

2026-2031年中国人造肉市场深度分析及投资前景咨询报告

报告简介

关于人造植物性肉已经拥有悠久的历史，传统的植物性肉类替代品仅仅是基于豆制品的一种沿伸，虽然其具有肉品相似的营养，但其尚未具备肉的口感、色泽及风味等特性。因而国内外大多数公司致力于开发类似肉的植物性产品(植物肉)，目前已经有较多企业掌握一定技术并将其制作出一定的产品。总的来说，大多数企业仍然以大豆蛋白作为底料，极少数企业如美国的Beyond Meat和法国的Toreos采用了豆类蛋白分离物作为底料。此外可以发现几乎每个产品都添加了类似椰子油、葵花籽油、玉米油等植物油来改善风味。有些企业还提取了植物中的血红素来模拟肉中鲜腥和焦糖化的香气，并为成品带来类肉的色泽。魔芋胶、黄原胶、阿拉伯树胶等被用于粘合各种物料，使其紧凑有弹性。总而言之，不同的公司所关注的配方并不相同，但诸多植物性物料的组合均是为了更好的将植物性肉模拟得类似于动物肉，让消费者易于接受。

2019年11月18日，中国第一块人造培养肉在南京冬夜在南京农业大学国家肉品质量安全控制工程技术研究中心，周光宏教授带领团队使用第六代的猪肌肉干细胞培养20天得到了中国的第一块人造培育肉，一块由动物肌细胞培育而成的5克人造肉。

中国农学会组织专家对该成果进行了技术评价，认为它实现了三个突破：一是首次分离得到了高纯度的猪肌肉干细胞和牛肌肉干细胞，突破了培养肉研究难以获得高纯度单一细胞群的瓶颈；二是创立了猪和牛肌肉干细胞体外培养干性维持方法，初步解决了传代过程中细胞增殖和分化能力衰减的难题；三是研发出我国第一块肌肉干细胞培养肉产品，使我国跻身该领域研究的国际前列。

人造培养肉主要依托于生物科技技术，生产地是实验室。相比于传统肉食，这样一块人造培养肉的诞生，是我们未来时代在肉食上的真实需求。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、

全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外人造肉行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对人造肉下游行业的发展进行了探讨，是人造肉及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握人造肉行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 人造肉行业的概况 1

第一节 人造肉行业定义及分类 1

一、人造肉的定义 1

二、人造肉的主要分类 1

第二节 人造肉行业现状分析 2

一、人造肉行业在食品行业中的地位 2

二、人造肉的行业生命周期分析 3

三、国内消费者行为分析 4

第二章 人造肉行业发展环境 6

第一节 经济环境 6

一、国内经济运行现状 6

二、国内经济趋势判断 11

三、经济环境对行业的影响分析 12

第二节 社会环境 12

一、人口环境分析 12

二、文化环境分析 13

三、生态环境分析 14

四、中国城镇化率 14

第三节 政策监管环境 15

一、管理体制 15

二、主要政策法规 16

三、政策法规影响 17

第四节 技术环境 17

一、我国人造肉技术进展分析 17

二、技术现状及特点 20

三、人造肉技术的未来发展趋势 24

第三章 人造肉行业上下游产业链发展及影响分析 26

第一节 产业链介绍 26

一、人造肉行业产业链构成 26

二、人造肉行业价值链分析 26

第二节 人造肉原材料产业现状分析 28

一、人造肉原材料产业供应现状 28

二、人造肉原材料行业供应趋势 29

三、人造肉原材料产业发展趋势及对行业的影响 29

第三节 人造肉下游产业现状分析 30

一、人造肉下游产业需求情况 30

二、人造肉下游需求变化趋势 30

三、人造肉下游发展对行业的影响 30

第四章 全球人造肉产业发展对比及经验借鉴 31

第一节 全球人造肉产业的发展 31

一、全球人造肉产业发展综述 31

二、全球人造肉产业竞争格局 31

三、主要国家地区人造肉产业发展分析 32

第二节 全球人造肉产业发展趋势及前景分析 33

一、全球人造肉技术发展及趋势分析 33

二、全球人造肉产业发展趋势分析 36

三、全球人造肉产业发展潜力分析 37

第五章 中国人造肉行业运行分析 38

第一节 中国人造肉行业发展状况分析 38

一、中国人造肉行业发展阶段 38

二、中国人造肉行业发展特点分析 39

三、中国人造肉行业商业模式分析 40

四、中国人造肉行业市场规模 46

五、人造肉行业成本结构分析 47

第二节 人造肉细分市场分析 47

一、人造肉细分市场产品分析 47

二、细分市场供需分析 49

三、细分市场成长空间 50

第三节 人造肉行业市场产品价格分析 51

一、市场产品价格分析 51

二、市场产品价格发展预测 51

第六章 中国人造肉行业经济运行指标分析 53

第一节 中国人造肉行业总体规模分析 53

一、人造肉生产企业数量结构分析 53

二、人造肉行业供给规模以及预测 53

第二节 中国人造肉行业产销分析 53

一、行业产品情况总体分析 53

二、行业产品销售收入总体分析 54

第三节 中国人造肉行业财务指标总体分析 54

一、行业盈利能力分析 54

二、行业偿债能力分析 54

三、行业营运能力分析 55

四、行业发展能力分析 56

第七章 中国人造肉市场需求分析及预测 57

第一节 人造肉市场需求分析 57

一、人造肉消费市场需求及预测 57

二、人造肉消费者消费动机 57

三、人造肉市场潜在市场需求 58

第二节 人造肉消费者特征 58

一、地区结构 58

二、年龄结构 58

三、消费水平 59

第八章 人造肉市场竞争格局分析 60

第一节 人造肉行业竞争结构分析 60

一、人造肉企业间竞争现状 60

二、人造肉潜在进入者分析 61

三、人造肉替代品威胁分析 62

四、人造肉市场定价能力 63

第二节 人造肉行业市场集中度分析 63

一、市场集中度分析 63

二、企业集中度分析 64

三、区域集中度分析 64

第三节 人造肉行业国际竞争力比较 64

一、生产条件 64

二、市场需求 64

三、产业政策支持 64

四、企业竞争状态 65

五、产品优势 65

第九章 国内外人造肉行业重点领先企业经营状况及前景规划分析 66

第一节 beyondmeat 66

一、企业概况 66

二、企业经营情况 68

三、企业人造肉战略规划 68

四、企业总体战略发展规划 69

第二节 impossiblefoods 69

一、企业概况 69

二、企业经营情况 70

三、企业人造肉战略规划 71

四、企业总体战略发展规划 71

第三节 金字火腿股份有限公司 71

一、企业概况 71

二、企业经营情况 72

三、企业人造肉战略规划 73

四、企业总体战略发展规划 74

第四节 深圳齐善食品有限公司 74

一、企业概况 74

二、企业经营情况 75

三、企业人造肉战略规划 75

四、企业总体战略发展规划 75

第五节 烟台双塔食品股份有限公司 76

一、企业概况 76

二、企业经营情况 76

三、企业人造肉战略规划 77

四、企业总体战略发展规划 77

第十章 2026-2031年人造肉行业发展趋势及影响因素 79

第一节 2026-2031年人造肉行业市场前景分析 79

一、人造肉消费市场增长趋势 79

二、人造肉行业发展前景分析 79

三、中国人造肉发展方向分析 80

第二节 影响企业经营的关键趋势 81

一、市场整合成长趋势 81

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 81

三、企业区域市场拓展的趋势 82

四、人造肉行业进入壁垒分析 82

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 82

六、中国人造肉行业swot分析 83

1、优势分析 83

2、劣势分析 85

3、机会分析 85

4、风险分析 86

第十一章 人造肉行业投资方向与风险分析 88

第一节 人造肉行业投资回报分析 88

第二节 人造肉行业投资潜力与机会 89

第三节 人造肉行业新进入者应注意的障碍因素 90

第四节 中国人造肉行业投资风险分析 90

一、市场竞争风险 90

二、上游压力风险分析 91

三、技术风险分析 92

四、政策和体制风险 93

五、人造肉市场潜在的威胁 94

第十二章 2026-2031年人造肉行业发展环境与渠道分析 95

第一节 相关产业经济发展背景分析 95

一、肉制品市场发展数据分析 95

二、居民消费能力分析 95

第二节 人造肉企业销售渠道模式 96

一、人造肉市场营销模式分析 96

二、人造肉企业营销渠道分析 97

三、企业创新营销策略 98

第三节 人造肉行业经营发展分析 98

一、人造肉行业经营模式 98

二、人造肉行业发展模式 99

三、人造肉行业的多元化策略分析 99

四、人造肉消费市场的驱动因素 100

第十三章 人造肉行业投资价值评估分析 102

第一节 人造肉行业投资现状 102

一、企业投资案例分析 102

二、企业投资趋势 103

第二节 人造肉行业投资机会分析 103

一、人造肉行业投资策略 103

二、人造肉行业投资进入以及退出时机分析 104

附录：

附录1 106

植物蛋白行业发展概述 106

附录2 156

中华人民共和国食品安全法实施条例 156

附录3 174

食品经营许可管理办法 174

附录4 188

新食品原料安全性审查管理办法 188

附录5 195

全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划(—2021-2026年) 195

附录6 218

“十四五”国家食品安全规划 218

附录7 238

工业和信息化部关于促进食品工业健康发展的指导意见 238

图表目录

图表：植物肉(左)和培养肉(右) 1

图表：我国肉类消费结构 2

图表：植物肉和培养肉对比 4

图表：美国人造肉消费者行为分析 4

图表：我国人口变化趋势 12

图表：我国城镇化率水平 15

图表：人造肉相关政策法规 16

图表：培养肉 18

图表：国内外植物肉公司及产品 19

图表：我国植物肉生产工艺 21

图表：植物蛋白来源 22

图表：圆锥形和环形couette剪切装置 24

图表：全球大豆产量分布历史数据(百万吨) 27

图表：2021-2026年美国豌豆蛋白进口量 27

图表：我国豌豆进口量(万吨) 28

图表：我国大豆供应量(万吨) 29

图表：美国肉类替代品市场竞争格局 32

图表：培养肉制品商品化流程 33

图表：全球人造肉市场规模 37

图表：国内三大植物肉公司 38

图表：beyondburger比传统汉堡 40

图表：(左)和(右)年beyondburger收入占比 41

图表：beyondmeat的研发投入 41

图表：beyondmeat研究项目 42

图表：beyondmeat产品创新步伐 43

图表：beyondmeat分渠道收入增长情况(万美元) 43

图表：beyondmeat海外销售占比 44

图表：beyondmeat社交媒体情况 45

图表：beyondmeat品牌大使网络 45

图表：我国肉类替代品市场规模预测 46

图表：西式快餐巨头门店数量 48

图表：西式快餐行业连锁餐企营业收入及增速(单位：十亿人民币) 49

图表：西式快餐连锁品牌门店数量及增速(单位：万家) 49

图表：我国肉制品市场销量 50

图表：我国内地人造肉产品价格 51

图表：我国植物肉市场价格变化趋势预测(每500g/元) 52

图表：memphismeats每克培养肉成本 52

图表：我国肉制品行业盈利能力指标 54

图表：我国肉制品行业资产负债率 55

图表：我国肉制品行业运营能力指标 55

图表：我国肉制品行业收入增长率 56

图表：北美消费者选择人造肉的原因 57

图表：不同区域人造肉消费者接受程度占比 58

图表：不同年龄段消费者接受程度 59

图表：单次消费价格水平接受程度 59

图表：我国人造肉企业发展情况 61

图表：beyondmeat发展历程 66

图表：beyondmeat融资情况 67

图表：beyondmeat经营产品 68

图表：impossiblefoods发展历程 69

图表：impossiblefoods融资情况 69

图表：添加了血红素的生汉堡排(左)和与汉堡王推出whopper汉堡(右) 70

图表：金字火腿按季度经营情况 72

图表：金字火腿“植物肉饼” 74

图表：齐善植物牛排 75

图表：双塔食品按季度经营情况 76

图表：2021-2026年世界上肉类消费量前五大的国家 79

图表：gardein旗下产品 81

图表：与普通汉堡相比，人造肉汉堡具有低胆固醇等优点 84

图表：生产每千克食物所需耗费的资源 85

图表：植物肉与普通肉产品价格对比 86

图表：人造肉与真肉对比 87

图表：beyondmeat营业收入(百万美元) 88

图表：beyondmeat毛利及毛利率(百万美元) 88

图表：beyondmeat净利润及净利率(百万美元) 89

图表：我国猪肉消费量(千吨) 90

图表：我国大豆进口占比 91

图表：美国豌豆价格走势 92

图表：我国肉制品行业收入规模 95

图表：我国人均收支情况 96

图表：我国城镇与农村居民收支对比 96

图表：beyondmeat按渠道收入及增长率(百万美元) 97

图表：beyondmeat素肉炸鸡和素肉三明治 98

图表：人造肉生产模式 99

图表：人造肉行业其他代表公司 102

图表：人造肉行业参与者 103

图表：我国植物蛋白市场规模 104

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：152182

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20191225/152182.shtml>

在线订购：[点击这里](#)