



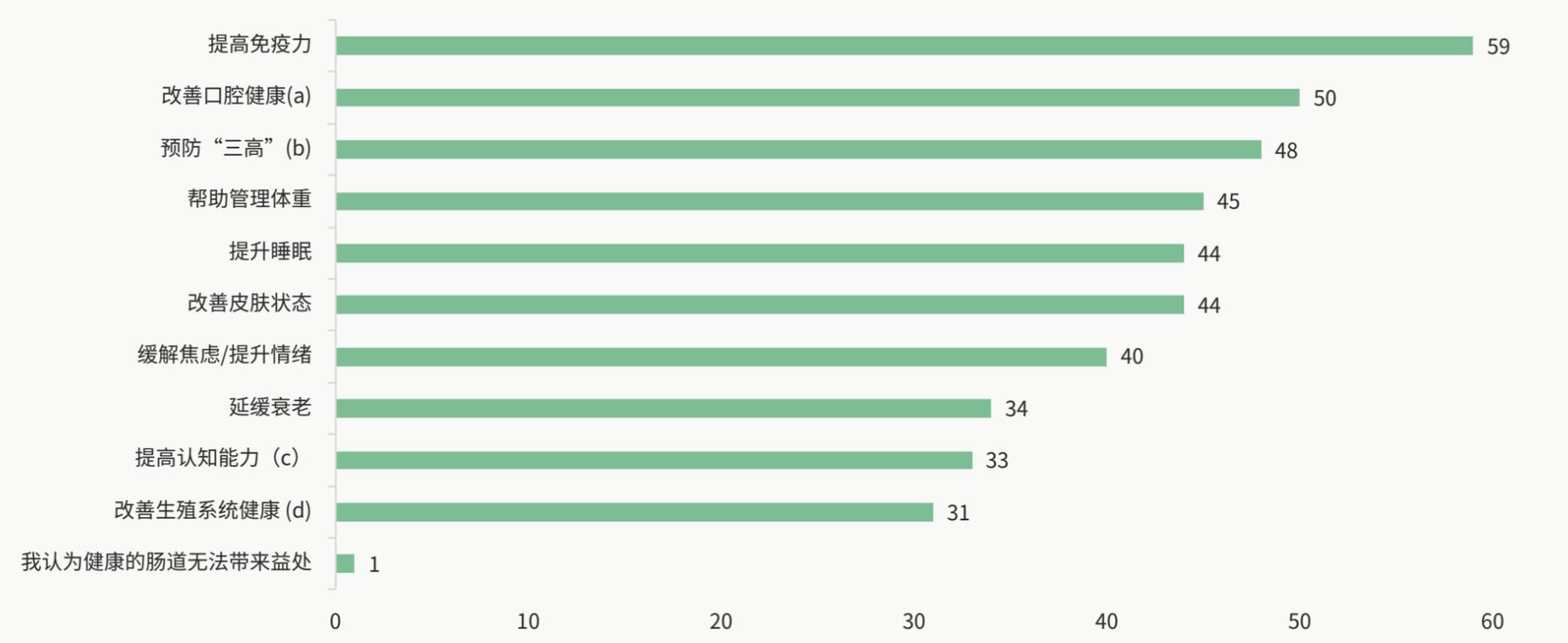
# 肠道健康趋势： 益生菌、膳食纤维引领创新



2022年初,中国遭受了(由奥密克戎Omicron变种引起的)新冠病例反弹的冲击,这也加速了推动肠道健康管理成为大健康市场产品研发的主流领域。英敏特报告《健康生活趋势——中国,2022年》也指出,消化问题是2021-2022年增长百分点最高的亚健康问题。

### 您认为良好的肠道健康可以带来以下哪些益处?

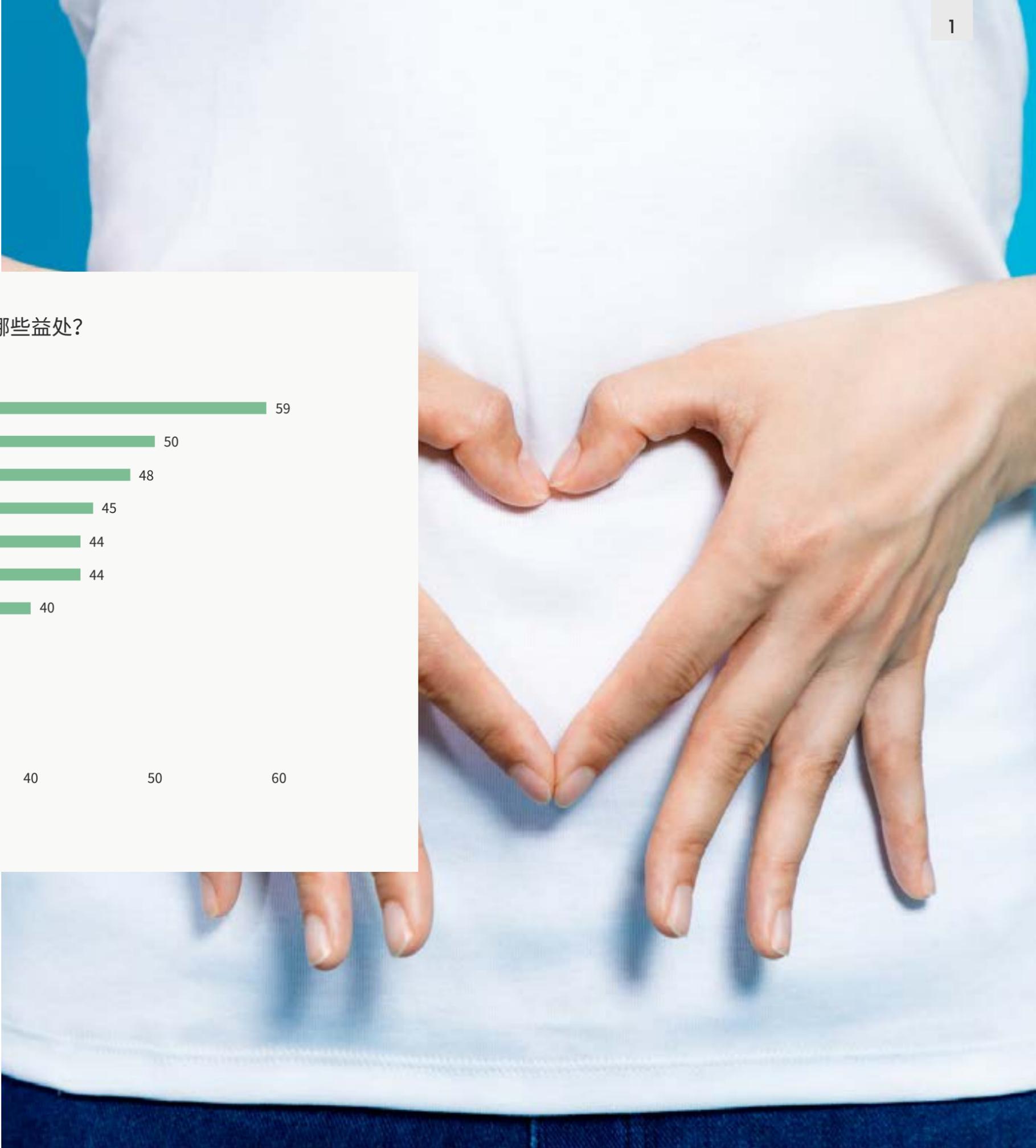
基于: 3000名18-59岁的互联网用户



(a) 如溃疡、口臭      (b) 即高血压、高血脂、高血糖  
(c) 如记忆力、专注力      (d) 如预防HPV感

来源: 库润数据/英敏特, 2022年3月

当然,广泛来看,肠道健康益处中最受认可的是提高免疫力。融入提高免疫力益处的肠道健康产品可更吸引拥有肠道健康管理长期需求的消费者(即那些经历过更少或没有肠道不适问题,但比以前更关注肠道健康保健的消费者)。另一方面,对肠道健康需求踊跃的人群(即那些有过更多肠道不适问题且比以前更关注肠道健康保健的被访者)更留意缓解焦虑和提升情绪等肠道健康益处。



# 益生菌引领创新

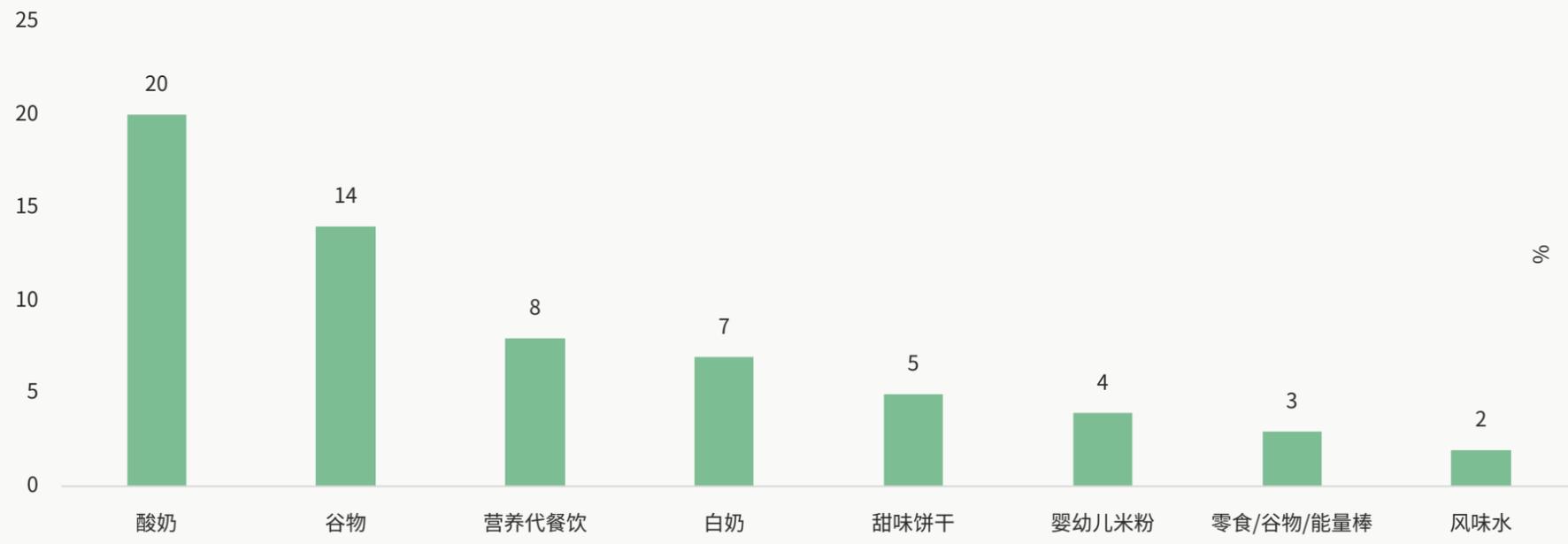
## 具有肠道健康益处的多样化的食品和饮料产品正在加速上新

益生菌被中国消费者认为是有效的 中国消费者认为益生菌能帮助消化,是市场上用于肠道健康声明的关键功能成分。中国政府计划对本地益生菌发展的支持将进一步推动这一趋势。

在食品和饮料类别中,酸奶与肠道健康的联系最为紧密。随着人们对肠道健康的关注度不断提高,消费者对更多帮助他们保持或改善肠道健康的食品和饮料形式持开放态度,这有利于食品和饮料品牌在中国获得更多机会。



中国市场食品饮料上新含有助消化的宣称比例, 2020-2021年



基于: 3,000 名18-59岁的中国网络用户  
来源: 英敏特全球新产品数据库, 2020 1月- 2021年12月

乘着益生菌日益普及的东风,更多的食品和饮料品类正在利用益生菌来吸引消费者的肠道健康益处。36%的中国消费者表示他们更喜欢从食品和饮料品牌中购买益生菌,这表明将益生菌应用于更多品类的巨大潜力。



来源:英敏特全球新产品数据库 (GNPD)

**益生菌芒果条**

用70%的精选成熟芒果制成,每100克含有80亿活性益生菌,包括专利的乳酸双歧杆菌M8。



来源:英敏特全球新产品数据库 (GNPD)

**Keep益生菌每日坚果**

该产品宣称采用7种源自全球各地的优质原料制成,并添加了凝结芽孢杆菌 (Ganeden BC30益生菌)。每包坚果零食含有5亿活性益生菌。





# 英敏特全球新产品数据库 (GNPD)

跟踪和分析全球产品创新的权威数据来源。



### 简介

86 个市场每月超过 40,000 项快速消费品 (FMCG) 新产品发布的可搜索数据库。

### 内容

食品科学、专业营养、专利、宣称、成分、包装和 应用等领域有关目前态势和未来趋势的分析 与建议。

### 助益



通过理解产品创新演进方式和原因,发现未来机会。



通过了解品类和市场现状,更快地做出更佳决策。



通过洞悉竞争对手目前行动和全球趋势演进方式,获得竞争优势。



每月 40,000+ 项新产品发布

每个产品 80+ 个信息字段

46 个品类和 273 个子品类

# 海外观察: 添加益生菌的非酒精饮料在海外兴起

# 62%

的被访者而有兴趣购买添加益生菌的非酒精饮料

tasty twists on familiar flavors



**STRAWBERRY + RHUBARB**  
a brightly springy peppy in your step-y

不过, 目前中国市场上带有益生菌宣称的非酒精饮料极为小众, 但该品类在海外市场日益流行。海外品牌Culture Pop将消费者熟悉的味道(如生姜柠檬、浆果和西瓜)、让人意想不到的烹饪香料(如姜黄、罗勒和迷迭香)与经过充分研究的枯草芽孢杆菌DE111相结合, 打造更为健康的饮料。



## 非传统形态日渐流行

就全球范围来看,英敏特观察到带有益生菌宣称的产品形态更趋多元化。过去一年,不仅仅是常见的粉剂形态不断增长,咀嚼片/片剂、有嚼劲(Q弹)和非传统形态(如杯装/桶装和袋装)也越来越多。



来源:英敏特全球新产品数据库 (GNPD)

**Noosa草莓奶油冷冻酸奶意式冰淇淋  
(Noosa Strawberries & Cream Frozen  
Yoghurt Gelato) (美国)**

该产品宣称是一款纵享型冷冻酸奶,口感醇香浓郁,丝滑细腻,甄选最优质的原料制成,包括全脂牛奶和益生菌。



# 英敏特2022年大健康列报告

英敏特中国报告在2022年推出总共135篇中文报告,并持续更新大健康系列。

迅速了解中国消费市场最明智的方式。精准、有力、值得信赖的数据、洞察和分析——为您提供需要掌握的关键信息,让您了解中国消费者所思所想以及背后的原因。

## 大健康系列2022报告目录

- 婴幼儿辅食
- 肠道健康管理
- 婴幼儿配方奶
- 孕期营养
- 健身人士
- 健康变老的饮食习惯
- 保健品
- 情绪健康管理
- 营养认知
- 健康生活趋势



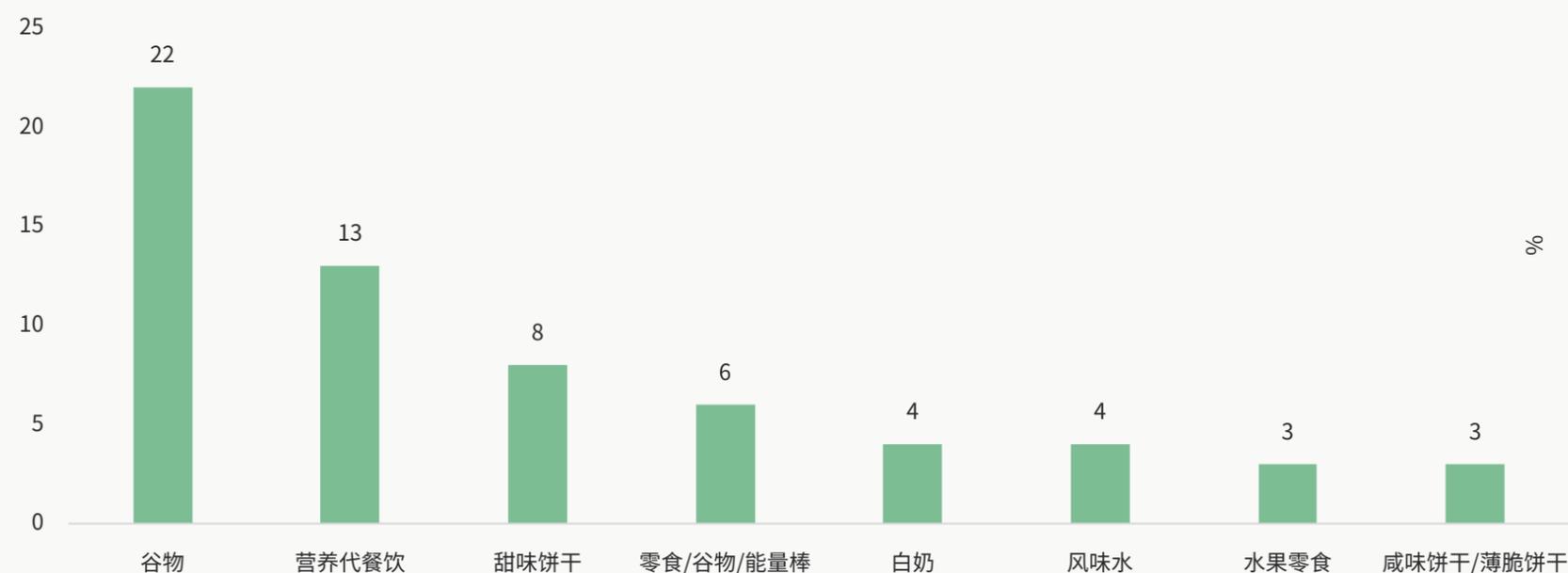
# 膳食纤维在更广泛的类别中的应用

# 79%

中国消费者通过食用高纤维食品来改善肠道健康问题, 并认为其有效。

膳食纤维在消费者中越来越受欢迎, 越来越多的消费者已经认识到膳食纤维的重要性。与为肠道性能提供额外动力的益生菌不同, 膳食纤维被认为是保持肠道正常运作的日常营养不可缺少的一部分。它的应用在各种食品和饮料类别中非常突出。与益生菌相比, 膳食纤维的优点是保质期长, 不需要冷藏条件。因此, 它是帮助消费者改善其肠道健康的一种多功能配料选择。

中国市场上新的食品饮料产品含有膳食纤维的宣称比例, 2020-2021年



# 下一步:提供全面营养的膳食纤维品种

中国的食品和饮料品牌可以进一步探索膳食纤维作为一种天然健康成分的日益普及。中国的食品和饮料品牌可以进一步挖掘膳食纤维的潜力,向消费者提供不同来源的纤维,以突出其天然健康功能。



来源:英敏特全球新产品数据库 (GNPD)

## 每鲜说代餐

15种水果和蔬菜以及20种营养成分。它的定位是为追求健康和营养的消费者提供高纤维的代餐。



# 我们的观点

随着消费者的肠道健康管理意识不断提高,再加上益生菌产业监管有所加强,“肠道健康”和“益生菌”等关键词预计将虏获消费者对肠道健康产品的购买兴趣。品牌和制造商需了解的是,目前肠道健康管理并非消费者普遍追求的生活方式,因此它们有必要精确地满足消费者的短期需求(即改善情绪),或以其业务愿景为导向,打造符合消费者长期需求的未来产品规划(即采用本土研发的益生菌菌株)。



## 英敏特专家



**李琛**  
中国食品与饮料副总监



**刘文诗**  
资深研究分析师



# 英敏特食品饮料

专家主导的前沿趋势情报资讯  
解决方案。

### 持续更新的前瞻性信息资讯

- 报道超过 35 个食品饮料品类。
- 86 个市场的产品创新。
- 35 个市场的消费数据。

### 全球分析师

直接与科学、零售、品类、包装和趋势分析师沟通交流

### 技术预见

- 概念
- 包装
- 风味
- 成分
- 专利
- 监管与标签
- 质地与形式

### 您还可以获得：

**英敏特报告：**覆盖九个市场的食品饮料品类的深度报告。

**英敏特趋势：**由每月300项观察和35个市场的消费者数据提供支持的宏观趋势。

**英敏特全球新产品数据库 (GNPD)：**囊括86个市场每月40,000+ 项创新性快速消费品 (FMCG) 产品发布

**英敏特市场规模：**34个市场60个消费品品类的人均消费数据

**英敏特菜单洞察：**每个季度来自美国1500 家餐厅的8000+ 份菜单的食品趋势

### 帮助您更快地做出更佳决策：

- 洞察与分析
- 专家建议
- 可靠预测

了解更多, 敬请访问: [china.mintel.com/shipin](http://china.mintel.com/shipin)  
邮箱: [infochina@intel.com](mailto:infochina@intel.com)





## 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](http://china.mintel.com) 了解更多。

### 关注我们

 @英敏特咨询

 @Mintel 英敏特



© 2022 Mintel Group Ltd.  
All rights reserved.

