

植物蛋白饮料 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“中国市场上的植物蛋白饮料通常被定位为具有滋养功效的传统饮品。但鉴于使用场合已延伸到早餐之外，厂商应在产品中增添新的元素，以使植物蛋白饮料的饮用场合更加休闲与多元。”

— 杨晴，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 证明原料的益处，以保持与众不同
- 针对日益普遍的非传统使用场合定位植物蛋白饮料
- 经典植物蛋白饮料品牌针对新进入市场的竞争者所采取的策略

自2014年以来，中国植物蛋白饮料市场增长迅速，诸多大型食品饮料厂商的相继进入为这一传统品类注入新的活力但也使得市场竞争更加激烈。

核桃和椰汁植物蛋白饮料近几年广受消费者的关注，核桃饮料且很可能会接替黄豆饮料，成为未来几年领跑市场的子品类。与2013年相比，植物蛋白饮料已经不再局限于早餐饮用场合：数据显示，2015年最常见的植物蛋白饮料消费场合是“在家休闲时”以及“和家人朋友聚会时”。

对于未来创新，消费者对专门为不同季节或人群设计的产品兴趣浓厚。另外，采用纯净标签和以全天然原料制成的产品在植物蛋白饮料品类中还有发展的空间。

购买这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

植物蛋白饮料 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

所需了解的情况

本报告所涵盖的产品/主题

综述

市场

数据1: 中国植物蛋白饮料市场销售额预测的最好和最差情形, 2010-2020年

数据2: 中国植物蛋白饮料市场销量预测的最好和最差情形, 2010-2020年

公司和品牌

数据3: 中国植物蛋白饮料市场份额, 2013-2014年

消费者

植物蛋白饮料的渗透率很高, 但仍有增长的空间

数据4: 植物蛋白饮料渗透率, 2015年10月

数据5: 植物蛋白饮料饮用量比6个月前增多的消费者比例(按地区和子品类区分), 2015年10月

核桃饮料和椰汁饮料呈上升趋势

数据6: 植物蛋白饮料的饮用趋势, 2015年10月

将使用场合拓展到早餐以外

数据7: 植物蛋白饮料消费场合, 2015年10月

网购渠道与2013年相似

数据8: 植物蛋白饮料的购买渠道, 2015年10月

大多数消费者购买植物蛋白饮料自用, 而非送礼

数据9: 植物蛋白饮料的使用用途, 2015年10月

国际品牌具有更优质的产品形象, 但更多的消费者青睐本土品牌

数据10: 对国际和本土植物蛋白饮料品牌的态度, 2015年10月

消费者正在寻求具有附加价值的植物蛋白饮料

数据11: 消费者对植物蛋白饮料的态度, 2015年10月

英敏特城市精英人群喜欢在锻炼前或锻炼后喝植物蛋白饮料, 并认为喝植物蛋白饮料是种时尚

数据12: 认为喝植物蛋白饮料是种时尚的消费者占比(按消费者分类区分), 中国, 2015年

我们的观点

关键议题和洞察

证明原料的益处, 以保持与众不同

现状

启示

针对日益普遍的非传统使用场合定位植物蛋白饮料

现状

启示

经典植物蛋白饮料品牌针对新进入市场的竞争者所采取的策略

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

植物蛋白饮料 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

市场——您所需要了解的

植物蛋白饮料市场稳步增长

大型企业进入植物蛋白饮料市场

《植物蛋白饮料杏仁露、核桃露(乳)》获批国家标准，于2015年12月开始正式实施

市场规模及预测

增长稳健

数据13: 植物蛋白饮料市场的销售额和销售量，中国，2010-2020年

数据14: 中国植物蛋白饮料市场销售额预测的最好和最差情形，2010-2020年

数据15: 中国植物蛋白饮料市场销量预测的最好和最差情形，2010-2020年

市场增长动力

大型企业进入植物蛋白饮料市场

数据16: 几大主要食品饮料生产商出品的植物蛋白饮料样例。2014-2015

《植物蛋白饮料杏仁露、核桃露(乳)》获批国家标准，于2015年12月开始正式实施

牛奶市场增长放缓，牛奶零售价格上涨

数据17: 中国牛奶和调味奶零售市场销售额，2009-2019

主要竞争者——您所需要了解的

核桃饮料势头迅猛，但大豆饮料的领导地位岌岌可危

来自新植物蛋白饮料生产商的竞争日益加剧，尤其是椰汁生产商

填补高端空缺

市场份额

核桃植物蛋白饮料生产商正在赢取市场份额

数据18: 中国植物蛋白饮料市场的公司份额，2013-2014年

来自新植物蛋白饮料生产商的竞争日益加剧，尤其是椰汁生产商

数据19: 新兴制造商推出的椰汁植物蛋白饮料样例

核桃饮料势头迅猛，但大豆饮料的领导地位岌岌可危

数据20: 中国植物蛋白饮料细分市场（按销售额区分），2010-2014年

竞争战略

蒙牛与美国最大的植物蛋白饮料生产商结盟

数据21: WhiteWave的植物蛋白食品样例

填补高端空缺

数据22: 高端植物蛋白饮料产品样例

产品组合多元化

数据23: 专注其它子品类的生产商推出的植物蛋白饮料产品样例

谁在创新？

远古谷物植物蛋白饮料在中国市场上有待开发

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

植物蛋白饮料 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据24: 含传统谷物的植物蛋白饮料，全球，2023-15年

数据25: 采用远古谷物的植物蛋白饮料产品样例

不含添加剂/防腐剂宣称仍是主导，社交媒体宣称迅猛增长

数据26: 在新推出植物蛋白饮料中最常使用的前十大宣称，2013-15年

数据27: 具有社交媒体宣称的植物蛋白饮料产品样例

非传统植物蛋白饮料

数据28: 添加果汁的植物蛋白饮料产品样例，中国，2015年

为不同季节设计的植物蛋白饮料

数据29: 为不同季节设计的植物蛋白饮料样例

消费者——您需要了解的

核桃乳和椰汁是最流行的子品类

早餐不再是最普遍的消费场合

国际品牌具有更优质的产品形象，但更多的消费者青睐本土品牌

大多数消费者购买植物蛋白饮料自用，而非送礼

消费者正在寻求具有附加价值的植物蛋白饮料

植物蛋白饮料的渗透

植物蛋白饮料的渗透率很高，但仍有增长的空间

数据30: 植物蛋白饮料渗透率，2015年10月

20多岁的消费者更有可能购买植物蛋白饮料

数据31: 植物蛋白饮料的饮用情况（按年龄区分），2015年10月

数据32: 具有时尚包装设计和有益大脑宣称的植物蛋白饮料产品样例

西部地区的低渗透率

数据33: 植物蛋白饮料的饮用情况（按城市级别和地区区分），2015年10月

数据34: 植物蛋白饮料饮用量比6个月前增多的消费者比例（按地区和子品类区分），2015年10月

植物蛋白饮料消费趋势

核桃饮料和椰汁饮料呈上升趋势

数据35: 植物蛋白饮料的饮用趋势，2015年10月

家中有小孩的消费者消费更多的核桃饮料

数据36: 在过去6个月中饮用更多核桃饮料的消费者（按特定人口特征区分），2015年10月

数据37: 针对儿童设计的核桃饮料产品样例中国 2014年

椰汁饮料在一线城市消费者中尤其流行

数据38: 饮用更多椰汁饮料的消费者（按特定人口特征区分），2015年10月

大豆饮料更受女性和年轻消费者的青睐

数据39: 在过去6个月中饮用更多大豆饮料的消费者（按特定人口特征区分），2015年10月

消费场合

与2013年的主要趋势对比

数据40: 植物蛋白饮料消费场合，2015年10月

大豆饮料已不再是早餐的专属植物蛋白饮料

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

植物蛋白饮料 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据41: 适合早餐饮用的植物蛋白饮料产品样例

植物蛋白饮料的购买渠道

自2013年以来，购买渠道没有发生太大变化

数据42: 植物蛋白饮料的购买渠道，2015年10月

20多岁的消费者更有可能在小卖店和自动售卖机购买植物蛋白饮料

数据43: 特定植物蛋白饮料购买渠道(按年龄群体区分)，2015年10月

植物蛋白饮料爱好者倾向于在线和在咖啡店购买植物蛋白饮料。

植物蛋白饮料的购买行为

大多数消费者购买植物蛋白饮料自用，而非送礼

数据44: 植物蛋白饮料的使用用途，2015年10月

相比在线购买，消费者更喜欢在实体店购买植物蛋白饮料

数据45: 特定消费者的植物蛋白饮料购买偏好，2015年10月

多种类意味着不同子品类，而不是多种口味

数据46: 特定消费者的植物蛋白饮料购买偏好，2015年10月

对国际和本土品牌的态度

国际品牌具有更优质的形象 ...

数据47: 对国际和本土植物蛋白饮料品牌的态度，2015年10月

...但消费者仍青睐本土品牌

数据48: 对国际和本土植物蛋白饮料品牌的消费者偏好，2015年10月

数据49: 对国际和本土植物蛋白饮料品牌的态度，2015年10月

对植物蛋白饮料的普遍态度

消费者正在寻求具有附加价值的植物蛋白饮料

数据50: 消费者对植物蛋白饮料的态度，2015年10月

数据51: 由多种植物蛋白原料混合制成的儿童植物蛋白饮料样例，中国，2014-15年

数据52: 具有美容功效的植物蛋白饮料产品样例台湾，2015年

无/低添加糖新品仍有发展空间

数据53: “不含添加糖”“无糖”或“低糖”植物蛋白饮料新品比例，中国和全球，2013-2015年

认识英敏特城市精英人群

对核桃和椰汁饮料的浓厚兴趣

数据54: 过去六个月内喝更多植物蛋白饮料的消费者比例（按消费者分类区分），2015年10月

锻炼前或锻炼后喝植物蛋白饮料

数据55: 强调的植物蛋白饮料消费场合（按消费者分类区分），2015年10月

数据56: 为锻炼后设计的植物蛋白饮料产品

认为喝植物蛋白饮料是种时尚

数据57: 特定消费者对植物蛋白饮料的态度(按消费者分类区分)，2015年10月

附录——研究方法 缩略词

研究方法

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

植物蛋白饮料 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

扇形图预测

英敏特城市精英人群

为什么要命名为英敏特城市精英人群？

他们是谁？

数据58: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按性别、年龄和个人收入区分）

数据59: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按婚姻状况、城市级别和教育水平区分）

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com