的蛋白质含量为19%，燕麦蛋白中氨基酸含量丰富，含有人体必需的氨基酸，是一种优质的营养蛋白质。燕麦奶是最近兴起的一种非乳制品植物奶，燕麦奶和牛奶在功能上有很多相似之处，它们都是奶油状的，口感和稠度都很容易过渡。英敏特数据显示，欧洲市场上2017年4月到2018年3月的上市新品中，以燕麦为主的植物基饮品和酸奶占比为14.8%，去年同期仅为9.8%。 蛋白分离物预计将在未来五年内主导植物蛋白市场

蛋白质分离物（Protein Isolate）含有较高的蛋白含量和较高的消化率。蛋白质分离物被广泛应用于蛋白质和营养相关的应用，如运动营养、蛋白质饮料和营养补充剂。近年来，由于其不同的功能特性，对运动员、健美人士、素食者的要求越来越高，在各种饮料和乳制品中得到了广泛的应用。 运动营养、零食是应用趋势品类

运动营养产品和零食是未来应用的趋势品类。据Innova Market Insights, 全球新品数据库追踪到带有植物蛋白宣称的食品饮料新品发布中，运动营养品类的增长最为显著，2014-2018年间年均复合增长率高达+32%，其次是零食品类，年均复合增长率为+14%。

蛋白质营养棒本来属于运动营养品，随着消费意识的升级，它逐渐向零食品类靠拢。现如今，蛋白棒不仅针对运动员，普通消费者也开始寻求营养棒作为早餐和日常的零食。 数据来源：公开资料整理

11.2.2 2022-2028年植物蛋白市场规模预测

11.2.3 2022-2028年植物蛋白行业应用趋势预测

11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测

11.3 2022-2028年中国植物蛋白行业供需预测

11.3.1 2022-2028年中国植物蛋白行业供给预测

- 11.3.2 2022-2028年中国植物蛋白行业需求预测
- 11.3.3 2022-2028年中国植物蛋白供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年植物蛋白行业投资机会与风险

- 12.1 植物蛋白行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2022-2028年植物蛋白行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年植物蛋白行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 植物蛋白行业投资战略研究

- 13.1 植物蛋白行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略

- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国植物蛋白品牌的战略思考
 - 13.2.1 植物蛋白品牌的重要性
 - 13.2.2 植物蛋白实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 植物蛋白企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国植物蛋白企业的品牌战略
 - 13.2.5 植物蛋白品牌战略管理的策略
- 13.3 植物蛋白经营策略分析
 - 13.3.1 植物蛋白市场细分策略
 - 13.3.2 植物蛋白市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 植物蛋白新产品差异化战略
- 13.4 植物蛋白行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年植物蛋白行业投资战略
 - 13.4.2 2022-2028年植物蛋白行业投资战略
 - 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（）

- 14.1 植物蛋白行业研究结论
- 14.2 植物蛋白行业投资价值评估
- 14.3 植物蛋白行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275018.html>