

肠道健康管理 - 中国 - 2020年8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



“消费者对天然的、全方位提升健康的方式偏好推动了肠道健康相关功能性食品饮料的增长，并对保健品带来挑战。市场机遇在于扩大品类，提供各种“有益肠道健康”的食品饮料（如兼具健康和纵享的选择），以及由更高端的产品需求所驱动的保健品创新（如对新场合和新配方的兴趣）。此外，消费者越来越关注心理健康，尤其是在新冠疫情后。从长远来看，可能会进一步推动肠道健康管理市场的增长。”

— 刘文诗，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 本报告分析以下问题
- 新冠疫情对消费者需求以及肠道健康管理产品和服务使用的影响
- 品牌、企业和制造商如何应对疫情后的市场机遇与挑战
- 了解现今消费者所面临的肠道健康问题以及改善肠道健康的方法
- 消费者对“肠道健康”益处的认知
- 消费者对与管理肠道健康相关的成分和产品形式的兴趣

中国城市居民面临着许多与肠道健康密切相关的饮食和生活方式问题，例如，多肉少纤维的饮食失衡，消化问题和失眠等亚健康问题的高发。在意识到饮食不足和各种亚健康问题之间的关系后，许多消费者认为肠道健康管理最好从全局入手，着重考虑全方位（如饮食健康、定期锻炼、积极的心态）和天然（如吃更多的蔬菜、水果和酸奶，而不是服用保健品）的肠道健康管理方法。

由于中国的食品饮料产品营销受到密切规范、监管，具有肠道健康相关功能性宣称的新品在食品饮料中所占的份额有限，但在维生素和膳食补充剂中却更为普遍。然而，英敏特预测，消费者对天然食品饮料的偏好为更多类型的日常食品饮料提供了推出“有益肠道健康”选择的机会。

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

肠道健康管理 - 中国 - 2020年8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

报告范围

不包括

细分群体定义

数据1: 低/中等/高家庭月收入群体的定义 (按家庭月收入和城市线级区分)

综述

市场

消费者对天然的、全方位方法的青睐给非处方药和保健品带来挑战，同时为功能性食品饮料提供机会

含有更具体功效的升级产品和服务是一个机会

新冠疫情对肠道健康管理的影响

预计新冠疫情将在短期和长期推动市场增长

数据2: 新冠疫情对肠道健康管理的短期、中期和长期影响，2020年8月

公司与品牌

消费者

肠道健康管理更多的由亚健康问题驱动，而不是特定疾病

数据3: 肠道健康问题，2020年4月

消费者认为最好从整体管理肠道健康，并优先考虑益生菌产品

数据4: 提升肠道健康的方法，2020年4月

益生菌产品选择因素越来越细致

数据5: 含有益生菌的产品选择因素，2020年4月

利用新兴的精神健康寻求多样化的肠道健康益处

数据6: 肠道健康的益处，2020年4月

益生元和后生元为小众成分，并更受成熟消费者的认可

数据7: 对肠道菌群的理解，2020年4月

消费者对更多添加益生菌和纤维的食品饮料有广泛兴趣

数据8: 产品形式的偏好，2020年4月

我们的观点

议题与洞察

首选“合生元/益生元”来提升肠道健康产品的功效

现状

启示

数据9: 爱益康轻畅益生菌粉，台湾，2020年

数据10: 进军特定健康需求的益生元产品示例，全球，2020年

数据11: Emma & Tom's 益生菌+益生元橙汁，澳大利亚，2020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

肠道健康管理 - 中国 - 2020年8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

通过强调肠脑轴让肠道健康更为重要

现状

启示

数据12: 在营销活动中推广肠脑轴的品牌示例, 全球

数据13: 含有消化和心理健康益处的食品饮料示例, 全球, 2018-2019年

数据14: 服务中包含肠脑健康的定制化保健品示例, 全球

挖掘后生元趋势, 寻找提供肠道健康益处的新方法

现状

启示

数据15: 强调后生元益处的产品示例, 全球, 2019年

数据16: 采用后生元成分的不同品类示例, 全球, 2018-2019年

数据17: House Wellness Food含有L-137的粉状饮料和果冻饮料, 日本, 2019-2020年

市场——您所需要了解的

消费者对全方位和天然方法的青睐给非处方药和保健品带来挑战, 同时为功能性食品饮料提供了机会

日常食品饮料品类可利用肠道健康益处瞄准年轻消费者

机会不仅仅在于探索新配方

市场概述

年轻一代为肠道健康市场提供未发掘的机遇

需求全面且自然的肠道健康管理方法

深化科学研究以扩大肠道健康产品的宣称

消费者对益生菌提供的益处有更细致的需求, 而后生元概念正在兴起

新冠疫情对肠道健康管理的影响

数据18: 新冠疫情对肠道健康管理的短期、中期和长期影响, 2020年8月

市场细分

市场格局

数据19: 具有肠道健康**相关的功能性宣称的食品*、饮料和保健品新品比例, 中国, 2015年7月-2020年6月

品类聚焦: 食品饮料

产品宣称趋势

数据20: 具有肠道健康**相关的功能性宣称的食品*、饮料新品比例, 中国, 2017年7月-2020年6月

益生菌宣称

数据21: 具有益生菌宣称的食品*、饮料新品比例(按前五大品类区分), 中国, 2017年7月-2020年6月

数据22: 具有益生菌宣称的食品*、饮料新品的前五大品类(按滚动全年数据区分), 中国, 2017年7月-2020年6月

乳制品不断创新

数据23: 强调益生菌详细功能的酸奶示例, 中国, 2020年

通过添加益生菌彰显果汁饮料的功能性

数据24: 具有益生菌宣称的果汁饮料示例, 中国, 2019年

益生元宣称

益生元开始为糖果提供新功能

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

肠道健康管理 - 中国 - 2020年8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25: 具有益生元宣称的食品*、饮料新品份额(按前五大品类区分),中国,2017年7月-2020年6月

数据26: 具有益生元宣称的食品*、饮料新品的前五大品类(按滚动全年数据区分),中国,2017年7月-2020年6月

数据27: 结合益生菌和益生元的糖果示例,中国,2018年

富含/添加纤维宣称

富含纤维在更多类型的日常食品饮料中受到关注

数据28: 具有富含/添加纤维宣称的食品*、饮料新品份额(按前五大品类区分),中国,2017年7月-2020年6月

数据29: 具有富含/添加纤维宣称的食品*、饮料新品的前五大品类(按滚动全年数据区分),中国,2017年7月-2020年6月

乳制品可作为纤维创新的一部分,以解决中国居民纤维摄入不足

数据30: 具有富含/添加纤维宣称的乳制品和乳制品替代品示例,中国,2019-2020年

“富含纤维”可用于减糖零食中

其他机会: 高纤维消化宣称在体重管理中值得注意

数据31: 具有富含/添加纤维和常见消化健康宣称的代餐产品示例,中国,2019年

数据32: 理想燃料防弹茶,中国,2020年

品类聚焦: 医疗保健

数据33: 具有肠道健康*相关的功能性宣称的保健品新品份额,中国,2015年7月-2020年6月

肠道健康保健品前景可观

数据34: 产品细分——具有肠道健康相关的功能性宣称*的维生素和膳食补充剂,中国,2015年7月-2020年6月

成分聚焦

益生菌、纤维和益生元可探索肠道健康以外的机会

数据35: 具有“益生菌”宣称的食品*、饮料和保健品新品(按前五大功能性宣称区分),中国,2015年7月-2020年6月

数据36: 具有“富含/添加纤维或益生菌”宣称的食品*、饮料和保健品新品(按前五大功能性宣称区分),中国,2015年7月-2020年6月

后生元可在常温食品饮料等品类中蓬勃发展

数据37: 前10大含有后生元**成分的食品*、饮料和保健品新品,亚太地区,2015年7月-2020年6月

服务聚焦

肠道健康诊断市场正变得更专业化

运动健身和心理健康的益处或将推动肠道健康市场发展

公司与品牌——您所需要了解的

中国乳企巨头着眼于提高知名度

中国酸奶品牌以不同的方式推广肠道健康益处

诊断公司变得专业化

全球趋势: 挖掘肠道健康成分的多重益处

全球趋势: 肠脑轴将成为下一个新常态

竞争策略

数据38: 具有肠道健康相关功能性宣称的新品的领先公司的份额,中国,2015年6月-2020年6月

蒙牛: 投身公众教育

数据39: 蒙牛肠道健康白皮书以及教育动画和海报,中国,2020年

伊利: 尝试通过社交网络平台推广其功能性产品

数据40: 新食机的伊小菌和益小生产品,中国,2019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

肠道健康管理 - 中国 - 2020年8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

桂格:老牌企业进军更广泛的食用场合

数据41: 桂格黑白高纤混合燕麦片, 中国, 2020年

君乐宝积极在天然风味上做创新

数据42: 君乐宝纯享益生菌酸奶, 中国, 2020年

新希望:克服阻碍益生菌发挥功效的技术挑战

数据43: 新希望华西活润酸奶, 中国, 2020年

小型食品饮料品牌营销详细的细菌特征

数据44: 强调特定菌株种类及其健康益处的酸奶示例, 中国, 2019-2020年

保健品品牌引领肠/脑联系的创新

数据45: 优美达益体γ-氨基丁酸益生菌压片糖果以及益福生医精神益生菌PS128, 中国

诊断公司变得专业化

数据46: 微健康基因和北大营养提供的家用肠道微生物检测服务, 中国

全球趋势/创新

扩展到更多的食品饮料品类

数据47: 利用益生菌、益生元和纤维成分进行品类扩张的食品饮料示例, 全球, 2018-2019年

挖掘功能性纤维的多种益处

数据48: 具有多种功能性纤维益处的产品示例, 全球, 2019年

强化发酵饮料中的益生菌、益生元和草本植物成分, 以提高产品相关性

数据49: 推广肠道健康益处的发酵饮料示例, 全球, 2018-2019年

后生元表现出势不可挡的趋势

数据50: 使用后生元的产品示例, 海外, 2018年

针对更便利场合推出易于使用形式

数据51: 具有肠道健康相关宣称的食品、饮料和保健品新品份额(按“便利——易于使用”宣称区分), 全球vs中国, 2015年7月-2020年6月

数据52: 创新酸奶和益生菌保健品形式示例, 全球, 2018-2019年

涵盖除了消化之外的健康益处

数据53: 提供肠道和其他功能性健康益处的产品示例, 全球, 2018-2019年

在心理健康科普中融入通俗易懂的形式

数据54: 利用简单营销强调心理和肠道健康重要性的食品、饮料和保健品品牌示例, 海外, 2018-2019年

通过结合技术和真人专家, 提升个性化产品的精确性

数据55: DayTwo肠道微生物检测服务, 以色列

消费者——您所需要了解的

轻微肠道症状搭配生活方式的改变

消费者寻求健康肠道的多种益处, 且越来越关心肠道和心理健康的联系

益生菌产品的选择因素越来越细化

益生元和后生元等新兴成分正逐渐受到消费者青睐

消费者对添加益生菌或纤维的产品形式有浓厚兴趣

肠道健康问题

肠道健康管理更多的由亚健康驱动, 而不是特定疾病

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

肠道健康管理 - 中国 - 2020年8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56: 肠道健康问题, 2020年4月

为特定消费群体打造相关“场景”

数据57: 肠道健康问题 (按年龄区分), 2020年4月

已婚已育消费者容易出现消化健康症状

数据58: 肠道健康问题——胀气、皮肤差以及胃痛/肚子痛 (按家庭构成区分), 2020年4月

更多的较低线级城市的消费者有食欲不振问题

数据59: 肠道健康问题——食欲不振 (按城市线级区分), 2020年4月

北方的消费者面临烧心的困扰

数据60: 肠道健康问题——烧心 (按区域区分), 2020年4月

将肠胃问题转化为产品组合

数据61: 肠道健康问题 (食欲不振、胃痛/肚子痛)——过去12个月内有过恶心症状的消费者, 2020年4月

提升肠道健康的方法

消费者认为肠道健康管理最好从全局入手

数据62: 提升肠道健康的方法, 2020年4月

女性消费者是肠道健康管理的关键客群

年轻女性更注重心理健康

数据63: 提升肠道健康的方法——高纤维食物、运动、积极的精神状态 (按性别和年龄区分), 2020年4月

数据64: Happymate Foods推出的Xplor无糖圣罗勒香早芹籽曲奇, 印度, 2019年

中老年女性消费者选择保健品

数据65: 提升肠道健康的方法——益生菌和益生元保健品 (按性别和年龄区分), 2020年4月

益生元保健品在较低线级城市的接受度更高

数据66: 提升肠道健康的方法——益生菌和益生元保健品 (按认为服用益生菌和益生元保健品能提升肠道健康的消费者区分), 2020年4月

含有益生菌的产品选择因素

含有活的益生菌是主要选择因素

数据67: 含有益生菌的产品选择因素, 2020年4月

与酸奶和乳酸菌饮料相比, 益生菌保健品消费者不太注重味道和价格

数据68: 含有益生菌的产品选择因素, 2020年4月

品牌有机会在乳酸菌饮料中添加额外营养成分

数据69: 含有益生菌的乳酸菌饮料选择因素——添加额外营养素 (按性别、年龄和家庭构成区分), 2020年4月

数据70: 爱之味Okina益生菌水, 台湾, 2020年

肠道健康的益处

免疫力在肠道健康管理中起核心作用

数据71: 肠道健康的益处, 2020年4月

数据72: 肠道健康的益处 (按年龄区分), 2020年4月

肠道健康益处的联系与教育程度和收入水平相关

对肠道菌群的理解

提高营养物质的吸收和代谢在肠道菌群中发挥积极作用

数据73: 对肠道菌群的理解, 2020年4月

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

肠道健康管理 - 中国 - 2020年8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

聚焦合生元/后生元

品牌尚未通过在保健品和发酵食品饮料中突出益生元来建立知名度

数据74: 部分对肠道菌群的理解 (按家庭构成和教育程度区分), 2020年4月

数据75: 对肠道菌群的理解——我知道益生菌和益生元的区别 (按提升肠道健康的方法区分), 2020年4月

尽管缺乏认知, 但消费者开始意识到后生元的益处

数据76: 肠道健康的益处——我听说过后生元*这个词 (按对肠道菌群的理解区分), 2020年4月

消费者期望中医食疗能多元化

数据77: 对肠道菌群的理解——中医食疗* (按提升肠道健康的方法区分), 2020年4月

数据78: Vida Glow美容情绪食品保健品, 英国, 2019年

利用“多种菌群”向保健品消费者营销

数据79: 对肠道菌群的理解——健康的肠道需要有多种菌群 (按提升肠道健康的方法——服用益生菌保健品区分), 2020年4月

产品形式的偏好

消费者对更多的添加益生菌和纤维的食品饮料有广泛兴趣

数据80: 产品形式的偏好, 2020年4月

聚焦添加益生菌的产品创意

通过益生菌巧克力提升大脑功能

数据81: 产品形式的偏好——巧克力中添加膳食纤维 (按肠道健康的益处——提升大脑功能区分), 2020年4月

聚焦添加益生菌的产品创意

在高纤维饼干中加入水果和蔬菜为“天然”加分

数据82: 产品形式的偏好——饼干中添加膳食纤维 (按部分肠道健康的益处区分), 2020年4月

认识英敏特城市精英人群

心理健康在英敏特城市精英人群的肠道健康认知中发挥积极作用

数据83: 肠道健康益处的种类 (按消费者分类区分), 2020年4月

数据84: 肠道健康的益处——缓解焦虑和提升大脑功能 (按消费者分类区分), 2020年4月

英敏特城市精英人群对功能性成分更有见地

数据85: 对肠道菌群的理解 (按消费者分类区分), 2020年4月

英敏特城市精英人群对进口菌种感兴趣

数据86: 含有益生菌的产品选择因素——使用进口菌种 (按消费者分类区分), 2020年4月

附录——研究方法和缩写

研究方法

缩写

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