

# 植物基饮食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“植物基食品和饮料包装上的醒目标签能给消费者留下来清洁、新鲜的印象，植物基食品和饮料可从中受益。疫情之后，消费者迫切地想要增进身心健康，同时对美味诱人的创新兴趣浓厚，这给植物蛋白饮料中的优质成分和肉食替代品的登场带来了机会。尽管新冠疫情带来了经济上的不稳定性，但创新植物肉的主要受众群体是相对富裕的人群。对于心怀抱负，想要开辟新的疆域的企业来说，这意味着机会。”

— 徐文馨，高级分析师，2020年5月31日

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 新冠疫情对于植物基饮食习惯的影响及后疫情时代值得关注的关键趋势
- 研究传统豆制品素食的使用和认识
- 探索对创新植物基替代肉的兴趣和期待
- 重新想象植物蛋白饮料的功能性
- 通过餐饮服务业面向公众营销

近年来，植物基饮食大受热捧，因为全球传统肉业和乳业公司都在力图拓展产品线，用营养健康的高端食品饮料引发消费者的兴趣。

道德宣称在中国仍然是小众，且还有很长一段路要走，但品牌和公司可以强调先进科技赋予创新植物基食品更好的口味、更丰富的营养。创新植物肉需积极竞争，扭转消费者对于传统豆制品素食的既有印象。

在新冠疫情之后，消费者更为关心增强免疫力和增进健康，植物基饮食可借此机会将自己定位成清洁、自然的食疗。

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

# 植物基饮食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

报告关键议题

报告研究范围

### 综述

市场

新冠疫情对植物基饮食的影响

疫情的长期影响较小

数据1: 新冠疫情对植物基饮食短期、中期和长期影响, 2020年4月

消费者

杂食消费者居多

数据2: 消费频率, 2019年12月

功能性目的推动消费

数据3: 消费目的, 2019年12月

有潜力扩展植物蛋白饮料在早餐以外的消费场景

数据4: 植物蛋白饮料的饮用场景, 2019年12月

40多岁的消费者喜爱传统豆制品素食的健康形象和熟悉味道

数据5: 传统素食的食用, 2019年12月

“有机”和“不含添加剂”是高端的象征

数据6: 对传统素食的升级期望, 2019年12月

对创新替代肉的兴趣激发市场潜力

数据7: 对新科技肉食的兴趣, 2019年12月

我们的观点

### 新冠疫情对植物基饮食的影响

数据8: 新冠疫情对植物基饮食短期、中期和长期影响, 2020年4月

机遇与挑战

新冠疫情引发中国重新思考饮食文化

将“清洁”或“卫生”的观念带到食物源方面

关注困难时期的情绪健康

用价格竞争力策略覆盖更多用户

对市场的影响

对植物基替代肉市场冲击不大

消费者行为的转变

在家用餐仍是主流, 餐饮业正在恢复中

数据9: 消费者花费变化, 月度比较, 2020年

风险持续, 催生增强免疫系统的需求

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

# 植物基饮食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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10: 做不同活动的频率 (按做过这些活动的被访者区分)，月度比较，2020年

数据11: 做不同活动的频率——一周做几次的被访者 (按代际区分)，2020年2月28日-3月6日

数据12: 做不同活动的频率——一周做几次的被访者 (按代际区分)，2020年3月25日-4月1日

中等收入到高收入家庭财务上受影响较少

数据13: 对于在未来3个月改善自己财务状况的信心 (按家庭收入水平区分)，2020年3月25日-4月1日

新冠疫情将如何重塑行业

对必要开支影响有限

经济压力将整个行业引向价格友好的选择

新的植物肉加速与餐饮服务商合作

数据14: 沃歌斯和塔可贝尔的植物基菜肴

数据15: 星巴克推出使用Beyond Meat和新猪肉创新肉的植物基意大利千层面和菜肴

数据16: 肯德基植物基鸡肉块快闪活动

对市场营销组合的影响

“清洁”成为头等大事

除对身体健康有益以外的饮食意义

通过知名餐饮渠道推广以降低消费者疑虑

利用社交媒体教育市场

新冠疫情：在中国市场情况简述

数据17: 中国新冠肺炎累计确诊病例，2020年1-5月

数据18: 复工情况，中国，2020年3月、4月和5月

## 议题与洞察

打上功能性宣称，植物蛋白饮料更好定位

现状

启示

数据19: 养元六个核桃最新产品卡慕宁

数据20: Pop & Bottle姜黄杏仁草药拿铁

推广弹性素食主义启发追求健康的消费者

现状

启示

数据21: 新猪肉公司的试吃服务，2019年

强调植物力量，不止于个人身体健康

现状

启示

数据22: Beyond Meat网站的环境影响宣称横幅

## 市场——您所需要了解的

跨国企业下注“未来肉”

新冠疫情下压力与焦虑水平剧增

解锁新方式：可被允许的味觉放纵

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

# 植物基饮食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

## 市场增长动力

猪肉价格攀升，消费量下降

数据23: 2010-2019年猪肉消费量

数据24: 中国猪肉价格，2019年5月-2020年4月

科学技术实现感官升级

跨国企业相信植物蛋白有未来

满足疫情后的增进健康需求

## 植物蛋白饮料市场亮点

杏仁和大豆领跑饮料和酸奶新产品研发，杏仁和椰子在冰淇淋品类颇受欢迎

数据25: 植物蛋白勺吃型酸奶、饮料和冰淇淋新品百分比（按部分成分区分），2019年4月-2020年3月

全球市场持续减糖；中日两国青睐蛋白质

数据26: 植物蛋白饮料新品平均含糖量 (g/100ml) (按部分市场区分)，2015-2020年

数据27: 植物蛋白饮料新品平均蛋白质含量 (g/100ml) (按部分市场区分)，2015-2020年

亚太：用“天然”和“有机”宣称强化植物的清洁感

数据28: 植物蛋白饮料新品部分成分宣称，亚太地区，2015-2020年

数据29: 亚太地区带有有机宣称的植物蛋白饮料

中国：可饮用的坚果种子正在萌芽

数据30: 高蛋白宣称的植物蛋白酸奶

日本：用植物元素进行热门休闲饮料形象改造

数据31: 朝日绿色可尔必思（大豆原料的乳酸饮料）于2020年4月上市

全球：无负罪感的味蕾享受，冰淇淋行业改头换面

数据32: 植物基冰淇淋定位为无负罪感的享受

## 消费者——您所需要了解的

大多数人口自认为杂食动物

功能性推动消费

好奇心打开替代肉市场大门

## 消费频率

谷物、蔬菜和水果是日常饮食的几大支柱

数据33: 消费频率，植物来源的食品和饮料，2019年12月

乳制品居动物来源食品饮料之首，禽肉禽蛋次之

数据34: 消费频率，动物来源的食品和饮料，2019年12月

大多数自认杂食动物

数据35: 消费频率，2019年12月

维生素、纤维和蛋白质推动40多岁女性的高频消费

数据36: 消费频率（按性别和年龄区分），2019年12月

## 消费目的

功能性目的推动消费

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

# 植物基饮食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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37: 消费目的，2019年12月

补充营养或是针对30多岁消费者的潜在机会

数据38: 消费目的 (按性别和年龄区分)，2019年12月

膳食重点体现代际差异

数据39: 消费目的 (按代际区分)，2019年12月

## 植物蛋白饮料的饮用场景

培养早餐以外的饮用习惯

数据40: 植物蛋白饮料的饮用场景，2019年12月

高收入者更常将植物蛋白饮料作为休闲饮料

数据41: 植物蛋白饮料的饮用场景 (按个人月收入区分)，2019年12月

中高收入家庭寻求迅捷健康的解决方案

数据42: 植物蛋白饮料的饮用场景 (按家庭月收入区分)，2019年12月

## 传统素食的食用

传统豆制品素食吸引一半消费者

数据43: 传统素食的食用，2019年12月

传统豆制品素食面临差异化难题

数据44: 对传统素食的满意度，2019年12月

数据45: 非用户的兴趣，2019年12月

男性消费者不满传统豆制品素食口味，为质地和口味创新带来机会

数据46: 传统素食的食用 (按性别区分)，2019年12月

传统豆制品素食吸引最关注健康的消费者

数据47: 对传统素食的满意度，2019年12月

数据48: 非用户的兴趣 (按性别和年龄区分)，2019年12月

扩大覆盖范围，更加兼容并蓄

数据49: 传统素食的食用 (按个人月收入区分)，2019年12月

## 对传统素食的升级期望

清洁标签是消费者对高端版本的首要期望

数据50: 对传统素食的升级期望，2019年12月

数据51: 典型传统豆制品素食包装

向30多岁和40多岁的女性消费者保证质量

数据52: 对传统素食的升级期望 (按家庭构成区分)，2019年12月

## 对新科技肉食的兴趣

前卫替代肉食引发风潮与大众好奇心

数据53: 对新科技肉食的兴趣，2019年12月

新科技肉食吸引中高收入家庭和父母

数据54: 对新科技肉食的兴趣 (按家庭月收入和家庭构成区分)，2019年12月

数据55: 对新科技肉食的兴趣，2019年12月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

# 植物基饮食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

## 认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群经验丰富，非英敏特城市精英人群充满好奇

数据56: 传统素食的食用 (按消费者分类区分)，2019年12月

数据57: 传统素食的食用 (按消费者分类区分)，2019年12月

英敏特城市精英人群对传统素食的升级期望高

数据58: 对传统素食的升级期望 (按消费者分类区分)，2019年12月

英敏特城市精英人群在各种场景饮用植物蛋白饮料

数据59: 植物蛋白饮料的饮用场景 (按消费者分类区分)，2019年12月

新科技肉食激起更多英敏特城市精英人群兴趣

数据60: 对新科技肉食的兴趣 (按消费者分类区分)，2019年12月

## 附录——研究方法与缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)