

MINTEL

新冠肺炎疫情 将改变中国人对 肉类的态度



英敏特建议

英敏特专家



李琛

英敏特食品饮料行业副总监

01

植物蛋白肉是干净且安全的蛋白质

由于新冠病毒 (COVID-19) 疫情, 中国消费者可能开始寻找人造植物肉作为干净且安全的蛋白质, 以便降低动物相关病毒事件的暴露风险。

02

健康可持续食品体系的一部分

植物蛋白肉可以帮助满足中国消费者日益增长的肉类需求并解决国内肉类生产导致的环境问题。

03

改变人们对仿肉的认知

植物蛋白肉必须抛弃仿肉(素肉)形象并重新建立营养媲美动物蛋白的形象。

病毒疫情将让中国消费者更关注动物肉类安全

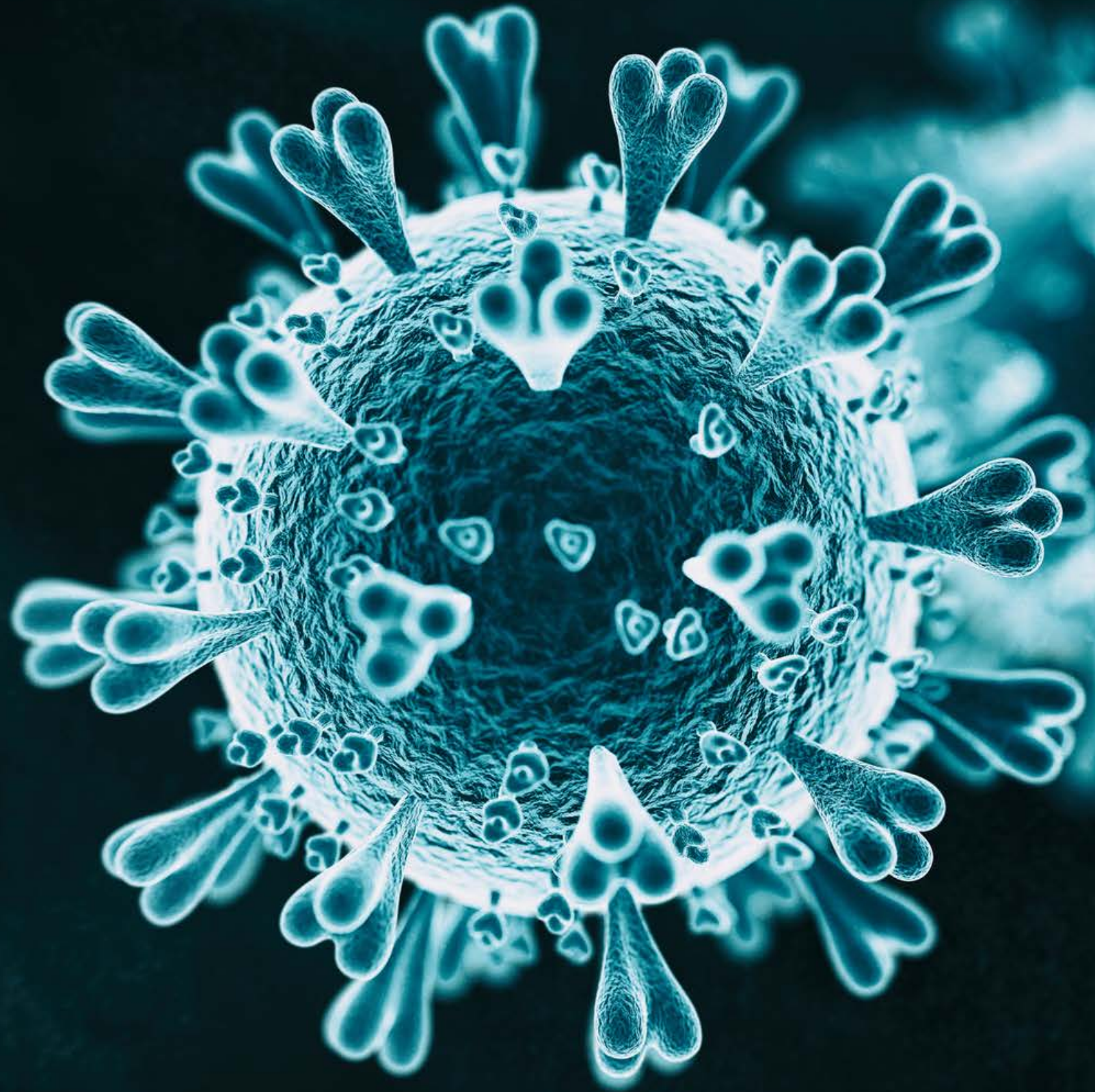
新冠肺炎疫情可能让中国消费者反思食用动物蛋白。新冠肺炎病毒传播与武汉华南海鲜市场密切相关，该农贸市场售卖肉类和活体动物。围绕活体动物交易在疾病疫情中的角色，引出许多问题。除催生改善卫生的预防措施和更严格的法规之外，该事件可能让人们更加关注安全且可持续的蛋白质。替代性肉类，比如植物蛋白肉或者甚至最终的实验室培育肉，可能在中国找到消费者，实际上在全球范围，更容易接受这些产品能够提供的“清洁”肉类主张。

粮农组织《2013 年世界畜牧业》报告：

最近几十年新出现的疾病中

70%

源自动物



动物相关病毒大事件

严重急性呼吸综合征 (SARS)

2002 年 11 月至 2003 年 7 月,在中国南方爆发 SARS 疫情,最终 17 个国家/地区报告 8,098 例确诊病例,导致 774 人死亡(致死率 9.6%),大部分病例出现在中国大陆和香港。人们怀疑病毒可能来自果子狸或蝙蝠。

甲型 H7N9 禽流感病毒

2013 年 3 月之前,中国从未在动物或人体发现这种特殊病毒 (H7N9)。人感染甲型 H7N9 禽流感病毒的绝大多数病例报告,近期接触过活禽或可能受污染的环境,尤其售卖活禽的市场。

非洲猪瘟 (ASF)

非洲猪瘟 (ASF) 是猪的高度传染性、出血性病毒性疾病。到 2019 年 8 月底,中国生猪存栏量下降约 40%。尽管不传染人,但该病毒造成严重的经济和生产损失。

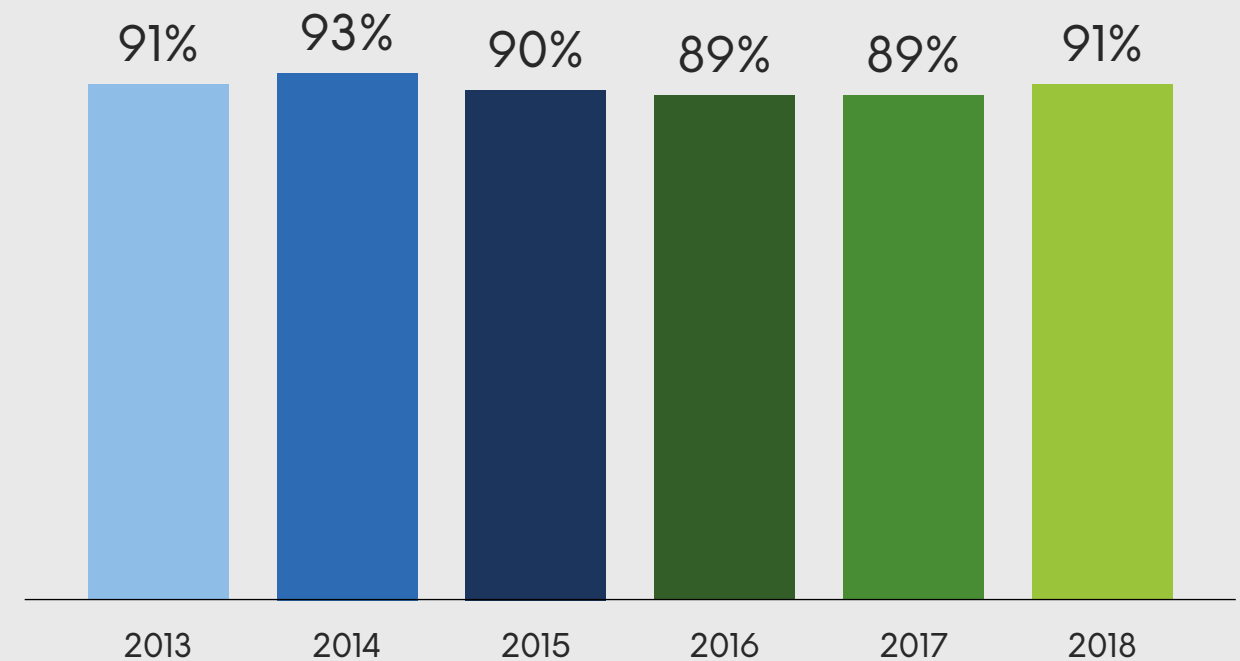
中国面临平衡肉类消费增长和环保义务的挑战

2016 年中国发布《国民营养计划》,指出到 2030 年,中国人均动物蛋白摄入量必须减少 50%。尽管《国民营养计划》的主要目标是提高中国居民健康水平,但它也表明,中国养活如此多的人口面临巨大压力。实际上,中国需要用全世界 1/15 的耕地养活全球 1/5 的人口。在人口增长、收

入增加和城市化推动下,中国动物蛋白需求快速增长。此外,如果用家畜满足这些需求,那么环境影响将是灾难性的。根据联合国粮食及农业组织 (FAO) 报告,中国已占全球生猪存栏量的一半以上,这给空气、土地和水资源造成巨大压力。

中国:人均猪肉消费量, 2013-18 年

磅 (屠宰体重)



资料来源: Pork Checkoff

中国政府积极支持替代性肉类产业

因此,中国政府正采取行动支持发展植物蛋白肉和实验室培育肉产业。正在制定相关产业法规,为未来创新成果的及时商业化铺平道路。尤其:

- 2019 年启动植物蛋白肉国家标准制定,2020 年正式立项。目前正在起草,即将发布。
- 中国工程院启动“中国工程院战略咨询项目生物培育肉发展战略研究”项目,将从战略层面制定“培育肉”议程。



资料来源:《新京报》

2019 年多个国内品牌发布植物蛋白肉产品

金字火腿人造肉植物肉饼牛肉味

金字火腿股份有限公司与美国杜邦公司旗下子公司丹尼斯克(中国)投资有限公司合作开发人造肉植物蛋白肉产品,不含胆固醇、动物激素或抗生素。



资料来源: 澎湃新闻



Green Monday 新猪肉

新猪肉在天猫开售两日内即卖出约 4,000 件。作为也在香港采用的战略的一部分,还计划在北京和上海 180 家餐厅与酒店提供。

资料来源: omnipork.co



百草味人造肉“烟熏小片肠”

2020 年 1 月,百草味在网店发布首款人造肉零食“烟熏小片肠”。

资料来源:《新京报》

西方植物蛋白肉 品牌瞄准中国进 行扩展

Beyond Meat 已加入中国植物性食品产业联盟,准备在中国市场开始销售其广受欢迎的植物蛋白肉产品。2020 年 2 月,它还与双塔食品签订 285 吨豌豆蛋白购买合同。

2019 年,Impossible Foods 在上海中国国际进口博览会上推出首款产品供观众品尝。它预计 2020 年底前开始在中国销售产品。

中国消费者对植物蛋白肉 的认知仍是一个障碍

尽管中国消费者积极地看待植物,但他们仍认为动物蛋白是营养中必不可少的。

66%

的中国城市消费者认同,仅食用植物性食品,他们无法摄入足够的营养

80%

的中国城市消费者认为,肉类对膳食均衡不可缺少的

数据调研对象: 3,000 位 20-49 岁年龄段互联网用户
资料来源:库润数据/英敏特

中国植物蛋白肉 发展历程可能既 充满机遇、又面临 挑战

实际上,植物蛋白肉对绝大多数中国消费者来说不是新事物。2018 年中国植物蛋白肉市场规模估计达到 9.1 亿美元销售额。中国人早已习惯于食用模仿肉类外观和感觉的豆腐干,这可追溯到一千多年前的唐朝。不过,这种传统植物蛋白肉被称为仿肉(素肉),主要是佛教徒或信教者食用。因此,植物蛋白肉被认为是面向不食肉的宗教人士的折衷方案。中国消费者普遍认为,动物蛋白具有更高营养价值。

因此,对植物蛋白肉生产商来说,至关重要的是,教导消费者了解全新植物蛋白肉不仅是现代版仿肉、而且还更健康更营养。



留意无病原体的实验室培育肉

植物蛋白肉具有无病毒和可持续优势,同时新兴实验室培育肉仍然更安全。在新冠肺炎疫情之后,“干净”、无病原体状况可能更有力地提高对这个新型肉类的认可度。英敏特在《2030 年食品与饮料趋势·高科技盛宴》报告中指出,消费者对食品工程和合成原料的信任度会增强;它们将逐渐被认为比原生态更好。2019 年 11 月,

在培养猪肉干细胞 20 天后,南京大学的中国科学家成功地创造中国首块实验室培育肉。

实验室培育肉仍处于早期阶段,商业化还很遥远。但是,值得密切关注这种健康可持续的蛋白质来源。



机遇

新冠肺炎疫情将是中国消费者反思人类与动物之间的关系的起因。它可能是面向中国消费者把植物蛋白肉定位为干净且安全的肉类替代品的机遇。作为一类可持续蛋白质来源，植物蛋白肉在中国具有巨大潜力，它有利于中国肉类市场的未来发展。一旦在商用切实可行，疫情还将让消费者更容易接受无病原体的实验室培育肉。





关于英敏特

英敏特洞悉消费者需求，解读深层原因。作为全球领先的市场研究咨询公司，我们分析消费者、市场、产品创新和竞争格局，提供对全球和地方经济的独特视角。自1972年成立以来，我们的预测型分析和专业推荐已帮助客户更迅速地制定更明智的商业决策。英敏特助力企业和人才成长。欢迎访问 china.mintel.com 了解更多。

关注我们



@英敏特咨询



@Mintel 英 敏特



china.mintel.com