

内容目录

第一章 前言 3

第二章 2023-2028 年大豆蛋白市场前景及趋势预测 4

 第一节 大豆蛋白行业监管情况及主要政策法规 4

 一、主管部门及监管体制 4

 二、行业主要法律法规 5

 三、行业主要政策 6

 第二节 我国大豆蛋白行业主要发展特征 7

 一、植物蛋白及大豆蛋白概况 7

 （1）植物蛋白 7

 （2）大豆蛋白 8

 （3）大豆膳食纤维 9

 二、进入行业的主要壁垒 10

 （1）资质和体系认证壁垒 10

 （2）工艺和技术壁垒 11

 （3）品牌和客户壁垒 11

 （4）资金和规模壁垒 11

 三、行业的经营模式 12

 四、行业周期性、季节性和区域性特征 12

 （1）周期性 12

 （2）季节性 12

 （3）区域性 12

 五、与上游行业的关系 12

 六、与下游行业的关系 13

 第三节 2022-2023 年大豆蛋白行业发展情况分析 13

 一、行业发展现状 13

 （1）大豆蛋白在植物蛋白质中占据主导地位，全球供需处于紧平衡状态 13

 （2）政策助力我国大豆蛋白产业迅速崛起，我国非转基因大豆蛋白广受全球欢迎 14

 （3）国外大豆蛋白使用领域成熟，全球大豆蛋白需求刚性增长 14

(4) 我国大豆食用历史悠久，大豆蛋白应用领域广，增长潜力巨大	15
二、行业技术水平及主流技术路线	15
三、行业技术发展趋势	16
(1) 生产工艺水平逐步提升	16
(2) 产品应用方案解决能力持续提高	16
(3) 设备自动化程度不断提高	16
四、行业利润水平的变动趋势及变动原因	16
(1) 主要原材料价格变化	17
(2) 产品下游应用	17
第四节 2022-2023 年我国大豆蛋白行业竞争格局分析	17
一、行业竞争格局	17
二、国外主要企业	18

大豆蛋白企业新媒体营销策略研究报告

三、国内主要企业	18
四、主要企业规模情况	19
第五节 企业案例分析：嘉华股份	20
一、公司竞争地位及市场份额情况	20
二、公司的竞争优势	21
三、公司的竞争劣势	22
第六节 2023-2028 年我国大豆蛋白行业发展前景及趋势预测.....	22
一、行业下游需求及市场规模	23
（1）肉制品及仿肉制品	23
（2）休闲食品及素食食品	24
（3）营养保健制品	25
（4）含乳饮料和植物蛋白饮料	25
二、行业发展趋势	26
（1）产品应用边界不断扩展，由以肉制品应用为主逐渐转向多种制品应用	26
（2）发达国家增长相对平稳，发展中国家成为主要增长动力	26
（3）行业整合加速，龙头地位更加突出	26
第七节 2023-2028 年我国大豆蛋白行业面临的机遇与挑战.....	27
一、行业面临的机遇与挑战	27
（1）国家政策及法规扶持，构筑大豆蛋白行业发展环境保障	27
（2）庞大的人口基数、居民不断提升的消费能力和对健康营养的日益重视，形成行业发展的长期支撑	28
（3）技术水平的提升促进产品应用范围不断扩展，形成行业发展内在驱动	28
（4）国产非转基因大豆资源优势，形成我国大豆蛋白行业发展的特有保障	28
二、行业面临的挑战	28
（1）产品同质化竞争，影响行业整体利润水平提升	29
（2）整体研发及技术能力不强，行业研发能力有待进一步提高	29
第三章 大豆蛋白企业营销如何借势新媒体？	29
第一节 借势新媒体做营销成发展趋势	29
第二节 企业营销如何借势新媒体？	30
第三节 企业做新媒体平台营销有哪些好处？	31
第四节 企业新媒体营销的特点	32
第四章 大豆蛋白企业新媒体营销策略	32
第一节 新媒体平台的传播特征	33

第二节 现阶段企业的营销困境33

第三节 基于新媒体平台的企业营销策略34

 一、细分市场，明确定位34

 二、收集数据，深度分析35

 三、利用微博开展营销，加强互动35

 四、利用微信开展营销，拓展功能36

 五、组建队伍，保证实力37

第四节 企业利用新媒体推广策略38

 一、运用新媒体来帮助店面做推广38

 二、利用线上做营销推广，提升品牌知名度38

 三、创意智能定向精准，新客获取不是难事39

大豆蛋白企业新媒体营销策略研究报告

第五节 企业微信运营策略	40
第五章 大豆蛋白企业《新媒体营销策略》制定手册	41
第一节 动员与组织	42
一、动员	42
二、组织	42
第二节 学习与研究	43
一、学习方案	43
二、研究方案	44
第三节 制定前准备	44
一、制定原则	44
二、注意事项	46
三、有效战略的关键点	46
第四节 战略组成与制定流程	49
一、战略结构组成	49
二、战略制定流程	49
第五节 具体方案制定	50
一、具体方案制定	51
二、配套方案制定	53
第六章 大豆蛋白企业《新媒体营销策略》实施手册	53
第一节 培训与实施准备	53
第二节 试运行与正式实施	54
一、试运行与正式实施	54
二、实施方案	54
第三节 构建执行与推进体系	55
第四节 增强实施保障能力	56
第五节 动态管理与完善	57
第六节 战略评估、考核与审计	57
第七章 总结：商业自是有胜算	58

第一章 前言

社交媒体对于企业的发展也是一个重要助力

近年来，以微博、小红书、抖音、快手为代表的新媒体快速发展，企业也逐步利用了这一波新社交媒体的发展红利进行推广和营销，同时可以迅速做产品打爆和宣传，这对企业和行业的发展来说也是一个重要的助力。

那么，企业营销如何借势新媒体？企业新媒体营销策略都有哪些？

下面，我们先从大豆蛋白行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年大豆蛋白市场前景及趋势预测

第一节 大豆蛋白行业监管情况及主要政策法规

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），大豆蛋白所属行业为“C 制造业”门类下“C1313 农副食品加工业”子类；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），大豆蛋白所属行业为“C13 农副食品加工业”大类下“C1392 豆制品制造”子类目。

一、主管部门及监管体制

我国大豆蛋白行业遵循市场化发展模式，各企业面向市场独立自主经营，政府主管部门进行宏观调控和监管，行业协会进行自律规范。

（1）行业主管部门及监管

我国大豆蛋白生产行业实行多部门共同监管模式，主要监管部门包括工业和信息化部、国家市场监管总局（涵盖原国家药品食品监督管理局及原国家质量监督检验检疫总局）、国家卫生健康委员会等。其中，工业和信息化部为宏观管理部门，主要负责产业政策制定、标准起草与研究等工作，并推动食品工业企业生产者诚信体系建设，引导行业规范发展；国家市场监管总局负责食品安全监督管理工作，组织实施食品生产、流通、消费全过程的监督检查，推动建立食品生产经营者落实主体责任，健全食品安全追溯体系，并统一管理计量、标准化、检验检测和认证认可工作等。国家食品卫生健康委员会负责组织拟订食品安全国家标准，开展食品安全风险监测、评估和交流，承担新食品原料、食品添加剂新品种、食品相关产品新品种的安全性审查。

（2）行业自律组织

中国食品工业协会下属的豆制品专业委员会是豆制品行业的自律性组织，豆制品专业委员会在政府主管部门的指导下开展工作，其主要职能是引导豆制品企业贯彻国家有关部门豆制品行业的方针政策，参与制订行业法规和标准，加强行业管理。

中国食品土畜进出口商会为大豆蛋白行业进出口经营活动的自律性组织，主要负责对粮油、食品、土产、畜产行业的贸易、服务及相关活动进行协调和规范，开展咨询、服务，保护公平竞争，

维护国家、行业和会员的合法权益，维护正常的贸易、服务及相关活动经营秩序，推动会员企业承担社会责任，促进我国粮油、食品、土产、畜产行业的健康发展。

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

大豆蛋白企业新媒体营销策略研究报告

二、行业主要法律法规

目前，我国大豆蛋白行业主要涉及的法律、法规及规范性文件如下：

序号	名称	发布单位	发布时间	内容概要
1	《食品生产许可管理办法》	国家市场监督管理总局	2020 年	规范食品、食品添加剂生产许可活动，加强食品生产监督管理，保障食品安全
2	《中华人民共和国食品安全法实施条例》	国务院	2019 年修订	对食品安全法的实施做了补充、细化和解释，指出“食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，建立健全食品安全管理制度，采取有效措施预防和控制食品安全风险，保证食品安全”

序号	名称	发布单位	发布时间	内容概要
3	《中华人民共和国食品安全法》	全国人大常委会	2018 年修订	对食品安全风险监测和评估、食品安全标准、食品生产经营、食品检验、食品安全事故处置和食品监督管理等方面作出了规定
4	《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》	国家食品药品监督管理总局	2017 年	食品生产经营企业通过建立食品安全追溯体系，客观、有效、真实地记录和保存食品质量安全信息，实现食品质量安全顺向可追踪、逆向可溯源、风险可管控，发生质量安全问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究
5	《关于贯彻实施<食品生产许可管理办法>有关问题的通知》	国家食品药品监督管理总局	2017 年	强化食品生产许可工作指导，统一工作规范，解决各地在实施《食品生产许可管理办法》过程中有政策把握不准、工作标准不统一的问题
6	《食品生产许可审查通则》	国家食品药品监督管理总局	2016 年	严格划分了许可审查的方式，优化了现场核查要求，完善了许可审查机制，提出了行政许可方便服务机制
7	《食品安全国家标准-食品加工用植物蛋白》（GB 20371-2016）	原国家卫生和计划生育委员会	2016 年	对食品加工用植物蛋白定义及技术要求进行了明确规定

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

大豆蛋白企业新媒体营销策略研究报告

8	《食品经营许可管理办法》	国家食品药品监督管理总局	2015 年	规范食品经营许可活动，加强食品经营监督管理，对食品经营许可的申请、受理、审查、决定及其监督检查进行了规定
9	《食品召回管理办法》（第 12 版）	国家食品药品监督管理总局	2015 年	强化食品安全风险防控，强化企业主体责任落实，规范食品生产经营者召回时限
10	《关于严厉打击食品非法添加行为切实加强食品添加剂监管的通知》	国务院	2011 年	严厉打击食品非法添加行为，进一步加强食品添加剂监管，严格监管食品添加剂的生产销售，加强食品添加剂使用监管和完善食品添加剂标准
11	《中华人民共和国农产品质量安全法》	全国人大常委会	2006 年	规定了农产品安全的标准、责任、事故处理等，从源头上保障农产品质量安全

三、行业主要政策

（1）《“健康中国 2030”规划纲要》

中共中央、国务院于 2016 年 10 月印发并实施《“健康中国 2030”规划纲要》，旨在推进健康中国建设，提高人民健康水平。《规划纲要》提出制定实施国民营养计划，深入开展食物（农产品、食品）营养功能评价研究，全面普及膳食营养知识，发布适合不同人群特点的膳食指南，引导居民形成科学的膳食习惯，推进健康饮食文化建设。

（2）《全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划（2016-2020）》

2016 年 11 月，农业部下发《全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划（2016-2020）》，提出要牢固树立节约集约循环利用的资源观，通过绿色加工、综合利用，实现节能降耗、环境友好，形成“资源-加工-产品-资源”模式，发展营养安全、绿色生态、美味健康、方便实惠的食品产业，并提出进一步优化农产品加工业产业布局，提高产业集聚程度，增强农产品加工业科技创新能力。《规划》指出，到 2020 年，力争规模以上农产品加工业主营业务收入达到 26 万亿元，年均增长 6%左右，农产品加工业与农业总产值比达到 2.4:1。

（3）《粮食行业“十三五”发展规划纲要》

2016 年 11 月，国家粮食局发布《粮食行业“十三五”发展规划纲要》，其中指出要充分利用信息技术、生物技术、新材料技术等促进粮食产业技术升级，推动粮食产业经济发展，培育粮食产业发展新业态，大力发展技术含量高、产业关联度高、产品附加值高的产品，并明确要充分发挥国内非转基因大豆资源优势，大力发展功能性大豆蛋白、大豆膳食纤维等高附加值产品。

（4）《促进食品工业健康发展的指导意见》

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

大豆蛋白企业新媒体营销策略研究报告

2017 年 1 月，国家发改委和工信部联合发布《促进食品工业健康发展的指导意见》，提出加快食品行业发展，推动食品工业转型升级，满足城乡居民安全、多样、健康、营养、方便的食品消费需求，到 2020 年，食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。

（5）《“十三五”国家食品安全规划》

为了加强食品安全工作，确保人民群众“舌尖上的安全”，国务院 2017 年 2 月印发了《“十三五”国家食品安全规划》，明确了我国“十三五”时期食品安全工作的指导思想、基本原则、发展目标，同时提出了包括全面落实企业主体责任、加快食品安全标准与国际接轨、完善法律法规制度、严格源头治理、严格过程监管、强化抽样检验、严厉处罚违法违规行为、提升技术支撑能力、加快建立职业化检查员队伍、加快形成社会共治格局、深入开展国家食品安全示范城市创建和农产品质量安全县创建行动等 11 项主要任务。

（6）《国民营养计划（2017-2030 年）》

为贯彻落实《“健康中国 2030”规划纲要》，提高国民营养健康水平制定，国务院办公厅于 2017 年 6 月印发并实施《国民营养计划（2017-2030 年）》。《计划》提出到 2020 年，营养法规标准体系基本完善；营养工作制度基本健全，省、市、县营养工作体系逐步完善，基层营养工作得到加强；食物营养健康产业快速发展，传统食养服务日益丰富；营养健康信息化水平逐步提升；重点人群营养不良状况明显改善，吃动平衡的健康生活方式进一步普及，居民营养健康素养得到明显提高。

（7）《大豆振兴计划实施方案》

为实施好新形势下国家粮食安全战略，积极应对复杂国际贸易环境，促进我国大豆生产恢复发展，提升国产大豆自给水平，农业农村部决定从 2019 年起实施《大豆振兴计划实施方案》。《振兴计划》提出要立足我国资源禀赋和生产实际，充分发挥国产优质高蛋白大豆优势，保持国产大豆一定的自给水平，推动形成进口大豆与国产大豆错位竞争、相互补充的格局，力争到 2020 年全国大豆种植面积达到 1.4 亿亩，全国大豆平均亩产达到 135 公斤。

第二节 我国大豆蛋白行业主要发展特征

一、植物蛋白及大豆蛋白概况

（1）植物蛋白

蛋白质是生命和机体的重要物质基础，由氨基酸组成。人体的蛋白质由 20 种氨基酸组成，其中有 12 种人体可以通过自身生化反应合成，称为非必需氨基酸，剩余 8 种氨基酸人体不能合成，

让每个人都能成为

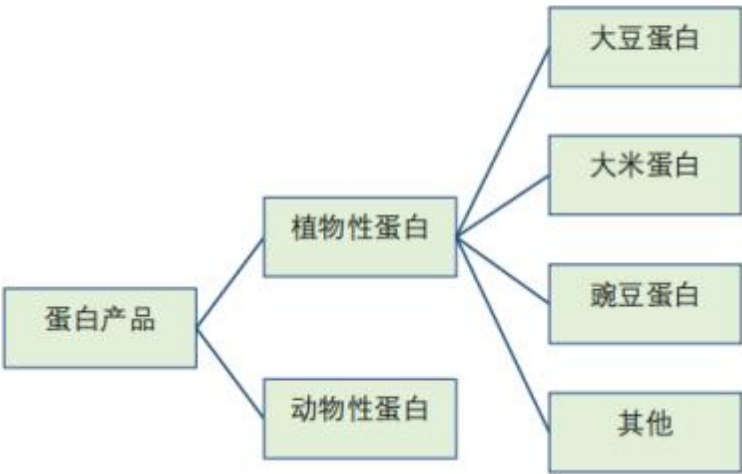
行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

必须依靠食物提供，称为必需氨基酸。

根据来源不同，蛋白质可分为动物性蛋白和植物性蛋白。其中，动物性蛋白质主要来源于禽、畜及鱼类等的肉、蛋、奶，动物蛋白以酪蛋白为主，其氨基酸模式与人体蛋白质氨基酸模式较接近，必需氨基酸在人体内利用率较高，一般为优质蛋白质，营养价值较高，但摄入大量动物蛋白的同时，会导致动物油脂和胆固醇摄入较高，诱发肥胖症、心血管病、高胆固醇症等疾病。

植物性蛋白质则主要来源于米、面和豆类产品，相对于动物性蛋白质，植物性蛋白具有更低的胆固醇、动物激素和饱和脂肪酸，更适合肝脏疾病患者，也有利于预防心血管疾病的发生。植物性蛋白分为两类，一类为完全蛋白质，另一类为不完全蛋白质，其中大部分植物蛋白为不完全蛋白质，如米面类植物蛋白中因缺少赖氨酸（一种必要氨基酸），其蛋白质被人体吸收和利用的程度相对较差，为不完全蛋白质。而大豆蛋白为完全蛋白质，是众多植物蛋白中的蛋白质明星，其既具有动物蛋白质中氨基酸利用率较高的优点，又能规避油脂和胆固醇较高的危害，是理想的动物蛋白替代品和互补品。

图：蛋白产品分类



(2) 大豆蛋白

大豆被称为“绿色牛奶”，其具有丰富的营养价值：大豆及其制品中蛋白含量很高，居于植物蛋白之首，且蛋白种类丰富，有 2S 球蛋白、7S 球蛋白、11S 球蛋白和 15S 球蛋白四种球蛋白及人体必需的 8 种必需氨基酸，此外还含有婴儿必需的氨基酸组氨酸；大豆中的脂肪以不饱和脂肪酸为主，是优质的食用油，含有亚麻酸、亚油酸、DHA 等，具有防止动脉硬化和降低胆固醇的作用；大豆中的低聚糖和膳食纤维能够调节肠道菌群平衡，通过改善肠道蠕动，减少消化残渣通过大肠的时间，改善肠道功能，具有预防结肠癌和肥胖病等功效。国务院办公厅发布的《中国食物与营养发展纲要（2014-2020 年）》提倡以现代营养理念引导食物合理消费，到 2020 年全国人均消费豆类 13 千克。我国为大豆原产地，大豆食品加工历史悠久，随着居民健康意识的不断提高和饮食习惯的改

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/247015000135010015>