

## 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
- 通过餐饮服务面向公众营销

近年来,植物基饮食大受追捧,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技术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: 对新科技肉食的興趣, 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](https://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和新猪肉创新肉类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 &amp; 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

解馋新方式: 可被允许的味觉放纵

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

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](https://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

## 对新科技肉食的興趣

前卫替代肉食引发风潮与大众好奇心

数据53: 对新科技肉食的興趣, 2019年12月

新科技肉食吸引中高收入家庭和父母

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

数据55: 对新科技肉食的興趣, 2019年12月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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体验丰富，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: 对新科技肉食的興趣 (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](https://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)