

植物基饮料 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 消费者和市场方面的市场因素（包括新冠疫情的影响）
- 全球及中国的新品发布和产品创新活动
- 不同植物蛋白来源的渗透率
- 购买因素和消费阻碍
- 有说服力的功能性益处

消费者在购买植物基饮料时更关注蛋白质质量，而非蛋白质含量，反映出含有优质蛋白的大豆饮料蕴藏潜力。

风味和口感是植物基饮料的共同消费阻碍，消费者不愿就此妥协，而传统的植物基蛋白饮料（如椰子、大豆、核桃饮料）以及其背后的巨头仍称霸市场。虽然该市场看似稳定，但传统坚果类植物基饮料的创新步伐停滞不前正逐渐流失消费者。

根据国家统计局的数据，与2020年相比，餐饮服务于2021年迅速回升，同比增长18.6%。这也带动了植物基饮料的复苏。半数的消费者表示，他们曾通过餐饮渠道购买植物基饮料。然而，好景不长。2022年初，中国的新冠病例大规模复发（由奥密克戎变种引起的），对外出消费造成冲击。该疫情可能影响在线下渠道（如咖啡店）更受欢迎的产品，如燕麦奶，同时也对与送礼场景密切相关的传统坚果类饮料构成挑战。此外，封锁措施的延长可能影响消费者的消费信心和财务状况，导致他们重新审视消费升级的计划。

由于消费者希望植物基饮料带有功效益处，含有功能性益处的知名成分将为品牌开辟创新机遇。此外，情绪健康和助眠相关的功能性宣称目前仍属市场空白。



“新品研发对植物基饮料的增长至关重要。由于大豆饮料的优质营养获得国家膳食指南的推荐，因此前景可期。品牌可利用功能性益处为众人所熟知的成分开拓机遇，特别是益生菌。在营销宣传方面，品牌可树立道德形象，代表消费者实现他们对可持续性的愿景。”

— 黄梦菲，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义
- 不包括

综述

- 市场
 - 数据1: 植物基饮料市场总销售额，中国，2016-2021年
 - 数据2: 植物基饮料的总销售量，中国，2016-2021年
- 2022年新冠疫情的影响
 - 数据3: 英敏特情境假设概述与对植物基饮料市场的影响，2022年
 - 数据4: 新冠疫情下的植物基饮料市场销售额情境预测，2016-2026年
- 消费者
 - 传统植物基饮料的表现呈两极分化；燕麦饮料正在崛起
 - 数据5: 植物基饮料的饮用情况，2021年
- 优先考虑蛋白质质量而非含量
 - 数据6: 购买因素，2021年
- 风味与口感不佳是主要的消费障碍
 - 数据7: 消费阻碍，2021年
- 全渠道竞争是必经之路
 - 数据8: 购买渠道，2021年
- 睡眠管理与情绪健康值得更多关注
 - 数据9: 功能性宣称，2021年
- 新品创新受消费者青睐
 - 数据10: 对植物基饮料的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 大豆饮料受促改良风味
- 现状
- 启示
 - 数据11: 带有加工工艺宣称的豆奶产品示例，中国，2021年
 - 数据12: 采用优质大豆制作的豆奶示例，日本，2021年
 - 数据13: 无调味/原味大豆饮料的占比，中国和日本，2021年
 - 数据14: 调味豆奶示例，日本，2021年
- 添加益生菌的功能性宣称具有潜力
- 现状
- 启示

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据15: 带有益生菌宣称的植物基饮料示例，斯洛伐克和美国，2019-2020年

数据16: 带有益生菌宣称的植物基饮料示例，加拿大，2019年

- 通过可持续性倡导个人身心健康
- 现状
- 启示

数据17: 星巴克咖啡种植者支持中心与当地咖啡种植农户合作，中国，2021年

市场规模与细分

- 创新活动加速推动增长
 - 数据18: 植物基饮料市场总销售额，中国，2016-2021年
 - 数据19: 植物基饮料新品类型，中国，2017-2021年
 - 数据20: 植物基饮料的总销售量，中国，2016-2021年
 - 数据21: 每100毫升/克的平均人民币价格以及新品占比，2017-2021年
- 细分品类亮点
- 豆奶的增长受阻
- 传统巨头主导坚果类饮料的创新与增长
- 花生饮料淡出，燕麦饮料崛起
 - 数据22: 植物基饮料细分市场的销售额，中国，2019-2021年
 - 数据23: 植物基饮料细分市场的销售额份额，中国，2019-2021年

市场因素

- 官方营养建议提升大豆饮料的地位
- 有益健康，造福地球
 - 数据24: 星巴克和Oatly的道德营销示例，中国，2021年
- 资本的流入加速新兴品牌的扩张

新冠疫情影响（含市场预测）

- 新冠疫情：中国市场情况简述
- 新冠疫情对市场和消费者的影响
- 财务状况与消费信心受挫
- 全国出现囤货与减少外出活动的现象
 - 数据25: 消费变化趋势——花费变多了，2020-2022年
 - 数据26: 消费变化趋势——花费变多了，2020-2022年
 - 数据27: 未来3个月的防疫措施，2022年
- 消费升级比降级更普遍进一步突显质量的重要性
 - 数据28: 消费升级/降级——非酒精饮料，2021-2022年
- 市场预测
- 在轻微影响的情境下，产品创新加速与资本流入推动植物基饮料的增长

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据29: 新冠疫情下的植物基饮料市场销售额情境预测，
2016-2026年

- 在中度影响的情境下，产品可获性的受限将打击消费
- 重度影响情境可能出现供应短缺，进而阻碍销售

市场份额

- 新产品创新助力传统企业迅速复苏
- 停滞不前的产品创新活动阻碍增长
- 维他奶一落千丈的声誉对其销量造成打击
- **Oatly**增长迅速

数据30: 领先植物基饮料企业的市场份额（按销售额区分），中国，2019-2021年

营销活动

- 利用高蛋白宣称吸引健身群体
数据31: 植选与Keep联手推出14天高能挑战赛，中国，2020年
- 通过食品搭配扩大消费场景
数据32: Oatly早餐营销活动，中国，2021年
数据33: 植选豆奶搭配不同食品，2021年
- 与志同道合的品牌联手
数据34: Oatly推出动物保护营销活动，2021年
数据35: 有乐岛×野生植物“我素我行”燕麦奶礼盒，2021年

新产品趋势

- 优质蛋白质值得更大的宣传力度
数据36: 带有高/添加蛋白质或优质蛋白宣称的植物基饮料占比，2016-2021年
- 添加营养成分以瞄准儿童
数据37: 带有“适合5-12岁儿童”宣称的植物基饮料（按市场区分），2020-2021年
数据38: 养元六个核桃2430核桃乳，中国，2021年
数据39: Ripple儿童原味植物奶，美国，2021年
- 利用天然草药以加强情绪舒缓功效的可信度
数据40: 添加带有舒缓情绪功效的草药的植物基饮料示例，马来西亚和英国，2020-2021年
- 拥抱具有功能性益处的中药成分
数据41: 融入食疗药膳的植物基饮料示例，中国，2020-2021年

植物基饮料的饮用情况

- 一些传统植物基饮料保持韧性，另一些则失去优势
数据42: 植物基饮料的饮用情况，2021年
数据43: 植物基饮料的饮用情况，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 燕麦奶展现争霸雄心
数据44: 燕麦饮料/奶的占比，2017-2021年
数据45: 购买因素（按购买过且会继续购买的消费者区分），2021年
数据46: 带有高蛋白/添加蛋白质宣称的燕麦饮料占比以及蛋白质平均含量，2019-2021年
- 双蛋白与混合蛋白饮料是进阶选择
数据47: 植物基饮料的饮用频率——每天1次或更多（按“喝过，且会继续购买”的消费者区分），2021年
数据48: 植物基饮料的饮用情况（按“喝过，且会继续购买”和“喝过，不会再买”的消费者区分），2021年

购买因素

- 消费者更看重质量而非含量
数据49: 购买因素，2021年
数据50: 豆本豆围绕优质蛋白的营销宣传，中国，2021年
数据51: 带有部分宣称的植物基饮料占比，中国，2016-2021年
- 不含乳糖与脂肪有潜力成为新的“轻盈版”植物基饮料
数据52: 购买因素（按部分购买因素区分），2021年
数据53: 带有低/无/减脂和低/无/减乳糖宣称的植物基饮料示例，中国，2021年
- 性价比高能大幅提升购买意愿
数据54: TURF分析——购买因素
数据55: 燕麦饮料的消费阻碍，2021年

消费阻碍

- 对口感与风味不满是主要的消费障碍
数据56: 消费阻碍，2021年
- 风味的偏好取决于对蛋白质来源的看法
数据57: 消费阻碍（按风味差区分），2021年
数据58: 带有加工工艺宣称的豆奶产品示例，中国，2021年
- 更优质的蛋白为混合蛋白饮料与双蛋白饮料增值

购买渠道

- 综合性渠道在消费中占主导地位
数据59: 购买渠道，2021年
- 利用餐饮服务渠道推广新品
数据60: 购买渠道（按饮用频率区分），2021年
- 小包装在所有渠道都更具吸引力
数据61: 购买渠道（按部分描述语句区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

功能性宣称

- 消费者的需求刺激近期市场供应
数据62: 功能性宣称，2021年
数据63: 植物基饮料的热门功能性宣称，中国，2016-2021年
- 添加可提升免疫力的成分升级坚果类饮料
数据64: 功能性宣称（按提升免疫力区分），2021年
数据65: 花生、核桃和杏仁饮料的部分宣称，2018-2021年

对植物基饮料的态度

- 小包装与冷藏植物基饮料受消费者青睐
数据66: 对植物基饮料的态度，2021年
- 坚果类饮料的高端形象与营养获得广泛认可
数据67: 对植物基饮料的态度（按部分描述语句区分），2021年
数据68: 对植物基饮料的态度——部分描述语句（按家庭月收入区分），2021年
数据69: 植物标签开心果植物奶，中国，2021年
- 环保是安全之选，但社会问题更能引起年轻消费者的共鸣
数据70: 对植物基饮料的态度（按部分描述语句区分），2021年
数据71: 对植物基饮料的态度——比起动物蛋白饮料，植物蛋白饮料更环保（按代际区分），2021年
数据72: 最关心的环境和社会问题（按代际区分），2021年
- 树立植物基饮料的独特优势
数据73: 对植物基饮料的态度（按部分描述语句区分），2021年

美食达人

- 他们是谁？
数据74: 美食达人类型，2021年
数据75: 美食达人类型（按代际区分），2021年
- 潮流追随者与情绪化食客更偏好街边小店/杂货店/路边小摊
数据76: 购买渠道（按美食达人类型区分），2021年
数据77: 购买因素（按美食达人类型区分），2021年
- 挑剔消费者将功能性益处视为新时尚
数据78: 对植物基饮料的态度（按部分描述语句区分），2021年
数据79: 对植物基饮料的态度——同意“喝植物基饮料很新潮”（按美食达人类型区分），2021年
数据80: 对植物基饮料的态度——CHAID分析
- 昔日小众的燕麦饮料已掀起风潮
数据81: 植物基饮料的饮用情况——喝过，且会继续购买，2021年

附录——市场规模与预测

数据82: 轻微影响情境下植物基饮料的总销售额与预测，中国，2016-2026年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

数据83: 植物基饮料的销售量，中国，2016-2026年

附录——新冠疫情情境预测方法与假设

- 轻微影响、中度影响与重度影响情境概述
- 情境预测方法

附录——市场细分

数据84: 植物基饮料的销售额（按细分市场区分），中国，2016-2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。