

2011-2015年中国植物蛋白 饮料行业投资分析及深度研究咨询报告

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

《2011-2015年中国植物蛋白饮料行业投资分析及深度研究咨询报告》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/201105/67566.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

→内容简介

目前，植物蛋白饮料已经成为饮料市场上不可或缺的一员，豆制饮品、椰汁、杏仁露、核桃露等各种植物蛋白饮料不断涌现，市场对植物蛋白饮料未来发展持乐观态度，我国饮料行业协会也建议将“植物蛋白饮料”、“果汁及蔬菜饮料”、“谷物饮料”一同作为鼓励发展的产业。植物蛋白饮料市场呈现的新蓝海让所有企业都跃跃欲试。2011年1月初，湖北金龙泉集团60亿元投资蛋白饮料，开始走上多元化扩张之路；3月份保健酒领域一线品牌椰岛集团携新品“椰浓”椰汁亮相春交会，进军植物蛋白饮料行业；4月份，全球食品巨头雀巢收购银鹭食品60%股权，进军蛋白饮料市场。现阶段饮料市场上，瓶装水、茶饮料、碳酸饮料等各大饮料细分市场均呈现寡头垄断局面，而植物蛋白饮料市场上目前竞争并不激烈，尚未形成一个占绝对优势的品牌，市场空间和发展潜力巨大。因此，相对瓶装水、果汁饮料等其他细分饮料行业而言，植物蛋白饮料这个新蓝海必然成为各大企业追逐耕耘的发展领域。

那植物蛋白饮料是否真的能成为下一个茶饮料呢？与茶饮料和果汁饮料相比，植物蛋白饮料目前的市场规模仍然相差甚远。就承德露露和椰树两个植物蛋白饮料领先品牌而言，多年来两者销售规模上升的空间较小，基本上徘徊在10亿元左右，这样的发展现状也让我们看到了植物蛋白饮料行业飞速发展的重重困难。分析其原因主要归结于以下几点。首先，产品定位不精准，未起到引导消费者需求、打动消费者的效果。各大品牌无一不把产品定位为美容、营养功效上，却未提炼出产品的真正卖点，这么多年来几乎没有一句能够让消费者记住的广为流传的宣传口号。其次，产品过于单一，不仅表现在产品品种、产品口味等上，还表现在产品包装材质、包装容量上。第三，渠道表现力弱，植物蛋白饮料的有效网点覆盖率在40%以下，终端市场出现率较低。当然，随着人们生活水平和健康意识的提高，植物蛋白饮料未来发展前景仍然乐观。在行业 and 政策的助力下，植物蛋白饮料的空间是显而易见的，受西方饮食习惯的影响，牛奶、豆制饮品、谷物饮品也成了国人的早餐桌上的必备品，乳品危机事件之后，植物蛋白饮料更是受到前所未有的追捧，而在国家发改委的《2008产业结构调整目录》中，中国饮料行业协会建议将“植物蛋白饮料”、“果汁及蔬菜汁饮料”、“谷物饮料”一同作为鼓励发展的产业。在中国饮料工业协会“十二五”规划中，我们可以看到这样的描述：“未来五年，蛋白饮料的发展势头迅猛，比重将有所提高，以椰子、大豆、花生、杏仁、核桃、等植物果仁、果肉为原料的植物蛋白饮料或将迎来高速发展期。”

本报告主要依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、国家发

改委、中国饮料工业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及植物蛋白饮料行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界植物蛋白饮料行业整体发展大势，对中国植物蛋白饮料行业的发展情况、经济运行数据、市场供需、进出口状况、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来植物蛋白饮料行业发展的趋势及前景进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了植物蛋白饮料行业今后的发展与投资策略，为植物蛋白饮料生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展概况及发展环境

第一章 植物蛋白饮料的行业定位及投资特性 1

第一节 植物蛋白饮料行业定位 1

一、行业定义 1

二、产品分类 1

三、行业发展生命周期研判 2

第二节 植物蛋白饮料行业投资特性分析 2

一、市场发展特点 2

二、市场成长及行业集中度 3

三、竞争范围分析 5

四、技术水平及研发能力 7

五、现代化及标准化趋势 14

六、壁垒分析 15

第二章 植物蛋白饮料行业发展现状概述 17

第一节 植物蛋白饮料国际发展概述 17

一、产品重点生产国家和地区概况 17

二、国外行业发展成熟度分析 20

三、2010-2011年国外市场运行特点 21

四、2011-2015年国际发展趋势分析 22

第二节 中国植物蛋白饮料发展概述	25
一、行业发展历史沿革	25
二、国内行业发展成熟度分析	26
三、2010-2011年国内市场运行特点	28
四、2011-2015年国内市场发展趋势分析	29
第三节 2010年国内市场发展中存在问题分析	32
第三章 中国植物蛋白饮料行业发展环境PEST分析	35
第一节 政治环境分析	35
第二节 经济环境分析	38
第三节 社会环境分析	87
第四节 技术环境分析	93
第二部分 行业指标与行业竞争分析	
第四章 2007-2010年国内植物蛋白饮料市场重要指标统计分析	97
第一节 2007-2010年市场规模统计分析	97
第二节 2007-2010年植物蛋白饮料市场结构分析	100
一、产品市场结构	100
二、品牌市场结构	100
三、区域市场结构	100
第三节 2007-2010年行业重要财务指标分析	101
一、2007-2010年行业资产负债率分析	101
二、2007-2010年行业净利润率分析	101
第四节 2007-2010年行业进出口分析	102
一、2007-2010年产品进口总量及进口来源统计分析	102
二、2007-2010年产品出口总量及出口去向统计分析	102
第五章 中国植物蛋白饮料市场竞争格局与企业竞争力评价	103
第一节 同类产品竞争力分析理论基础	103
第二节 同类产品国内企业与品牌数量	106
第三节 同类产品竞争格局分析	107
第四节 同类产品竞争群组分析	111
第五节 主力企业市场竞争力评价	112
第三部分 行业供需分析	
第六章 植物蛋白饮料行业产业链分析	117

第一节 植物蛋白饮料行业产业链模型分析	117
一、产业链构成	117
二、产业链各环节传导机制分析	117
第二节 2010年植物蛋白饮料行业上游行业发展概况	120
一、2010年上游产业发展分析	120
二、上游产业对植物蛋白饮料行业影响力度分析	140
第三节 2010年植物蛋白饮料行业下游行业发展概况	146
一、下游需求构成分析	146
二、2010年下游行业发展分析	148
三、下游产业对植物蛋白饮料行业影响力度分析	153
第四节 2010年植物蛋白饮料行业原材料供给情况	154
一、2010年椰汁供给情况	154
二、2010年大豆供给情况	154
三、2010年花生供给情况	156
四、核桃供给情况	156
第五节 2010年植物蛋白饮料行业下游消费市场构成	157
第七章 中国植物蛋白饮料市场供需调查分析	167
第一节 2010-2011年市场供需总体特征分析	167
第二节 2010-2011年市场需求动态分析	168
一、需求变动状况概述	168
二、需求影响因素分析	170
第三节 2010-2011年市场供给动态分析	174
一、供给变动状况分析	174
二、供给影响因素分析	184
第八章 国内植物蛋白饮料行业优势品牌及重点企业分析	189
第一节 椰树集团	189
一、企业概况	189
二、企业主要产品	192
三、2010年企业经营状况	197
四、企业发展优势	198
第二节 河北承德露露股份有限公司	202
一、企业概况	202

二、2011年企业经营状况	203
三、2010-2011年财务分析	204
四、企业发展优势	208
五、企业未来的发展	211
第三节 厦门银鹭食品集团有限公司	212
一、企业概况	212
二、企业主要产品	214
三、企业发展分析	214
第四节 小洋人生物乳业集团	221
一、企业概况	221
二、企业主要产品	221
三、企业竞争优势	221
四、企业发展方向	227
第五节 维维食品饮料股份有限公司	229
一、企业概况	229
二、2010年企业经营状况	233
三、2010-2011年财务分析	233
四、企业经营分析	238
五、企业发展策略	245
第六节 厦门惠尔康集团	247
一、企业概况	247
二、企业主要产品	249
第七节 中国绿色食品(控股)有限公司	249
一、企业概况	249
二、企业发展优势	250
第八节 广东广粮实业有限公司	251
一、企业概况	251
二、企业发展优势	252
第四部分 市场营销分析	
第九章 植物蛋白饮料行业营销策略分析	255
第一节 营销渠道及方式现状分析	255
一、谷物饮料战略营销模式	255

二、	饮料营销渠道的新变革	262
三、	饮料网络营销	263
第二节	植物蛋白饮料的品牌策略及市场推广	264
一、	植物蛋白饮料的命名与品牌战略	264
二、	植物蛋白饮料市场推广	267
三、	植物蛋白饮料市场营销策略	271
第三节	典型案例分析	274
一、	产品重新定位	274
二、	价格竞争分析	283
三、	营销新模式	288
第十章	中国植物蛋白饮料产品市场价格分析	293
第一节	2010-2011年市场价格走势分析	293
一、	2010-2011年市场价格走势	293
二、	2010-2011年植物蛋白饮料零售价格指数	293
第二节	2010-2011年产品价格影响因素分析	296
一、	2011年多因素影响饮料价格	296
二、	成本因素影响分析	297
第三节	针对具体客户提出的价格策略建议	301
第五部分	行业发展前景分析	
第十一章	2011-2015年植物蛋白饮料市场发展前景预测	305
第一节	植物蛋白饮料市场发展前景预测	305
一、	植物蛋白饮料发展前景	305
二、	2011-2015年植物蛋白饮料市场发展预测	308
第二节	2011-2015我国植物蛋白饮料价格走势及影响因素预测	309
一、	2011-2015年我国植物蛋白饮料价格走势	309
二、	2011-2015年植物蛋白饮料价格影响因素	309
第三节	2011-2015年国内植物蛋白饮料行业市场发展定量预测	310
一、	2011-2015年植物蛋白饮料市场容量预测	310
二、	2011-2015年植物蛋白饮料总产量预测	310
三、	我国植物蛋白饮料中长期市场发展策略	311
图表目录		
图表：	榛仁蛋白饮榛仁蛋白饮料稳定性评价	9

图表：乳化稳定剂正交试验结果与分析 10

图表：验证试验结果与分析 11

图表：均质压力对榛仁蛋白饮料稳定性的影响 11

图表：均质温度对体系稳定性的影响 12

图表：均质次数对榛仁蛋白饮料体系稳定性的影响 13

图表：不同杀菌条件对榛仁蛋白饮料及保存期的影响 13

图表；植物蛋白饮料生产传统与现代工艺对比 20

图表：2010年我国国内生产总值 38

图表：2007-2010年我国国内生产总值 39

图表：2010年1-6月我国居民消费价格指数 39

图表：2008-2009年我国居民消费价格指数 40

图表：2010年7月我国居民消费价格指数 40

图表：2010年8月我国居民消费价格指数 41

图表：2010年9月我国居民消费价格指数 42

图表：2010年10月我国居民消费价格指数 43

图表：2010年11月我国居民消费价格指数 44

图表：2010年12月我国居民消费价格指数 45

图表：2010年北京城镇居民收入 46

图表：2010年天津城镇居民收入 46

图表：2010年河北城镇居民收入 46

图表：2010年山西城镇居民收入 46

图表：2010年内蒙古城镇居民收入 47

图表：2010年辽宁城镇居民收入 47

图表：2010年吉林城镇居民收入 47

图表：2010年黑龙江城镇居民收入 47

图表：2010年上海城镇居民收入 48

图表：2010年江苏城镇居民收入 48

图表：2010年浙江城镇居民收入 48

图表：2010年安徽城镇居民收入 48

图表：2010年福建城镇居民收入 49

图表：2010年江西城镇居民收入 49

图表：2010年山东城镇居民收入 49

图表：2010年河南城镇居民收入 49
图表：2010年湖北城镇居民收入 50
图表：2010年湖南城镇居民收入 50
图表：2010年广东城镇居民收入 50
图表：2010年广西城镇居民收入 50
图表：2010年海南城镇居民收入 51
图表：2010年重庆城镇居民收入 51
图表：2010年四川城镇居民收入 51
图表：2010年贵州城镇居民收入 51
图表：2010年云南城镇居民收入 52
图表：2010年西藏城镇居民收入 52
图表：2010年陕西城镇居民收入 52
图表：2010年甘肃城镇居民收入 52
图表：2010年青海城镇居民收入 53
图表：2010年宁夏城镇居民收入 53
图表：2010年新疆城镇居民收入 53
图表：2010年北京农村居民收入 53
图表：2010年天津农村居民收入 54
图表：2010年河北农村居民收入 54
图表：2010年山西农村居民收入 54
图表：2010年内蒙古农村居民收入 55
图表：2010年辽宁农村居民收入 55
图表：2010年吉林农村居民收入 55
图表：2010年黑龙江农村居民收入 55
图表：2010年上海农村居民收入 56
图表：2010年江苏农村居民收入 56
图表：2010年浙江农村居民收入 56
图表：2010年安徽农村居民收入 56
图表：2010年福建农村居民收入 57
图表：2010年江西农村居民收入 57
图表：2010年山东农村居民收入 57
图表：2010年河南农村居民收入 57

图表：2010年湖北农村居民收入 58

图表：2010年湖南农村居民收入 58

图表：2010年广东农村居民收入 58

图表：2010年广西农村居民收入 58

图表：2010年海南农村居民收入 59

图表：2010年重庆农村居民收入 59

图表：2010年四川农村居民收入 59

图表：2010年贵州农村居民收入 59

图表：2010年云南农村居民收入 60

图表：2010年西藏农村居民收入 60

图表：2010年陕西农村居民收入 60

图表：2010年甘肃农村居民收入 60

图表：2010年青海农村居民收入 61

图表：2010年宁夏农村居民收入 61

图表：2010年新疆农村居民收入 61

图表：2010年我国各省（区、市）城乡居民收入比较 62

图表：2010年1月社会消费品零售总额 62

图表：2010年2月社会消费品零售总额 63

图表：2010年3月社会消费品零售总额 63

图表：2010年4月社会消费品零售总额 64

图表：2010年5月社会消费品零售总额 64

图表：2010年6月社会消费品零售总额 65

图表：2010年7月社会消费品零售总额 65

图表：2010年8月社会消费品零售总额 66

图表：2010年9月社会消费品零售总额 66

图表：2010年10月社会消费品零售总额 67

图表：2010年11月社会消费品零售总额 67

图表：2010年12月社会消费品零售总额 68

图表：2011年1月社会消费品零售总额 68

图表：2011年2月社会消费品零售总额 69

图表：2009-2010年我国社会消费品零售总额 69

图表：2010年2月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长） 70

图表：2010年3月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）70

图表：2010年4月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）71

图表：2010年5月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）71

图表：2010年6月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）72

图表：2010年7月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）72

图表：2010年8月我国固定资产完成额（本期累计数比上2009年同期增长）73

图表：2010年9月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）73

图表：2010年10月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）74

图表：2010年11月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）74

图表：2010年12月我国固定资产完成额（本期累计数比2009年同期增长）75

图表：2010年1月我国进出口总额 75

图表：2010年2月我国进出口总额 76

图表：2010年3月我国进出口总额 76

图表：2010年4月我国进出口总额 77

图表：2010年5月我国进出口总额 77

图表：2010年6月我国进出口总额 78

图表：2010年7月我国进出口总额 78

图表：2010年8月我国进出口总额 79

图表：2010年9月我国进出口总额 79

图表：2010年10月我国进出口总额 80

图表：2010年11月我国进出口总额 80

图表：2010年12月我国进出口总额 81

图表：2011年1月我国进出口总额 81

图表：2007-2010年我国植物蛋白行业市场规模统计 97

图表：2007-2010年我国植物蛋白饮料行业资产负债率统计 101

图表：2007-2010年我国植物蛋白饮料行业利润率统计 101

图表：2007-2010年我国植物蛋白饮料行业进口统计 102

图表：2007-2010年我国植物蛋白饮料行业出口统计 102

图表：济南糖酒会部分 参会植物蛋白饮料 111

图表：2009-2010年含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业企业按销售收入排名 111

图表：植物蛋白饮料与上、下游行业的关联性 117

图表：国内大豆现货价格走势 121

图表：进口大豆分销价格走势 121

图表：2009-2010年大豆收购价格指数(GPPI) 121

图表：东北三省一区大豆播种面积 122

图表：东北三省一区大豆产量 123

图表：国际大豆供需平衡表 123

图表：中国大豆月进口示意图 124

图表：中国大豆月出口示意图 125

图表：2010政策性大豆拍卖统计表 126

图表：国内主要港口进口大豆库存月变化趋势图 127

图表：2009-2010年国家临时储备大豆收购政策 127

图表：近年来中国CPI指数示意图 129

图表：2010年1月大豆进口数量与金额 129

图表：2010年2月大豆进口数量与金额 129

图表：2010年3月大豆进口数量与金额 130

图表：2010年4月大豆进口数量与金额 130

图表：2010年5月大豆进口数量与金额 130

图表：2010年6月大豆进口数量与金额 130

图表：2010年7月大豆进口数量与金额 130

图表：2010年8月大豆进口数量与金额 131

图表：2010年9月大豆进口数量与金额 131

图表：2010年10月大豆进口数量与金额 131

图表：2010年11月大豆进口数量与金额 131

图表：2010年12月大豆进口数量与金额 131

图表：2011年1月大豆进口数量与金额 132

图表：2011年2月大豆进口数量与金额 132

图表：2010年1月花生仁价格指数 135

图表：2010年2月花生仁价格指数 135

图表：2010年3月花生仁价格指数 135

图表：2010年4月花生仁价格指数 136

图表：2010年5月花生仁价格指数 136

图表：2010年6月花生仁价格指数 136

图表：2010年7月花生仁价格指数 136

图表：2010年8月花生仁价格指数 137

图表：2010年9月花生仁价格指数 137

图表：2010年10月花生仁价格指数 137

图表：2010年11月花生仁价格指数 137

图表：2010年12月花生仁价格指数 138

图表：2011年1月花生仁价格指数 138

图表：2011年2月花生仁价格指数 138

图表：2005-2009年中国大豆种植面积及产量统计 155

图表：中国大豆供需平衡表 156

图表：城乡家庭居民的消费结构 158

图表：城乡家庭消费水平和消费结构比较 162

图表：2010-2011年全国软饮料产量 176

图表：2010-2011年北京软饮料产量 176

图表：2010-2011年天津软饮料产量 176

图表：2010-2011年河北软饮料产量 177

图表：2010-2011年山西软饮料产量 177

图表：2010-2011年内蒙古软饮料产量 177

图表：2010-2011年辽宁软饮料产量 177

图表：2010-2011年吉林软饮料产量 178

图表：2010-2011年黑龙江软饮料产量 178

图表：2010-2011年上海软饮料产量 178

图表：2010-2011年江苏软饮料产量 178

图表：2010-2011年浙江软饮料产量 179

图表：2010-2011年安徽软饮料产量 179

图表：2010-2011年福建软饮料产量 179

图表：2010-2011年江西软饮料产量 179

图表：2010-2011年山东软饮料产量 180

图表：2010-2011年河南软饮料产量 180

图表：2010-2011年湖北软饮料产量 180

图表：2010-2011年湖南软饮料产量 180

图表：2010-2011年广东软饮料产量 181

图表：2010-2011年广西软饮料产量 181

图表：2010-2011年海南软饮料产量 181

图表：2010-2011年重庆软饮料产量 181

图表：2010-2011年四川软饮料产量 182

图表：2010-2011年贵州软饮料产量 182

图表：2010-2011年云南软饮料产量 182

图表：2010-2011年西藏软饮料产量 182

图表：2010-2011年陕西软饮料产量 183

图表：2010-2011年甘肃软饮料产量 183

图表：2010-2011年青海软饮料产量 183

图表：2010-2011年宁夏软饮料产量 183

图表：2010-2011年新疆软饮料产量 184

图表：2010年河北承德露露股份有限公司主营构成 204

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司每股指标 204

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司获利能力 205

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司经营能力 205

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司偿债能力 205

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司资本结构 206

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司发展能力 206

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司现金流量 206

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司主营业务收入 206

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司主营业务利润 207

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司营业利润 207

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司利润总额 207

图表：2010-2011年河北承德露露股份有限公司净利润 207

图表：2010年维维食品饮料股份有限公司主营构成 233

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司每股指标 234

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司获利能力 234

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司经营能力 235

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司偿债能力 235

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司资本结构 235

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司发展能力 235

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司现金流量 235

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司主营业务收入 236

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司主营业务利润 236

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司营业利润 237

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司利润总额 237

图表：2010-2011年维维食品饮料股份有限公司净利润 237

图表：谷物饮料品牌的营销模式 256

图表：谷物饮料的战略营销模式探讨 257

图表：品牌定位三角的战略营销模式 257

图表：蛋白饮料在心智中的阶梯 258

图表：谷物饮料在品类上更偏重于休闲饮料 259

图表：适合本土饮料企业的战略营销模式 260

图表：中绿和惠尔康价格决策博弈矩阵 285

图表：2010年1月饮料、烟酒零售价格指数 293

图表：2010年2月饮料、烟酒零售价格指数 293

图表：2010年3月饮料、烟酒零售价格指数 293

图表：2010年4月饮料、烟酒零售价格指数 294

图表：2010年5月饮料、烟酒零售价格指数 294

图表：2010年6月饮料、烟酒零售价格指数 294

图表：2010年7月饮料、烟酒零售价格指数 294

图表：2010年8月饮料、烟酒零售价格指数 295

图表：2010年9月饮料、烟酒零售价格指数 295

图表：2010年10月饮料、烟酒零售价格指数 295

图表：2010年11月饮料、烟酒零售价格指数 295

图表：2010年12月饮料、烟酒零售价格指数 296

图表：2011年1月饮料、烟酒零售价格指数 296

图表：2011年2月饮料、烟酒零售价格指数 296

图表：2011-2015年植物蛋白饮料市场容量预测 310

图表：2011-2015年植物蛋白饮料总产量预测 310

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201105/67566.html>