

植物基饮食 - 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

- 植物肉市场的关键驱动力。
- 植物肉制品创新趋势。
- 消费者对饮食结构的考虑。
- 消费者对动物来源食物的主要担忧。
- 消费者对植物肉的兴趣。
- 消费者对吃肉和吃素的看法。

相较于积极推广植物肉制品的西式餐饮服务渠道，消费者更青睐中式快餐和全服务中式餐厅，表明他们期待更多植物肉的本土化应用。

然而，2022年新冠疫情复发（由奥密克戎变种引起的）和随之而来的持续封控措施或将打击消费支出信心和重挫外食消费。由于植物基肉类替代品属于非必需品类且价格高于传统肉制品，其优先级更可能被降低。此外，随着外食消费减少，新颖植物肉依赖餐饮服务渠道获得知名度的营销方式或将受到干扰。

目前，植物肉品牌的策略是开发完美的肉类替代品以及让植物肉与西式餐饮文化形成紧密联系，但随着荤素搭配的更均衡饮食成为主流，该策略并不利于中国植物肉市场的发展。

因此，植物肉亟需通过与中式餐饮服务渠道合作以融入中国本土饮食文化。品牌可以根据细分消费群体的需求，探索植物肉新定位的可能性。例如，植物肉制品可被定位为更健康的植物蛋白补充剂，帮助老年人管理“三高”等健康问题。



“消费者越来越喜爱本土化的植物肉制品，表明植物肉是时候超越代表西方饮食文化的新颖食材，融入本土饮食文化。此外，对老年消费群体的探究为植物基食品带来机遇，以激发该群体对更健康的植物蛋白补充剂的需求。”

— 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
- 竞争将更加白热化
- **2022年新冠疫情影响**
- 消费者
 - 对植物来源饮食更感兴趣
数据1: 食物消费需求, 2022年
 - 污染和过度加工是对肉类的主要担忧
数据2: 对肉类的担忧, 2022年
 - 中式植物基食品有市场需求
数据3: 对植物肉食品的兴趣, 中国, 2022年
 - 休闲和便利渠道赢得青睐
数据4: 渠道偏好, 2022年
 - 植物蛋白的独特营养价值受到重视
数据5: 理想植物肉, 2022年
 - 消费者认可吃肉和吃素的独特益处
数据6: 对于吃肉和吃素的看法, 2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 推出专门针对老年人的植物肉制品
- 现状
- 启示
数据7: Hey Maet x Grand Marble素心肉绒吐司, 中国, 2021年
- 增强鲜味以满足“中国味蕾”
- 启示
数据8: 带有鲜味宣称的植物肉新品示例, 2021年
数据9: 新东阳微藻植物肉粽, 中国, 2022年
数据10: 带有鲜味宣称的植物肉新品示例, 2021年
- 利用中式餐饮品牌向消费者渗透
- 现状
- 启示
数据11: 绿客盟集团x新天地朗廷酒店素食菜单, 中国, 2021年
数据12: 绿客盟集团x唐宫植物基粤菜和点心, 中国, 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。

市场因素

- 气候变化使畜牧业改革势在必行
- 团体标准有助于市场监管
- 投资流向本土植物肉品牌

新冠疫情影响

- 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
- 经济状况和消费信心都有所下滑
- 全国出现囤货与减少外出活动的现象

数据13: 消费变化趋势——花费变多了，2020-2022年

数据14: 消费变化趋势——花费变多了，2020-2022年

数据15: 未来3个月的防疫措施，2022年

营销活动

- 国外品牌在中国建厂以抢占植物肉市场
- 利用传统节庆食品提高消费渗透率

数据16: 杏花楼×嘉植肴月饼礼盒，中国，2021年

数据17: 星期零×广州酒家植入月光月饼礼盒，中国，2021年

- 积极与餐饮服务渠道合作

数据18: 喜茶未来肉田园三明治，中国，2021年

数据19: 汉堡王真香植物皇堡，中国，2021年

数据20: 绿客盟集团×唐宫植物基粤菜和点心，中国，2021年

新产品趋势

- 亚太地区的产品创新蓬勃发展

数据21: 植物基肉类替代品新品占比（按区域区分），2019-2021年

数据22: 亚太地区植物基肉类替代品新品占比前五名市场，2019-2021年

数据23: 带有道德和环保宣称的植物基肉类替代品新品占比，亚洲或欧洲，2019vs2021年

数据24: 带有道德和环保宣称的植物肉制品示例，欧洲，2021年

- 强调天然性以提高消费者接受度

数据25: 带有天然宣称的植物肉制品新品占比，中国和欧洲，2020-2021年

数据26: 对有机食品的认知，2022年

数据27: 带有天然宣称的植物肉制品示例，2021年

- 开发有利于老年人心血管健康的产品

数据28: 带有心血管相关宣称的植物肉制品示例，2021年

食物消费需求

- 强烈希望增加植物基饮食

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

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。

数据29: 食物消费需求，2022年

- 植物基食品可以满足多元化和均衡饮食需求

数据30: 食物消费需求——“需要摄入更多”的部分食品，2022年

数据31: 食物消费需求——“需要摄入更多”的部分食品（按代际区分），2022年

- 菌菇类可作为老年人的红肉替代品

数据32: 食物消费需求——“需要减少摄入”的部分食品（按代际区分），2022年

数据33: 食物消费需求——“需要摄入更多”（按摄入更少红肉区分），2022年

对肉类的担忧

- 污染和过度加工构成主要担忧

数据34: 对肉类的担忧，2022年

- 营养缺陷和道德考量影响红肉消费

数据35: 对肉类的担忧（按消费者摄入更多vs摄入更少部分动物来源食品区分），2022年

数据36: 对肉类的担忧——生肉获取方式很残忍（按公司/机构性质和教育程度区分），2022年

对植物肉食品的兴趣

- 中式植物基食品逐渐兴起

数据37: 对植物肉食品的兴趣，中国，2022年

- 消费者青睐植物基点心

- 植物肉可在各种应用中瞄准老年人群

数据38: 理想植物肉——易消化（按植物肉食品区分），2022年

数据39: 对植物肉食品的兴趣——肉松（按城市区分），2022年

数据40: 渠道偏好——烘焙店（按代际区分），2022年

渠道偏好

- 灵活休闲的烘焙店是受欢迎的渠道

数据41: 渠道偏好，2022年

数据42: 面包新语×Impossible Foods，新加坡，2020年

- 植物肉本土化备受期待

数据43: 植爱生活×春风松月楼植物肉水饺和包子，中国，2021年

数据44: 渠道偏好——中式快餐店和全服务中式餐厅（按区域区分），2022年

理想植物肉

- 对植物蛋白营养价值的重视胜过口味

数据45: 理想植物肉，2022年

- 通过减盐宣称进一步锁定老年消费者的需求

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



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。

数据46: 理想植物肉——部分特征（按代际区分），2022年

- 味道鲜美和性价比高值得更多关注

数据47: TURF分析——理想植物肉，2022年

对于吃肉和吃素的看法

- 两种饮食的独特益处均受欢迎
数据48: 对于吃肉和吃素的看法，2022年
- 可持续性激发消费者对肉类替代品的兴趣
数据49: 对于吃肉和吃素的看法（按认同“为了减少碳排放，人们应该少吃肉”的消费者区分），2022年
数据50: 对于吃肉和吃素的看法——不认同“为了减少碳排放，人们应该少吃肉”的消费者（按教育程度区分），2022年
- 持续的产品创新有助于刷新大豆蛋白的形象
数据51: 对于吃肉和吃素的看法——决策树分析，2022年
数据52: 株肉×摩卡站春季限定菜单，2021年

美食达人

- 他们是谁？
数据53: 美食达人类型，2022年
数据54: 美食达人类型（按年龄区分），2022年
数据55: 美食达人类型（按教育程度区分），2022年
- 利用鲜味提升情绪化食客的心情
数据56: 对于吃肉和吃素的看法——认同“吃肉能够让心情愉悦”的消费者（按美食达人类型区分），2022年
数据57: 理想植物肉——味道鲜美（按美食达人类型区分），2022年
- 开发植物基食品的独特性以与白肉竞争
数据58: 食物消费需求——“需要摄入更多”的部分食品（按美食达人类型区分），2022年
数据59: 对于吃肉和吃素的看法——认同“白肉（如鸡肉、鱼肉）比红肉（如牛肉、猪肉）更健康”的消费者（按美食达人类型区分），2022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

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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

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)。