

植物蛋白饮料 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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



“拓展消费场合是植物蛋白饮料未来发展的关键。除了早餐，植物蛋白饮料的饮用场合可延伸到一天中的不同时段，而厂商或品牌还可探索开发大豆或核桃等传统饮料之外的其他不同类型的植物蛋白饮料。将植物蛋白饮料打造成健康生活的一部分可能会为日益放缓的当前市场增添一种营销新触角，并有效吸引非饮用者。除了包装设计，儿童植物蛋白饮料还应在功效性和营养方面提升吸引力。”

— 李蕾，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 如何将植物蛋白饮料打造成一种健康生活方式
- 如何定位儿童和家长
- 如何针对不同场合定位经典和新型植物蛋白饮料

不同于瓶装水或茶饮料市场，中国植物蛋白饮料市场相当分散，市场发展空间巨大。尽管增速放缓，但该市场的增长前景依然广阔。中国植物蛋白饮料市场的销售份额高度分化，这为小企业和新晋企业提供了相对容易的市场进入机会。

在创新方面，不含添加剂和防腐剂的植物蛋白饮料以及新型植物蛋白饮料（如紫薯、栗子、黑芝麻和粗粮饮料）进入市场，并日受追捧。面向儿童的植物蛋白饮料品牌为数不多，这一特定细分市场有待进一步发掘。高蛋白含量是植物蛋白饮料的一个强势卖点。

整体而言，植物蛋白饮料在消费者心目中留有健康正面的产品形象，因此，将植物蛋白饮料定位为健康生活方式产品可能不失为一种独到的营销视角，这不仅能吸引到注重健康的消费者，而且也可通过功能性（如植物性膳食、高蛋白含量或植物蛋白饮料的营养价值）吸引非饮用者。

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@mintel.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 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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

您所需要了解的

报告定义

综述

市场

数据 1: 中国植物蛋白饮料零售销售额, 2011-21年

数据 2: 中国植物蛋白饮料零售销售量, 2011-21年

重点企业

数据 3: 市场份额 (按中国植物蛋白饮料市场的销售额区分), 2015年

消费者

植物蛋白饮料的高渗透率和不断提高的消费量

数据 4: 过去6个月的植物蛋白饮料渗透率, 2016年11月对比2015年10月

消费者喝更多的大豆和核桃饮料

数据 5: 过去6个月的消费趋势, 2016年11月

家中有小孩的消费者青睐核桃饮料

数据 6: 消费趋势, 饮用更多的核桃饮料 (按特定人口特征区分), 2016年11月

在不同场合的消费量均有下滑

数据 7: 过去6个月的消费场合, 2016年11月

我们的观点

议题与洞察

如何将植物蛋白饮料打造成一种健康生活方式

现状

启示

如何定位儿童和家长

现状

启示

数据 8: 国际市场上具有高蛋白宣称的植物蛋白饮料产品样例, 2016年

如何针对不同场合定位经典和新型植物蛋白饮料

现状

启示

市场——您所需要了解的

市场日趋放缓

大卖场植物蛋白饮料销量下滑催生新消费场合

大豆和新型植物蛋白饮料表现亮眼

市场规模及预测

市场日趋放缓

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 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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 9: 中国植物蛋白饮料零售销售额，2011-21年

数据 10: 中国植物蛋白饮料零售销售量，2011-21年

市场因素

消费者在大卖场购物的频率降低

植物蛋白饮料与任何消费场合的关系都不太紧密

将口味选择和高端化作为市场驱动因素

市场细分

大豆饮料的增长最稳定

数据 11: 不同植物蛋白饮料的市场份额（按销售额区分），2011-16年

数据 12: 中国植物蛋白饮料零售销售额，2011-21年

采用新型植物蛋白成分的产品具有潜力

数据 13: 中国花生饮料及其他植物蛋白饮料的零售销售额，2011-21年

经典植物蛋白饮料的市场份额正在流失

数据 14: 中国椰汁饮料的零售销售额，2011-21年

数据 15: 中国核桃饮料的零售销售额，2011-21年

数据 16: 中国杏仁饮料的零售销售额，2011-21年

重点企业——您所需要了解的

领先企业没有主导市场

将产品和成分多样化作为一种竞争策略

植物蛋白饮料中的新植物蛋白

市场份额

河北养元的市场份额正在流失，但仍是市场领导者

单一类型植物蛋白饮料企业需采取新策略以抢夺市场份额

蓝剑唯怡通过餐饮渠道抢占市场份额

数据 17: 中国植物蛋白饮料零售市场份额(按销售额区分)，2014-15年

竞争策略

产品和成分多元化

数据 18: 采用新型原料制成的植物蛋白饮料样例，2016年

定位特定消费场合

数据 19: 植物蛋白饮料的特定消费场合，2015-2016年

谁在创新？

健康和安全宣称呈上升趋势

数据 20: 中国新上市植物蛋白饮料使用的宣称趋势，2011-16年

创新植物蛋白

数据 21: 采用新型原料制成的植物蛋白饮料样例，2016年

专为儿童设计的植物蛋白饮料

数据 22: 专为儿童设计的植物蛋白饮料产品样例，2014年

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 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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

植物蛋白饮料的蛋白质含量呈下行趋势...

数据 23: 2011-16年中国植物蛋白饮料*平均蛋白含量

...但高蛋白应是植物蛋白饮料的一个卖点

数据 24: 国际市场上具有高蛋白营养的高端植物蛋白饮料产品样例，2016年

吸引女性的美容或功能性植物蛋白饮料

数据 25: 女性植物蛋白饮料样例，2015-16年

消费者——您所需要了解的

20-39岁消费者最喜欢喝植物蛋白饮料

年轻消费者青睐大豆饮料——尤其是女性消费者

性别是选择购买渠道的差异化因素

消费者青睐种类多样的植物蛋白饮料，但不一定喜欢添加额外健康成分的产品

针对性和季节性产品最受欢迎

英敏特城市精英人群青睐粗粮饮料

植物蛋白饮料的渗透

高渗透率和不断增长的消费量

数据 26: 过去6个月的植物蛋白饮料渗透率，2016年11月对比2015年10月

数据 27: 中国市场上具有抗衰老宣称的植物蛋白饮料样例，2014年

20-39岁消费者的植物蛋白饮料消费量最高

数据 28: 植物蛋白饮料的渗透率（按年龄区分），2016年11月对比2015年10月

消费趋势

大豆和核桃饮料的消费量增多

数据 29: 过去6个月的消费趋势，2016年11月

年轻女性消费者青睐大豆饮料

数据 30: 消费趋势，饮用更多的大豆饮料（按特定人口特征区分），2016年11月

数据 31: 添加口味和成分的植物蛋白饮料产品样例，中国，2017年

家中有小孩的消费者青睐核桃饮料

数据 32: 消费趋势，饮用更多的核桃饮料（按特定人口特征区分），2016年11月

数据 33: 国际市场上儿童植物蛋白饮料产品样例，2016年

消费场合

聚会场合的消费量下降，但仍然占据重要地位

数据 34: 过去6个月的消费场合，2016年11月

数据 35: 具有适合出行饮用或省时/迅速宣称的植物蛋白饮料产品样例，国际市场，2016年

购买渠道

购买渠道趋势反映出商业化效应

数据 36: 过去6个月的购买渠道，2016年11月

性别是选择购买渠道的差异化因素

数据 37: 过去6个月的购买渠道（按性别区分），2016年11月

大多数消费者至少使用三种渠道购买植物蛋白饮料

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 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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 38: 过去6个月的购买渠道频度分析，2016年11月

数据 39: 过去6个月的购买行为，2016年11月

购买行为

大多数消费者青睐熟悉的国产品牌

数据 40: 过去6个月的购买行为，2016年11月

消费者青睐种类多样的植物蛋白饮料，但不一定喜欢添加额外健康成分的产品

数据 41: 过去6个月的购买行为，2016年11月

数据 42: 复合植物蛋白饮料，中国，2016年

消费者态度

针对性和季节性产品最受欢迎

数据 43: 过去6个月的消费者态度，2016年11月对比2015年

女性消费者希望从植物蛋白饮料中获取美容功效

数据 44: 过去6个月的消费者态度（按年龄区分），2016年11月

数据 45: 过去6个月的消费者态度（按家庭月收入区分），2016年11月

数据 46: 国际市场上具有美容功效的植物蛋白饮料产品样例，2016年

数据 47: 女性植物蛋白饮料样例，2016年

季节性植物蛋白饮料吸引年轻消费者

数据 48: 具有季节性宣称的植物蛋白饮料，2015-16年

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群 喝更多的粗粮饮料

数据 49: 过去6个月的消费趋势（按英敏特城市精英人群对比其他人群区分），2016年11月

数据 50: 国际市场上的粗粮饮料，2016-17年

英敏特城市精英人群往往在购买前做好计划

数据 51: 过去6个月的购买行为（对比英敏特城市精英人群和其他人群），2016年11月

英敏特城市精英人群更有可能在多种场合喝植物蛋白饮料

数据 52: 过去6个月的消费场合（按英敏特城市精英人群对比其他人群区分），2016年11月

数据 53: 采用咖啡/咖啡口味的植物蛋白饮料和奶昔，国际市场，2016年

附录一—市场规模及预测

数据 54: 中国植物蛋白饮料零售销售额，2011-21年

数据 55: 中国植物蛋白饮料零售销售量，2011-21年

附录一—研究方法

研究方法

扇形图预测

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