

植物基食品 - 中国 - 2021年

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 推动植物肉新兴市场发展的因素
- 植物肉市场的主要参与者及其营销策略
- 植物肉制品创新灵感
- 消费者对食品和原料的消费和认知
- 消费者对植物肉和原料的兴趣
- 消费者对植物肉的态度

重视蛋白质摄入的消费者日益增多，而且空前追求轻食（即低脂肪和低胆固醇），在此背景下，中国的植物基食品市场开始腾飞。此外，新冠疫情促使消费者更加关注食品安全和免疫系统，因此购买富含优质蛋白质的植物肉的潜在消费者有所增加。

虽然消费者尝试用植物基肉制品制成的不同菜品和原料的兴趣相对较高，但他们对植物肉不甚了解，尤其是难以区分植物肉制品与肉类、豆制品、豆类和蔬菜。这或因受到传统中式大豆肉制品的影响。

随着直接和持续的营销教育和沟通，以及市场上的产品创新（如植物肉菜品），预计市场将继续增长。各品牌应主要关注那些了解植物肉营养价值的早期食用者，同时吸引那些喜欢真肉但因营销宣传和产品风味而愿意尝试植物肉的追随者。



“由于消费者对健康饮食的认识和需求不断提高，植物肉市场日渐增长。对植物肉了解有限及对传统大豆肉的认知可能会阻碍消费者尝新的兴趣，但持续的营销教育和产品创新有望推动未来的市场增长。”

— 顾菁，品类总监

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

目录

概述

- 报告关键议题
- 本报告涵盖的产品
- 人口统计分类

综述

- 市场
- 公司与品牌
- 消费者

数据1: 食用频率, 2021年

数据2: 尝试使用植物肉制作的菜品的兴趣, 中国, 2021年

数据3: 对不同食材的看法, 中国, 2021年

数据4: 植物肉/素肉零食购买要素, 中国, 2021年

数据5: 感兴趣的植物肉原料, 中国, 2021年

数据6: 对肉类和植物肉的态度, 中国, 2021年

- 我们的观点

议题与洞察

- 以营养为重点的营销教育
- 现状
- 启示
- 依靠形态创新吸引更多消费者
- 现状
- 启示
- 数据7: 嘉植肴推出以植物肉为原料的中式菜品, 中国, 2021年
- 数据8: 全球市场中的植物肉干产品, 美国和韩国, 2021年
- 主要目标消费者追求健康的肉类替代品, 而追随者则注重口味和口感
- 现状
- 启示

市场因素

- 新冠疫情提高了人们对肉类安全和蛋白质摄入量的认识
- 对各种健康问题的担忧促使消费者尝试肉类替代品
- 将在两到三年内颁布立法
- 传统大豆肉制品影响消费者对植物基食品的认知

市场概述

- 国内外参与者可竞逐的高速发展领域
- 国际品牌通过国际零售商和快餐店进入中国市场

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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

- 更多国内品牌正在扩大影响力

营销活动

- 继续与快餐店合作开发常规产品
- 通过便利店、餐饮外卖平台等更多渠道触及消费者
- 降低价格让植物肉更实惠
- 依靠明星宣传提高知名度
- 重点宣传与真肉的相似性

新产品趋势

- 食品大类下不断推出具有植物基、纯净素和素食宣称的新品
数据9: 食品大类下各植物基食品品类占比，中国，2011-2020年
数据10: 食品大类下植物基、纯净素和素食宣称占比，中国，2011-2020年
- 新形态创新以满足肉类多样化需求
数据11: 创新形态的植物肉制品，中国市场，2020-2021年
数据12: 创新形态的植物肉制品，全球市场，2020-2021年
- 本土化和适合中国人口味的创新
- 将真肉与植物肉混合
数据13: 与真肉混合的植物基食品，全球市场，2020-2021年

食用频率

- 食用更多植物来源和动物来源的食品作为补充
数据14: 食用频率，中国，2021年
数据15: 每月食用频率（次数），中国，2021年
- 女性食用蔬菜和水果的次数更多
数据16: 食用频率——每周1次以上（按性别区分），2021年

对植物肉的兴趣

- 植物肉尤其受高收入者欢迎
数据17: 尝试使用植物肉制作的菜品的兴趣，中国，2021年
数据18: 尝试使用植物肉制作的菜品的兴趣（按收入区分），中国，2021年
- 女性消费者青睐小块食品
数据19: 尝试使用植物肉制作的菜品的兴趣（按性别区分），中国，2021年
- 采用植物肉的中式菜品深受年长消费者欢迎
数据20: 尝试使用植物肉制作的菜品的兴趣（按年龄段区分），中国，2021年
- 植物肉牛排、炸鸡块和肉串更能吸引那些寻求能够替代真肉的植物肉的消费者

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 数据21: 尝试使用植物肉制作的菜品的兴趣（按植物肉选择因素区分），中国，2021年
- 数据22: 尝试使用植物肉制作的菜品的兴趣（按对植物肉口感的态度区分），中国，2021年

对不同食材的看法

- 人们对植物肉的看法及其对肉类和豆制品的看法不同
数据23: 对不同食材的看法，中国，2021年
- 有必要进一步宣传植物肉的营养功效
数据24: 对不同食材的看法（按是否期待市面上有更多植物肉制成的肉类区分），中国，2021年
- 认为植物肉有营养的年轻消费者较少
数据25: 对不同食材的看法（按年龄段区分），中国，2021年

植物肉的购买要素

- 口味最为重要
数据26: 植物肉/素肉零食购买要素，中国，2021年
- 突出口感和特殊风味以吸引女性和年轻消费者
数据27: 植物肉/素肉零食购买要素——前三重要（按性别区分），中国，2021年
数据28: 植物肉/素肉零食购买要素——前三重要（按年龄区分），中国，2021年

对植物肉原料的兴趣

- 大豆和魔芋/蒟蒻最受欢迎
数据29: 感兴趣的植物肉原料，中国，2021年
- 年长消费者愿意尝试多种原料
数据30: 感兴趣的植物肉原料（按年龄区分），中国，2021年
- 中高收入者愿意尝试不太熟悉的原料
数据31: 感兴趣的植物肉原料（按收入区分），中国，2021年
- 在选择植物肉时，重视基因安全的消费者更有可能尝试大豆
数据32: 感兴趣的植物肉原料（按植物肉选择因素区分），中国，2021年

对肉类和植物肉的态度

- 肉类很重要
数据33: 对肉类的态度，中国，2021年
- 但植物肉也很有前景，尤其是零食形态的植物肉
数据34: 对植物肉的态度，2021年
- 男性和年轻消费者对植物肉的味道持怀疑态度
数据35: 对植物肉的态度（按性别区分），中国，2021年
数据36: 对植物肉的态度（按年龄区分），中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



- 中高收入家庭消费者认为食用植物肉有好处
- 数据37: 对植物肉的态度（按家庭月收入区分），中国，2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。