

2021年中国植物蛋白饮料市场分析报告- 产业供需现状与发展动向研究

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《2021年中国植物蛋白饮料市场分析报告-产业供需现状与发展动向研究》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/shipin/555140555140.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、植物蛋白饮料概述

植物蛋白饮料是指以大豆、花生、杏仁、核桃仁、椰子等为原料，经加工、调配后，再经高压杀菌或无菌包装制得的乳状饮料。其不仅具有减轻肠胃、肝脏负担，提高生物利用度的功效，还参与了酶、激素、人体所需蛋白质的合成。根据加工原料的不同，植物蛋白饮料可分为豆乳饮料、椰子乳、杏仁乳、核桃乳四大类。

植物蛋白饮料分类资料来源：观研天下数据中心整理

根据观研报告网发布的《2021年中国植物蛋白饮料市场分析报告-产业供需现状与发展动向研究》显示。植物蛋白饮料的上游主要是原材料，包括大豆、椰子、杏仁、核桃、花生、南瓜子、食品添加剂、食糖等，中游为植物蛋白饮料加工厂商，下游主要是产品销售和消费者，其销售渠道包括商超、便利店、餐饮店、自动售货机等等。

植物蛋白饮料产业链 资料来源：观研天下数据中心整理

二、需求端—消费情况分析

据相关研究表明，随着一国人均GDP的增长，该国的消费结构与消费品类都会有相应的阶段性调整。我国在2011年人均GDP达到5000美元以上；2017年人均GDP更是达到了9000美元以上。居民收入水平提高为消费结构升级创造了购买力条件，目前，我国的居民消费升级也正式步入快车道。

2008-2020年中国人均GDP走势图（汇率：1美元=6.4433元）

数据来源：观研天下数据中心整理

人均GDP变化与消费升级关系示意图 资料来源：观研天下数据中心整理

在我国消费升级速度加快的背景下，人们对生活品质有了更高的追求，健康、营养、优质的食品消费观念逐步加强。越来越多的消费者在选择饮料时，除了注重美味的体验，还重视饮食所带来的营养健康功效。据抽样调查显示，消费者在购买饮料时，有57%的消费者会因为口味购买，52%的消费者会因为健康而选择购买商品。目前，口味和健康成为消费者购买饮料时的主要决策因素。

饮料消费者购买饮料决策因素情况图

数据来源：观研天下数据中心整理

近年来，随着失眠、肥胖问题日益普遍，消费者的健康意识逐渐增强，对于饮料的健康考量也愈发明显，消费观念也从“好喝”向“喝好”转变，消费者对饮料也有了更高的功效诉求。据抽样调查显示饮料消费者对饮料功效诉求中排名前三的分别是美白、助眠和减脂；未来消费者在购买饮料时，最希望且最想买的功效排名前三的依旧是美白、助眠和减脂。

饮料消费者对饮料功效诉求情况图

数据来源：观研天下数据中心整理

从消费者画像上来看，我国植物蛋白饮料消费者性别上女性占到75%，男性占25%；年

龄上，18-24岁、25-29岁以及30-34岁均为23%，为主力军；地域分布上，一线城市占比18%；二线城市占比为31%；三线城市为20%。

我国植物蛋白饮料消费者性别占比情况数据来源：观研天下数据中心整理

我国植物蛋白饮料消费者年龄占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

我国植物蛋白饮料消费者地域占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

综合来看，我国植物蛋白饮料消费者主要集中在高线城市的年轻女性，不难推出这群消费者主要是小青年、精致宝妈及新锐白领。这些消费人群所受教育和成长经历与老一辈的消费人群不同，他们更加注重品质、服务，追求个性化、多样化、高品质。精致宝妈们一方面会为了孩子们的健康成长而倾向购买高营养的饮品，另一方面也会因为自身生完孩子之后身材走样，寻求具有利于消化、含糖量低、助于减肥减脂的饮品。而高线城市小青年和新锐白领们是职场中主要的加班群体，长期的加班促使她们身体素质变差，因此这类人群十分乐意为了健康益处而购买饮料。

三、植物蛋白饮料的特点

饮料中的蛋白饮料品类天生具有营养优势，在加上年轻消费者久坐身材走形的痛点，健身减肥人群的壮大，植物蛋白产品更是在近年逐渐风靡。

与碳酸饮料、茶饮料和果汁饮料相比，植物蛋白饮料具有较高的营养价值，它不仅含有丰富的蛋白质，还含有多种维生素及钾、钙、镁等矿物质，适宜男女老少的营养补充需求。例如椰树椰汁中所含的植物蛋白就是一种具有高生物价值的优质植物蛋白。且有研究结果表明，椰肉蛋白含有丰富的水溶性维生素及其他脂溶性维生素，因此以新鲜椰子为原料制作的椰子乳也具有较高营养价值。

植物蛋白饮料中的含糖量较少，甚至很多植物蛋白饮料是没有糖分摄入的。长期饮用含糖量较多的饮料会容易引发“三高”疾病，严重威胁人们的身体健康。而植物蛋白饮料中富含营养价值较高的粗纤维，多饮用含粗纤维的饮料可以促进肠胃的消化，对于降低血糖和减肥减脂也有一定的作用。因此对工作压力大的年轻人来说，饮用植物蛋白饮料是十分有益的。

根据健康调查发现，摄入更多的蛋白与高大的身材之间确实有显著关系。且相较于与胆固醇水平的升高、肿瘤、冠状动脉心脏病的发病率有显著的关联关系的动物蛋白摄入相比，摄入亚油酸含量丰富的植物蛋白，不仅能有效地调控血液胆固醇水平，降低心脏病和各种癌症的发病率，还能预防肥胖，同时也能让人长到理想的身材极限。

四、植物蛋白饮料市场规模情况

观研报告网发布的资料显示，我国植物蛋白饮料行业市场规模早在2015年就超过1000亿元，2019年为1260亿元；2020年尽管疫情肆虐，但我国植物蛋白饮料行业市场规模还是有所增长，达到1320亿元，预测2021年我国植物蛋白饮料行业市场规模将达到1380亿元。

2015-2021年我国植物蛋白饮料市场规模统计情况数据来源：观研天下数据中心整理

从增长空间上来看，目前我国香港地区和台湾地区植物蛋白饮料人均年消费量分别为11.3kg和5.3kg，而我国大陆地区植物蛋白饮料的人均年消费量只有3.2kg，由此可见我国植物蛋白饮料人均消费量存在提升空间。

香港、台湾、及我国大陆地区植物蛋白饮料人均年消费量图

数据来源：观研天下数据中心整理（LQM）

从细分植物蛋白饮料行业市场占比来看，2020年我国植物蛋白饮料最大的细分市场为豆乳饮料，占比达22%；其次为椰子汁饮料，占比达14.2%；第三为核桃乳饮料，占比达9.5%。

2020年我国植物蛋白饮料细分市场占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

从细分植物蛋白饮料行业市场规模来看，2015年我国豆乳饮料、杏仁乳饮料、核桃乳饮料和椰子乳市场规模大约分别为163.72亿元、32.8亿元、100.6亿元和142.15亿元；2020年我国豆乳饮料、杏仁乳饮料、核桃乳饮料和椰子乳饮料市场规模分别为290.4亿元、40.92亿元、125.4亿元和187.44亿元。总体来看，豆乳饮料的一直占据整个植物蛋白饮料较大市场规模，且近其几年市场规模有所增长；另外近几年椰子乳饮料的市场规模扩大也取得不错的成绩，这主要得益于椰树牌椰汁多年来都被评作为“国宴饮料”，一时间椰子乳饮料也成为众多企业追捧的热产品，已然成为中国饮料行业发展的新亮点。

2015-2020年我国植物蛋白饮料行业细分市场统计情况

数据来源：观研天下数据中心整理（LQM）

观研报告网发布的《2021年中国植物蛋白饮料市场分析报告-产业供需现状与发展动向研究》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】第一章 2017-2021年中国植物蛋白饮料行业发展概述

第一节 植物蛋白饮料行业发展情况概述

- 一、植物蛋白饮料行业相关定义
- 二、植物蛋白饮料行业基本情况介绍
- 三、植物蛋白饮料行业发展特点分析
- 四、植物蛋白饮料行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、植物蛋白饮料行业需求主体分析

第二节 中国植物蛋白饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、植物蛋白饮料行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国植物蛋白饮料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国植物蛋白饮料行业生命周期分析

- 一、植物蛋白饮料行业生命周期理论概述
- 二、植物蛋白饮料行业所属的生命周期分析

第四节 植物蛋白饮料行业经济指标分析

- 一、植物蛋白饮料行业的赢利性分析
- 二、植物蛋白饮料行业的经济周期分析
- 三、植物蛋白饮料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国植物蛋白饮料行业进入壁垒分析

- 一、植物蛋白饮料行业资金壁垒分析
- 二、植物蛋白饮料行业技术壁垒分析
- 三、植物蛋白饮料行业人才壁垒分析

四、植物蛋白饮料行业品牌壁垒分析

五、植物蛋白饮料行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球植物蛋白饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球植物蛋白饮料行业发展历程回顾

第二节 全球植物蛋白饮料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲植物蛋白饮料行业地区市场分析

一、亚洲植物蛋白饮料行业市场现状分析

二、亚洲植物蛋白饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲植物蛋白饮料行业市场前景分析

第四节 北美植物蛋白饮料行业地区市场分析

一、北美植物蛋白饮料行业市场现状分析

二、北美植物蛋白饮料行业市场规模与市场需求分析

三、北美植物蛋白饮料行业市场前景分析

第五节 欧洲植物蛋白饮料行业地区市场分析

一、欧洲植物蛋白饮料行业市场现状分析

二、欧洲植物蛋白饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲植物蛋白饮料行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界植物蛋白饮料行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球植物蛋白饮料行业市场规模预测

第三章 中国植物蛋白饮料产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国植物蛋白饮料行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国植物蛋白饮料产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国植物蛋白饮料行业运行情况

第一节 中国植物蛋白饮料行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国植物蛋白饮料行业市场规模分析

第三节 中国植物蛋白饮料行业供应情况分析

第四节 中国植物蛋白饮料行业需求情况分析

第五节 我国植物蛋白饮料行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国植物蛋白饮料行业供需平衡分析

第七节 中国植物蛋白饮料行业发展趋势分析

第五章 中国植物蛋白饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国植物蛋白饮料所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国植物蛋白饮料所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国植物蛋白饮料所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国植物蛋白饮料市场格局分析

第一节 中国植物蛋白饮料行业竞争现状分析

- 一、中国植物蛋白饮料行业竞争情况分析
- 二、中国植物蛋白饮料行业主要品牌分析

第二节 中国植物蛋白饮料行业集中度分析

- 一、中国植物蛋白饮料行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国植物蛋白饮料行业市场集中度分析

第三节 中国植物蛋白饮料行业存在的问题

第四节 中国植物蛋白饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国植物蛋白饮料行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国植物蛋白饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国植物蛋白饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国植物蛋白饮料行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 植物蛋白饮料行业成本结构分析

第四节 植物蛋白饮料行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国植物蛋白饮料行业价格现状分析

第六节 中国植物蛋白饮料行业平均价格走势预测

- 一、中国植物蛋白饮料行业价格影响因素
- 二、中国植物蛋白饮料行业平均价格走势预测
- 三、中国植物蛋白饮料行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国植物蛋白饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国植物蛋白饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区植物蛋白饮料市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区植物蛋白饮料市场规模分析
- 四、华东地区植物蛋白饮料市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区植物蛋白饮料市场规模分析
- 四、华中地区植物蛋白饮料市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区植物蛋白饮料市场规模分析
- 四、华南地区植物蛋白饮料市场规模预测

第九章 2017-2021年中国植物蛋白饮料行业竞争情况

第一节 中国植物蛋白饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国植物蛋白饮料行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国植物蛋白饮料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 植物蛋白饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国植物蛋白饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国植物蛋白饮料行业未来发展前景分析

- 一、植物蛋白饮料行业国内投资环境分析
- 二、中国植物蛋白饮料行业市场机会分析
- 三、中国植物蛋白饮料行业投资增速预测

第二节 中国植物蛋白饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国植物蛋白饮料行业市场发展预测

- 一、中国植物蛋白饮料行业市场规模预测
- 二、中国植物蛋白饮料行业市场规模增速预测
- 三、中国植物蛋白饮料行业产值规模预测
- 四、中国植物蛋白饮料行业产值增速预测
- 五、中国植物蛋白饮料行业供需情况预测

第四节 中国植物蛋白饮料行业盈利走势预测

- 一、中国植物蛋白饮料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国植物蛋白饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国植物蛋白饮料行业投资风险与营销分析

第一节 植物蛋白饮料行业投资风险分析

- 一、植物蛋白饮料行业政策风险分析
- 二、植物蛋白饮料行业技术风险分析
- 三、植物蛋白饮料行业竞争风险分析
- 四、植物蛋白饮料行业其他风险分析

第二节 植物蛋白饮料行业应对策略

- 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

第十三章 2021-2026年中国植物蛋白饮料行业发展战略及规划建议

第一节 中国植物蛋白饮料行业品牌战略分析

- 一、植物蛋白饮料企业品牌的重要性
- 二、植物蛋白饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、植物蛋白饮料企业品牌的现状分析
- 四、植物蛋白饮料企业的品牌战略
- 五、植物蛋白饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国植物蛋白饮料行业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、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国植物蛋白饮料行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国植物蛋白饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国植物蛋白饮料行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国植物蛋白饮料行业营销渠道策略

- 一、植物蛋白饮料行业渠道选择策略
- 二、植物蛋白饮料行业营销策略

第三节 中国植物蛋白饮料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国植物蛋白饮料行业重点投资区域分析
- 二、中国植物蛋白饮料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/555140555140.html>