|  |
| --- |
| [2025-2031年中国豆奶粉市场深度调研与发展趋势](https://www.20087.com/9/35/DouNaiFenDeFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025-2031年中国豆奶粉市场深度调研与发展趋势](https://www.20087.com/9/35/DouNaiFenDeFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 2550359　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/9/35/DouNaiFenDeFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　豆奶粉是植物蛋白饮料市场的主力军，正随着消费者对健康和可持续饮食的追求而迅速增长。目前，豆奶粉正从传统的豆浆粉向更健康、更多元化的产品线发展，如添加膳食纤维、维生素和益生菌，以满足不同人群的营养需求。同时，随着植物基食品的兴起，豆奶粉的配方和口味正不断丰富，包括冷萃、即饮和功能性豆奶产品，以迎合年轻一代的消费趋势。  
　　未来，豆奶粉将更加注重创新性和营养价值。一方面，通过基因改良和发酵技术，豆奶粉将提供更优质的植物蛋白来源，如高蛋白大豆和豌豆蛋白，提高产品的营养价值和消化吸收率。另一方面，结合健康饮食趋势，豆奶粉将开发更多低糖、无糖和低过敏原的配方，满足糖尿病患者和过敏体质人群的特殊需求。  
　　《[2025-2031年中国豆奶粉市场深度调研与发展趋势](https://www.20087.com/9/35/DouNaiFenDeFaZhanQuShi.html)》依托权威机构及行业协会数据，结合豆奶粉行业的宏观环境与微观实践，从豆奶粉市场规模、市场需求、技术现状及产业链结构等多维度进行了系统调研与分析。报告通过严谨的研究方法与翔实的数据支持，辅以直观图表，全面剖析了豆奶粉行业发展趋势、重点企业表现及市场竞争格局，并通过SWOT分析揭示了行业机遇与潜在风险，为豆奶粉企业、投资机构及政府部门提供了科学的发展战略与投资策略建议，是洞悉行业趋势、规避经营风险、优化决策的重要参考工具。  
  
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着的保健功能  
　　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 中国大豆人均占有量情况  
　　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  
　　　　豆奶业经过20多年的发展，目前全国涉足豆奶粉生产的企业达100多家，年生产能力在55万吨左右。其中，维他奶、维维、杨协成以及黑牛等品牌的市场迅速扩容，占领较大市场份额。但相对牛奶而言，豆奶大多属于区域性品牌。如液体豆奶，目前中国即饮豆奶第一品牌维他奶，其市场则主要集中于珠三角、长三角。  
　　　　2019年，我国豆奶粉行业产量约47.4万吨，同比的42.8万吨增长了10.75%，近几年我国豆奶粉行业产量情况如下图所示：  
　　　　2025-2031年中国豆奶粉行业产量情况  
　　　　2019年我国豆奶粉行业消费量约44.9万吨，销售市场规模约75.4亿元，近几年我国豆奶粉行业消费情况如下所示：  
　　　　2025-2031年中国豆奶粉行业消费量情况  
　　　　2025-2031年中国豆奶粉行业市场规模情况  
　　　　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 2025-2031年中国固体饮料及豆奶粉制造业全行业发展分析  
　　第六节 2025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  
　　我国豆奶粉企业以直销或短渠道为主，渠道结构相对较短，因此大部分企业的渠道结构相对比较简单，企业对整个渠道的控制能力较强，同时具有明确的渠道战略。而外资品牌进入我国则大多采用代理渠道，覆盖面广泛，但渠道控制力相对弱一些。  
　　我国豆奶粉行业市场渠道形式  
　　企业类型  
　　主要渠道  
　　国内企业  
　　直销模式，直销一般公司会在全国各省、自治区和重点城市设立办事处或销售代表，直接面向各地销售。  
　　外资企业  
　　代理模式，在国内集合下游各经销商的诸多产品后，向大客户统一供应。  
　　第二节 豆奶粉销售渠道组织及其特征  
　　我国的豆奶粉生产产品销售受到多种因素的影响，不同品种，不同档次的豆奶粉生产产品价格也会不同，面对的客户群体也有所差别，因此各生产企业在渠道的选择上应根据所生产产品的类别和档次进行有的放矢，综合运用。  
　　中国豆奶粉生产行业销售渠道影响因素对比  
　　在这些因素中，商品因素和企业自身条件因素对我国豆奶粉生产行业销售渠道影响最大。我国的豆奶粉生产行业虽然发展迅速，但相关技术与国外发达国家仍存在较大差距，同时受到豆奶粉生产行业的质量、价格等因素影响，对豆奶粉生产行业的销售渠道选择影响较大;同时，豆奶粉生产行业生产企业受到自身规模和技术等自身条件因素的影响，生产成本与质量直接关系并不明显，而技术则是相关企业提高豆奶粉生产效率的核心，因此技术直接导致了豆奶粉生产行业企业需要选取不同的渠道。  
　　豆奶粉生产行业的渠道之间存在不同的特点，对比选择适合自身的渠道，或者多渠道共同发展已经成为豆奶粉生产行业销售的新特点。  
　　豆奶粉生产行业销售渠道要素对比  
　　渠道种类  
　　渠道销售介绍  
　　销售比重  
　　中间商销售  
　　OEM  
　　多个，多级；国内，国外客户  
　　销售份额占比较大  
　　可节省产品设计费、销售渠道等成本费  
　　厂家直销  
　　订单直销  
　　有一定的大客户  
　　销售份额占比较大  
　　业务、销量稳定  
　　第三节 豆奶粉产品零售商分析  
　　豆奶粉零售业态分为九种，其中百货店、便利店、超市、大型综合超市、仓储式会员式商店、专业店、专卖店和购物中心是我国豆奶粉传统零售渠道。随着互联网的不断发展，电商渠道逐渐成为豆奶粉产品的重要销售渠道之一。  
　　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 豆奶粉产业竟争环境研究  
　　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  
　　　　二、不同年龄消费者豆奶粉食用频率  
　　　　三、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 中智.林.－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  
略……

了解《[2025-2031年中国豆奶粉市场深度调研与发展趋势](https://www.20087.com/9/35/DouNaiFenDeFaZhanQuShi.html)》，报告编号：2550359，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/9/35/DouNaiFenDeFaZhanQuShi.html>

热点：豆奶粉品牌排行榜、豆奶粉喝多了会有害处吗、豆奶粉推荐、豆奶粉怎么冲才没有疙瘩、什么是豆奶粉、豆奶粉的营养与功效、营养豆奶粉、豆奶粉和豆浆粉有什么区别?、豆奶粉结块还能喝吗

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！