2020 植物肉 消费者

2020线上植物肉消费人群洞察报告

CBNDATA 第一财经商业数据中心 × 天猫 TMALL.COM

© 2020 CBNData. All rights reserved.

目录 Content

1 Part1：植物肉发展背景与现状

2 Part2：植物肉消费者洞察

- 年轻尝鲜党
- 健康生活族
- 精英品质家

3 Part3：植物肉市场展望

01

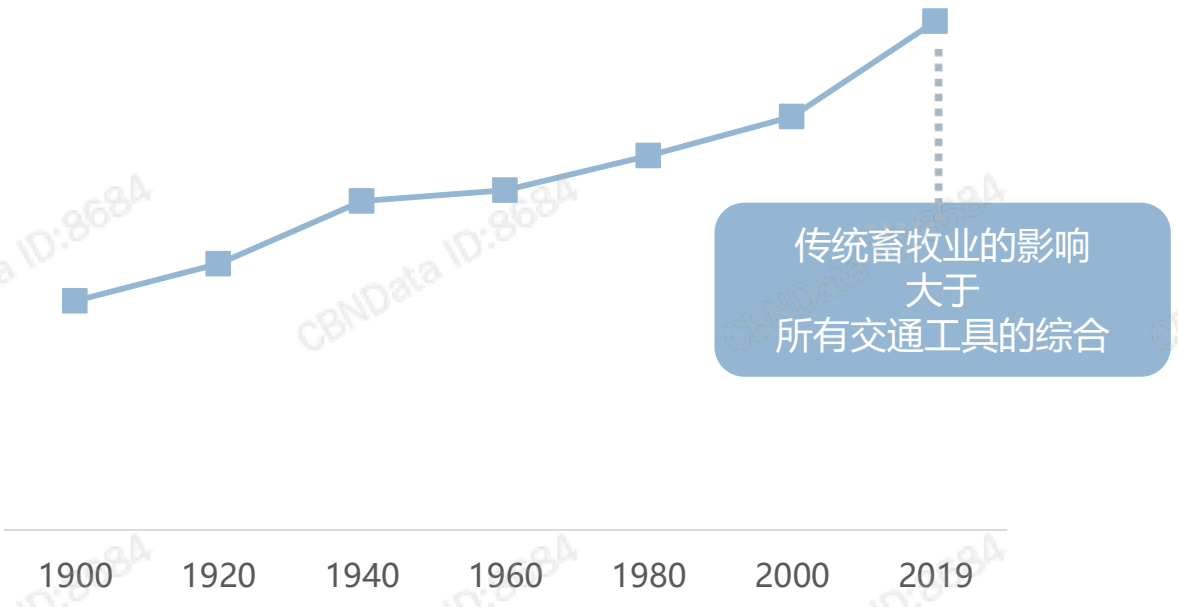
植物肉发展背景与现状

CBNData ID:8684

肉类生产是全球变暖的罪魁祸首，植物肉的“上位”将大幅减缓温室效应的加重

传统畜牧业是两大强温室气体（甲烷和一氧化二氮）的最大来源，超过了所有汽车、卡车、飞机、火车和船舶的总和，直接影响着全球气候变暖；植物肉的出现可以大量减少自然资源的消耗，降低负面影响的发生。

1900-2019年全球平均气温（摄氏度）



数据来源：世界自然基金会（WWF）

植物肉的出现大幅减少温室气体的排放

数据来源：中国国家气象局

就个体而言，过度的肉类摄入是诸多疾病的诱因，植物肉成健康新选择

研究表明，普通肉类中含有的激素等，会导致癌症、心脏病等患病风险大幅增加。在健康意识不断增强的形式下，约有39%的中国消费者选择减少肉类的摄入，而以植物蛋白为主的植物肉成为改善饮食结构的新选择。

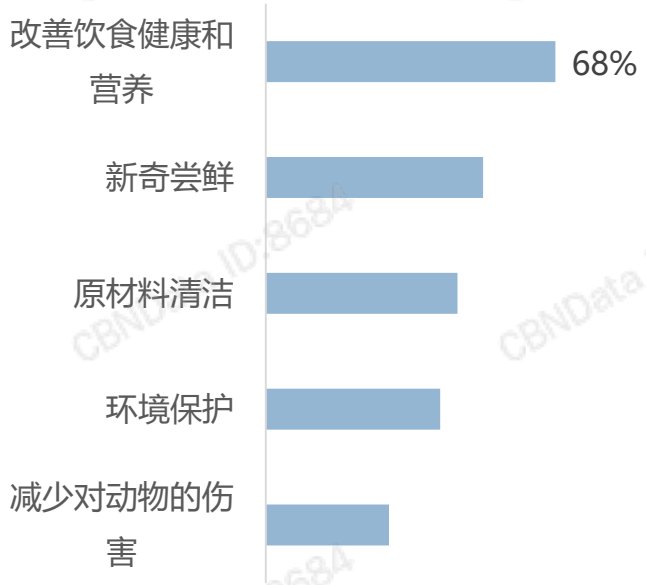
过度的肉类摄入造成诸多的疾病

数据来源：“2019数算健康”大数据

中国消费者中，选择减少肉类摄入的比例

数据来源：新西兰植物与食品研究所《蛋白质：中国远景》

选择植物肉的原因

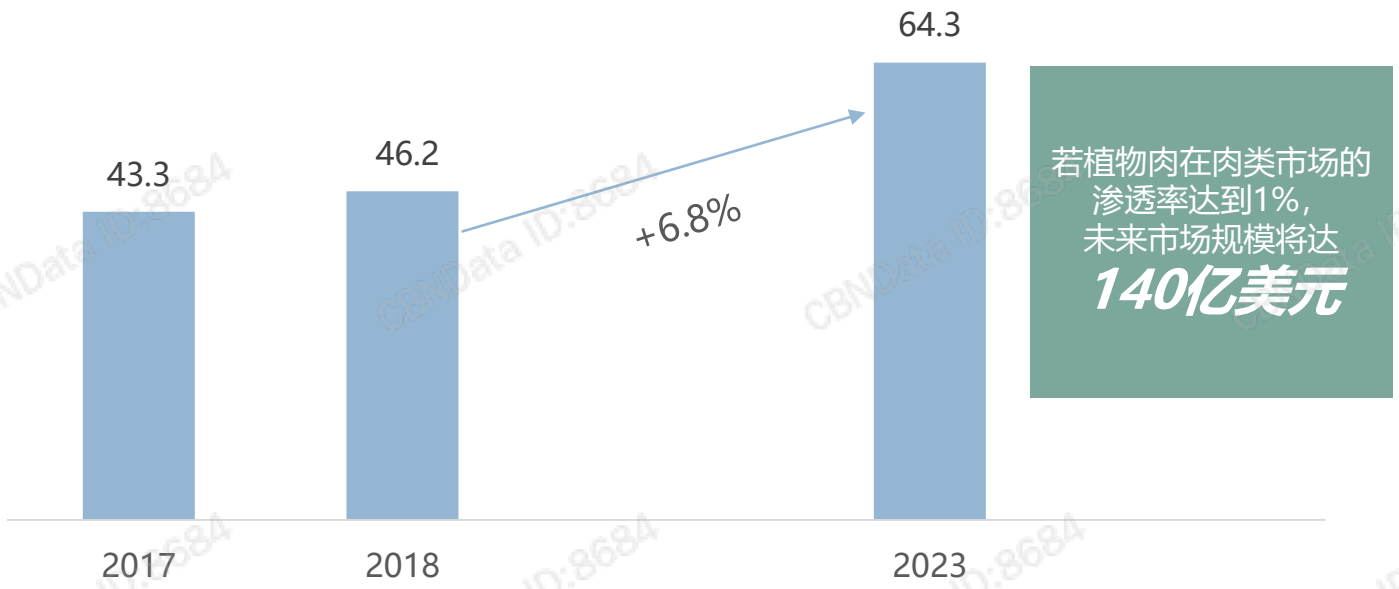


数据来源：2019尼尔森，天风证券研究所

植物肉不断取代传统肉类，市场潜力有目共睹

市场研究公司Markets and Markets表示，全球肉类替代市场将稳步增长，预计将以每年6.8%的符合增长率提升，到2023年将达到64.3亿美元。与此相比，全球肉类总消费约为1.4万亿美元，如果植物肉的渗透率达到1%，那么市场规模将达140亿美元。

2017-2023年植物肉市场规模（亿美元）



若植物肉在肉类市场的渗透率达到1%，未来市场规模将达 ***140亿美元***

数据来源：Markets and Markets

主要分类

植物基肉

以植物蛋白、氨基酸和脂肪为基础，添加酵母合成的**植物性血红蛋白**产品，已**大规模商业化生产**

细胞培养肉

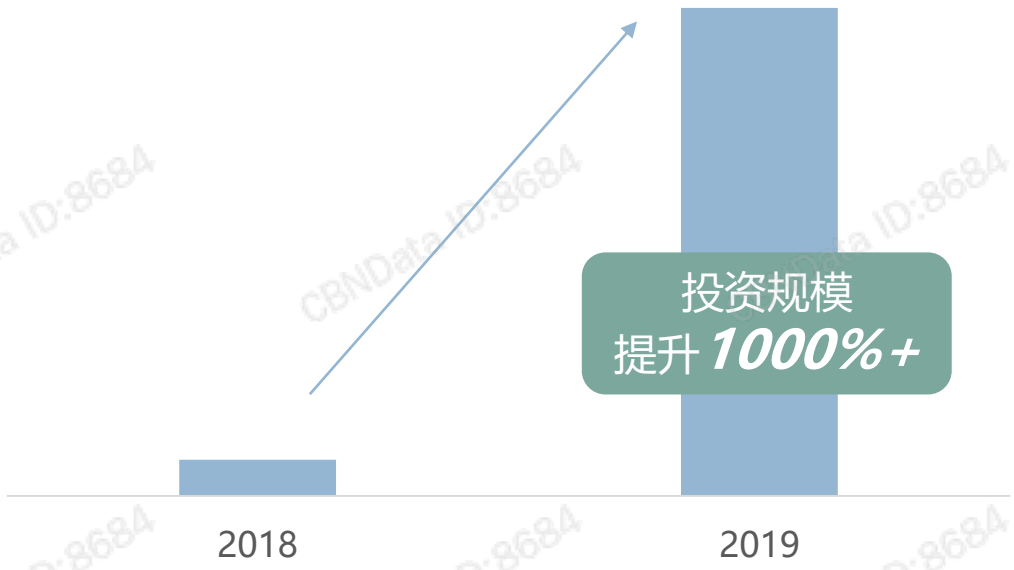
利用从动物分离出来的全能干细胞或肌细胞，在营养液中进行培养，形成类似于肌肉组织的产品，仍处于**实验室研究阶段**

数据来源：天风证券研究院

植物肉风潮席卷全球，中国紧跟步伐

越来越多的植物肉创业公司应运而生，并吸引了全球投资目光的关注。美国和欧洲是植物肉发展的重要阵地，以Impossible Foods为例，仅2019年总融资规模就达6.8亿美元。中国企业紧追趋势，创意联名和产品不断出现，如喜茶联名星期零推出未来肉芝士堡，以及齐善推出针对健身一族的植物肉肠等，中国“质”造的潜力不容小视。

2018-2019年全球植物肉投资规模（万美元）



数据来源：crunchbase

中国企业不甘示弱，创意产品层出不穷

“珍肉”植物肉月饼

星期零 x 喜茶

齐善低脂肠

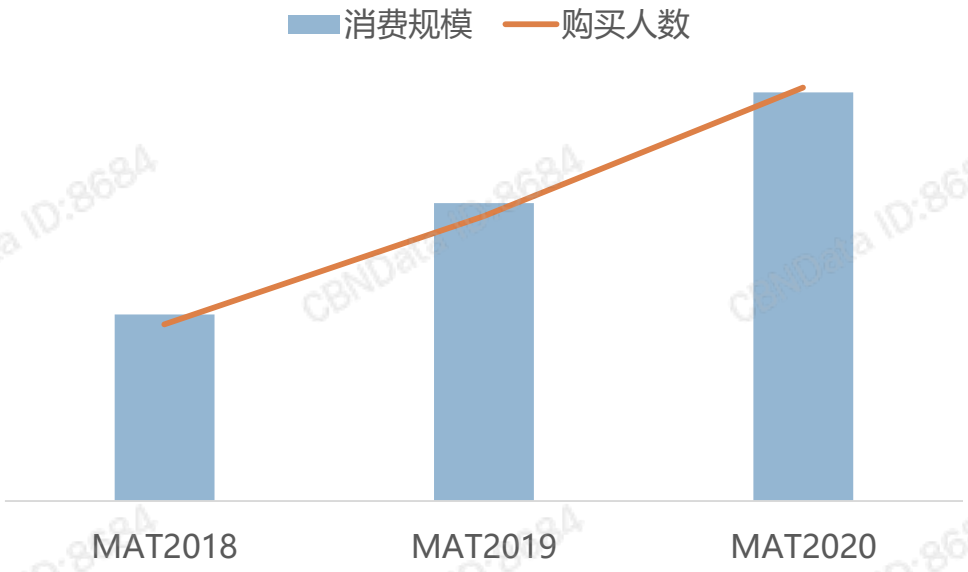
- 珍肉结合中国传统美食，推出首款植物肉月饼
- 初创公司星期零（Starfield）联合喜茶推出“未来肉芝士堡”
- 传统素食厂家齐善针对健身人群推出mini低脂肠

资料与图片整理自网络

中国线上植物肉市场高速发展，天猫引领行业增长

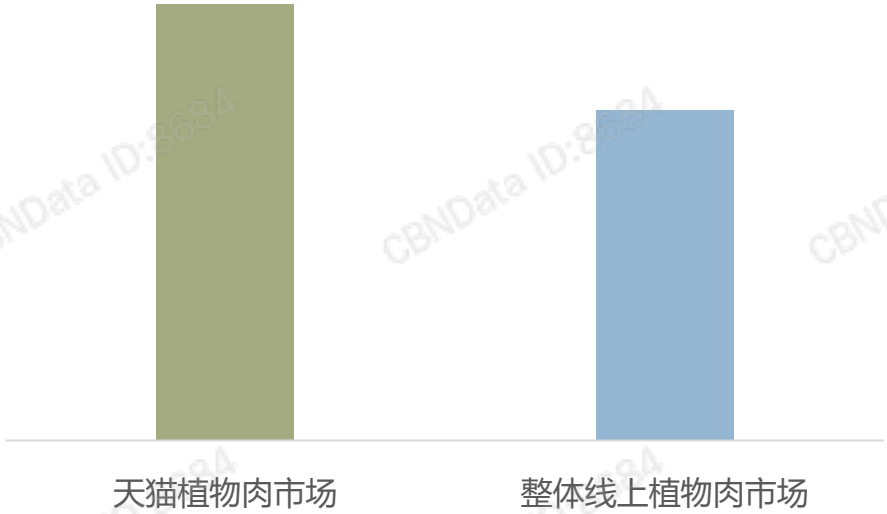
随着天猫植物肉品类整体消费规模与人数逐年提高。由天猫主导的线上植物肉市场，其增速明显高于整体线上平台，重要性可见一斑。

MAT2018-MAT2020
天猫平台植物肉消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫平台VS.整体线上
植物肉消费规模增速

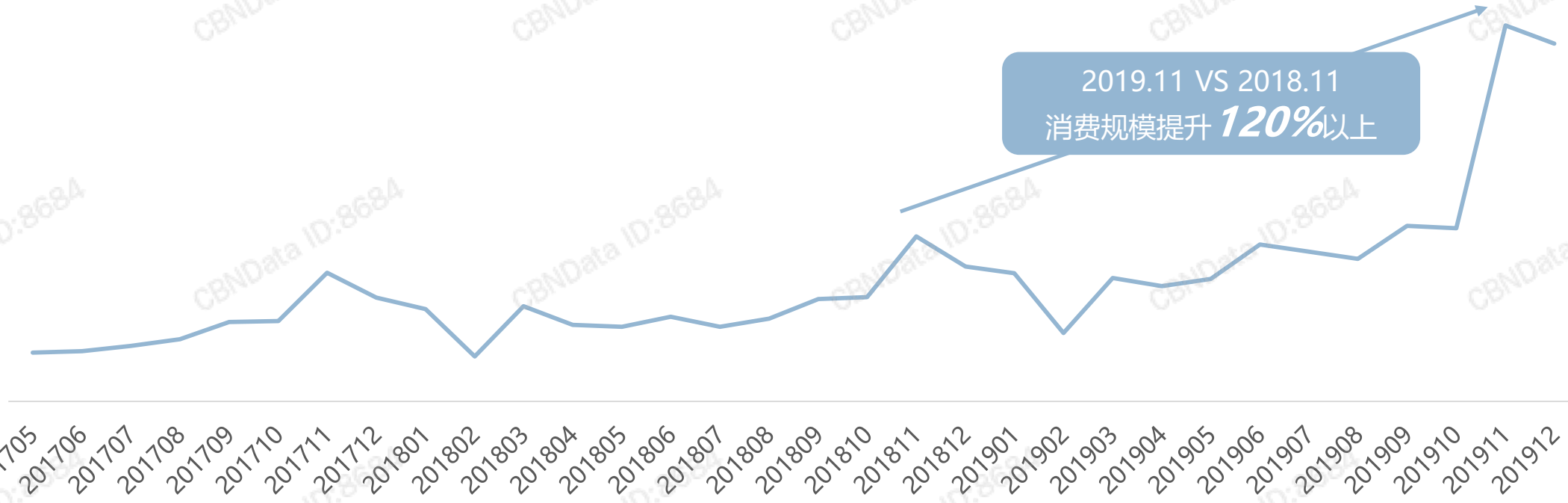


数据来源：CBNData消费大数据

随着饮食健康意识的提升，植物奶已迎来爆发增长，同为“植物基”的植物肉未来可期

植物奶品类在天猫平台的市场规模持续提升，展现出良好的发展态势。植物肉与其类似，同为植物蛋白原料、低脂高蛋白产品。天猫平台助力品类发展，懂品类更懂消费者，植物肉市场蕴含巨大潜力。

201705-201912天猫植物奶品类消费规模趋势



数据来源：CBNData消费大数据

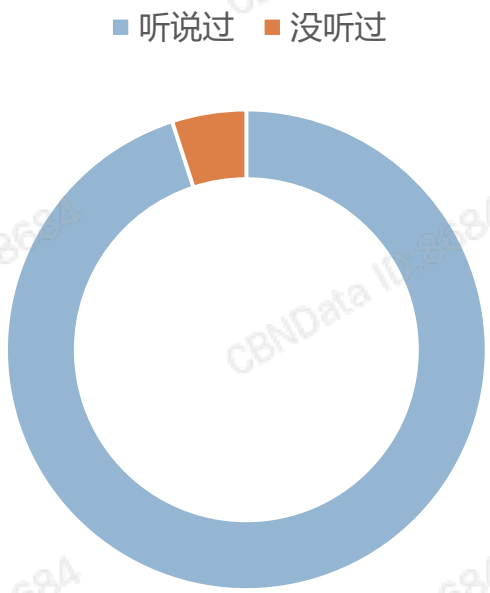
02

植物肉消费者洞察

消费者对植物肉的认知快速提升

超过90%的中国消费者听说过植物肉，并且越来越多的消费者表现出购买意向，天猫平台植物肉搜索量快速提升；除了豆腐等传统素食品，汉堡、月饼、肉饼等植物肉商品也受到关注。

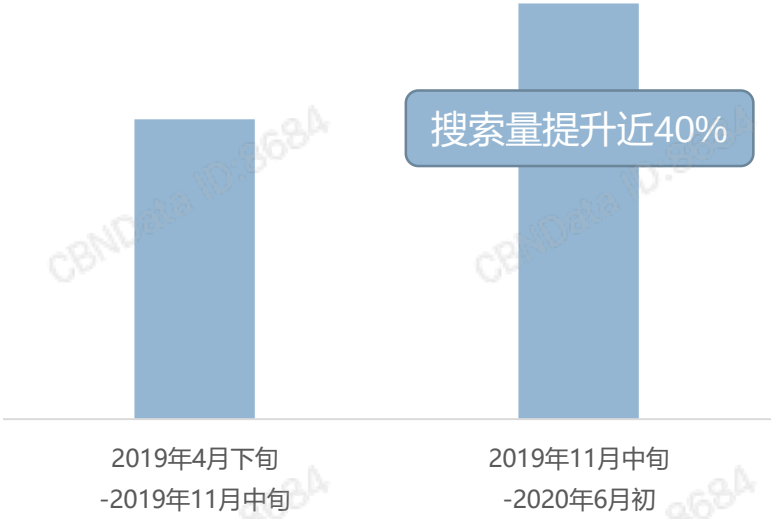
消费者是否听说过植物肉



数据来源：益普索《2020人造肉中国趋势洞察》

2019.04-2020.05

天猫平台植物肉搜索量趋势



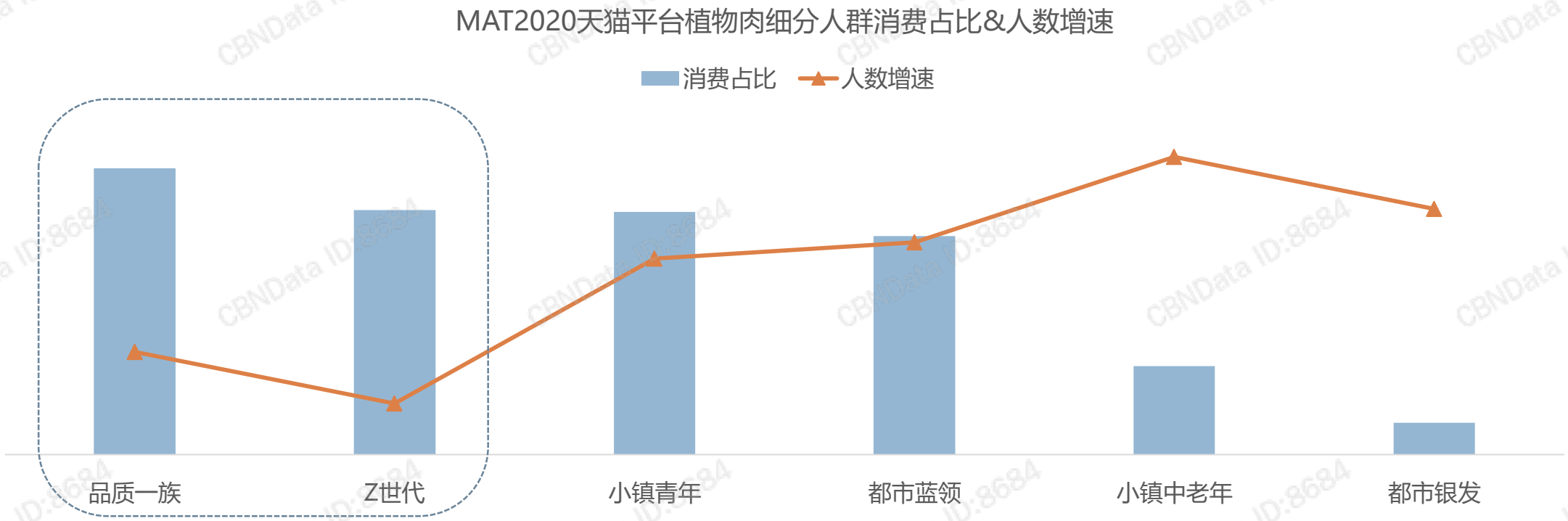
数据来源：CBNData消费大数据

植物肉微博讨论关键词

数据来源：益普索《2020人造肉中国趋势洞察》

品质一族与年轻的Z世代为中坚力量，下线城市消费潜力不容小视

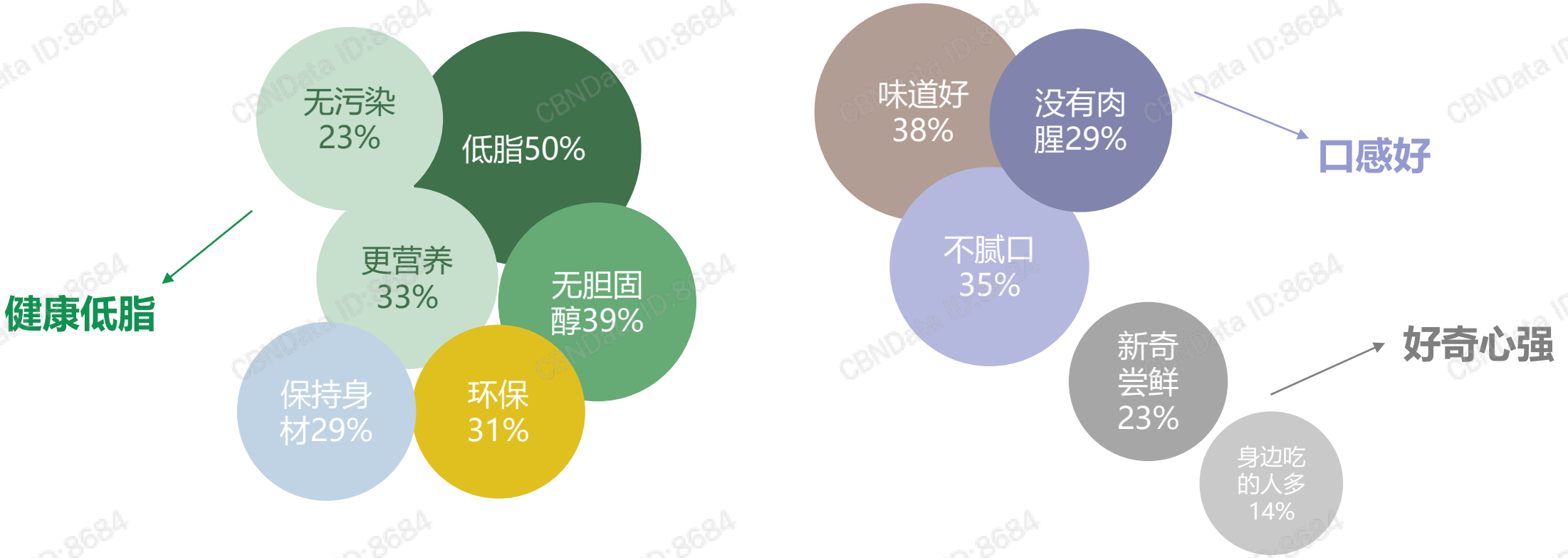
以高学历、高收入群体为代表的品质一族消费占比独占鳌头，Z世代紧随其后；随着下线城市的消费力觉醒，小镇青年、小镇中老年等消费人数增长迅猛，未来值得关注。



数据说明：品质一族包含新锐白领、资深中产和精致妈妈
数据来源：CBNData消费大数据

健康低脂成为消费者购买植物肉的主要原因

随着消费者健康意识的提升，植物肉低脂、零胆固醇的产品特性受到青睐青睐。



数据来源：Data100《巨头偏爱的人造肉能上中国人的餐桌吗？》Q：请问你是出于什么原因购买并食用人造肉 注：购买并食用过人造肉的消费者

线上植物肉典型消费群体

热爱潮流，拥抱新事物
新包装新口味一网打尽

关注自身健康，热爱运动
低脂高蛋白的日常

高线级城市的高消费力者餐
桌上尽显品质

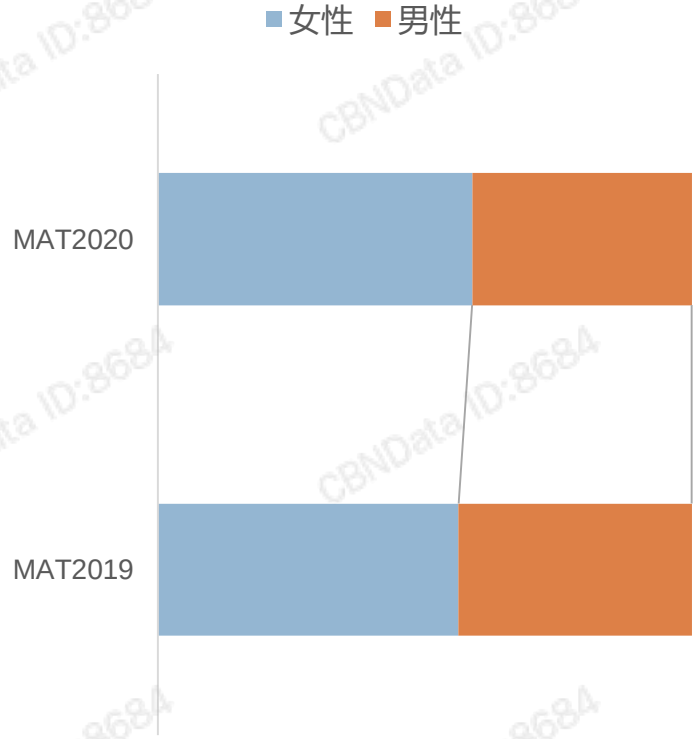
年轻尝鲜党

热爱潮流，拥抱新事物
新包装新口味一网打尽

CBNData ID:8684

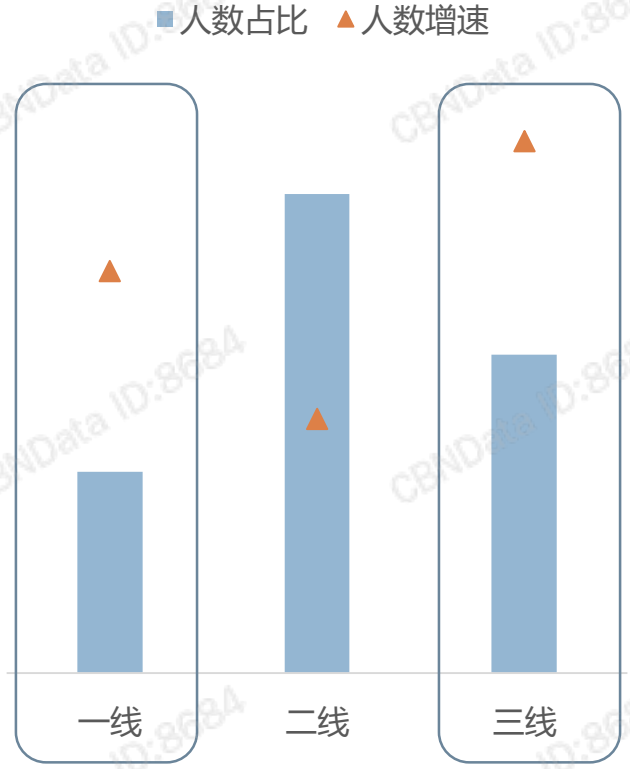
一线城市与下沉市场快速拥抱植物肉，尝鲜愈发起劲

MAT2019-MAT2020天猫植物肉年轻尝鲜党消费者分性别人数占比



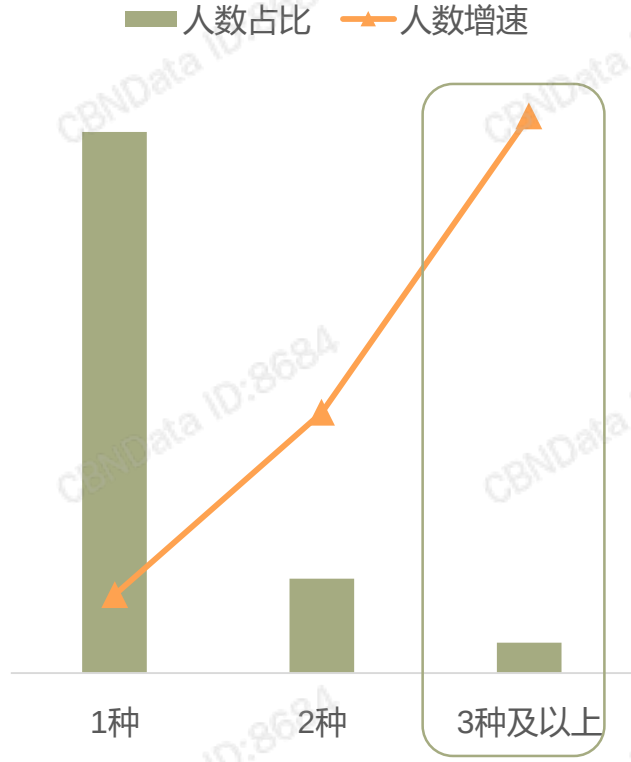
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫植物肉年轻尝鲜党消费者分城市级别人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

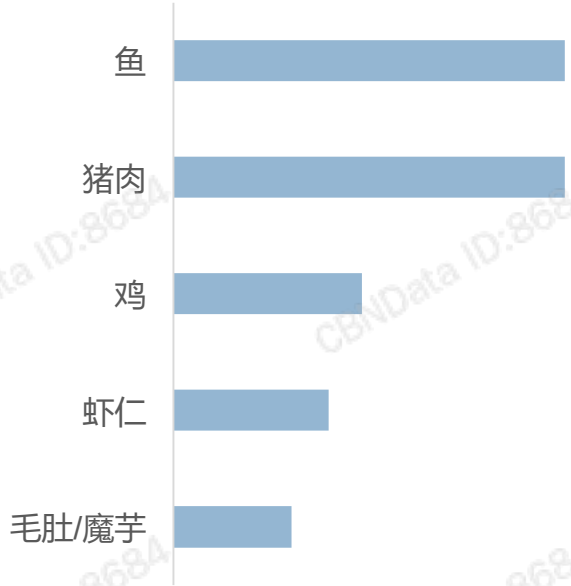
MAT2020天猫植物肉年轻尝鲜党各消费产品类别人数趋势



数据来源：CBNData消费大数据

零食类植物肉是尝鲜党的心头好，网红口味开始走红

MAT2020天猫植物肉年轻尝鲜党各产品形态消费增速TOP5



数据说明：选取消费规模占比大于等于0.05%的产品形态
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫植物肉年轻尝鲜党热门产品关键词

数据来源：CBNData消费大数据

除了新的产品形态，多种网红口味的植物肉零食开始走红

膳客传奇推出各种口味的植物肉零食，受到青睐

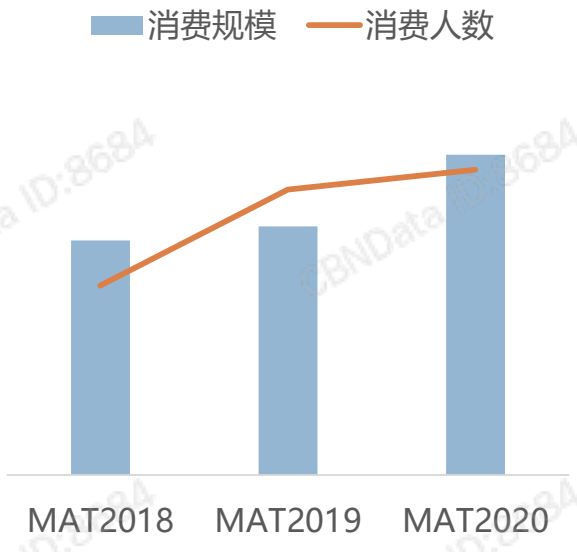
图片来源自网络

品类融合

打破品类边界，中国风味美食与植物肉的结合受追捧

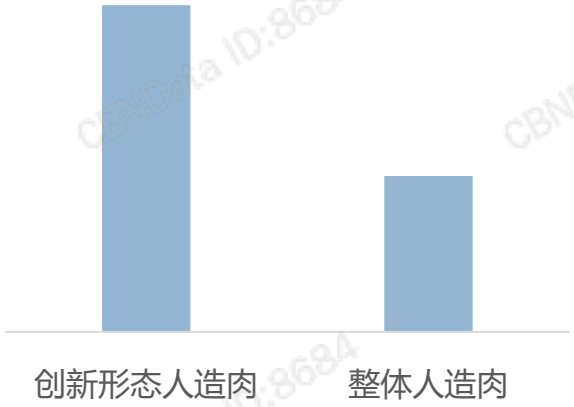
相较于以肉饼形式存在的植物肉商品，各个地区的传统中餐与黑科技进行品类融合，更能吸引年轻群体的关注。

MAT2018-MAT2020
天猫年轻尝鲜党
创新形态植物肉消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫年轻尝鲜党
创新形态植物肉VS.整体
消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

百草味 植物肉大粽	好巴食 植物蛋白牛肉
真肉口感 优质蛋白	麻辣香锅味、川香宫保味 等多元口味满足中国胃

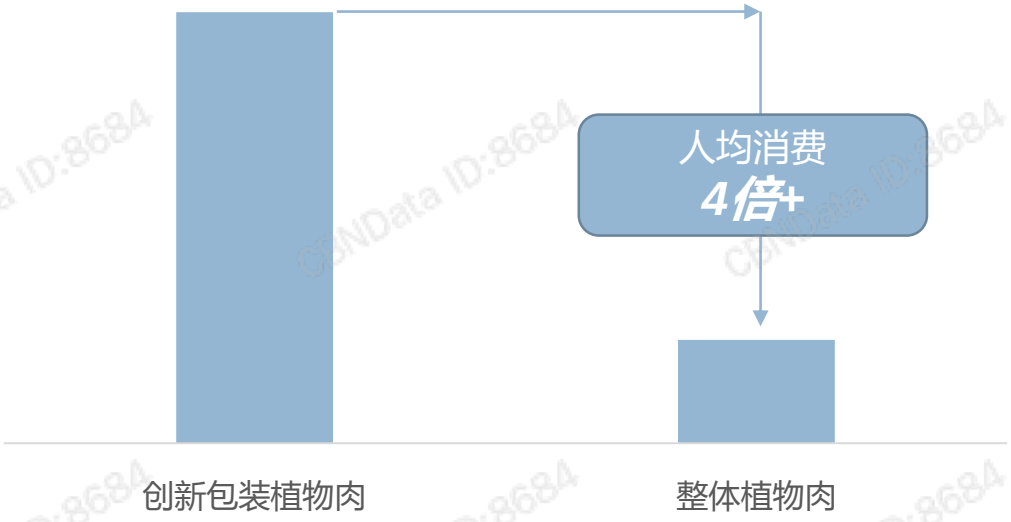
数据来源：CBNData消费大数据，图片来源于网络

包装创新

新潮包装正中尝鲜党下怀，付出更多购买“金力”

新奇富有创新的包装设计引领时尚风潮，年轻尝鲜党展现出极大的热情，愿意付出更多“金力”。

MAT2020天猫年轻尝鲜党
创新包装植物肉vs整体植物肉人均消费



数据来源：CBNData消费大数据

年轻尝鲜党热衷的新潮包装举例

ADIC阿里巴巴商品设计孵化中心
协助“膳客传奇”，围绕产品未来属性
打造趋势新潮的产品颜值，助力产品升级

“膳客传奇”

植物蛋白肉松
铝制包装设计

“植的未来”

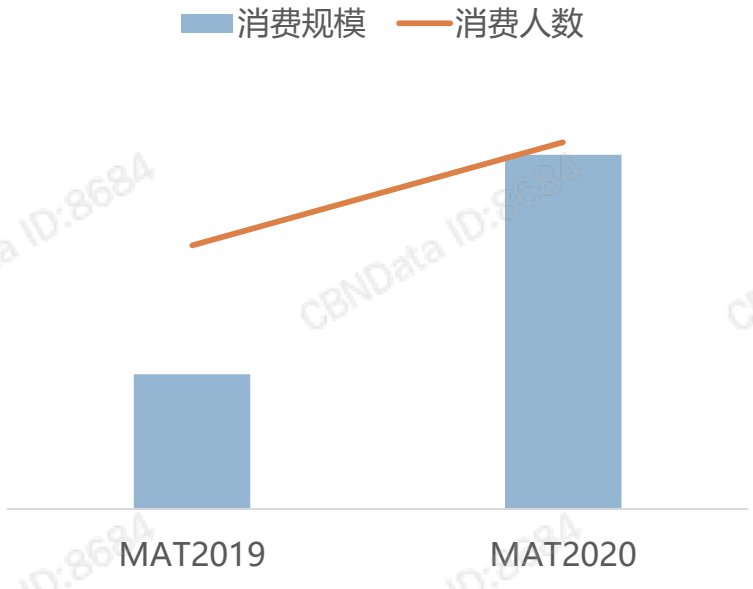
植物蛋白棒
未来感新包装

数据来源：CBNData消费大数据，图片来源于网络

跨界融合吸引年轻人的眼球，口味与乐趣兼得

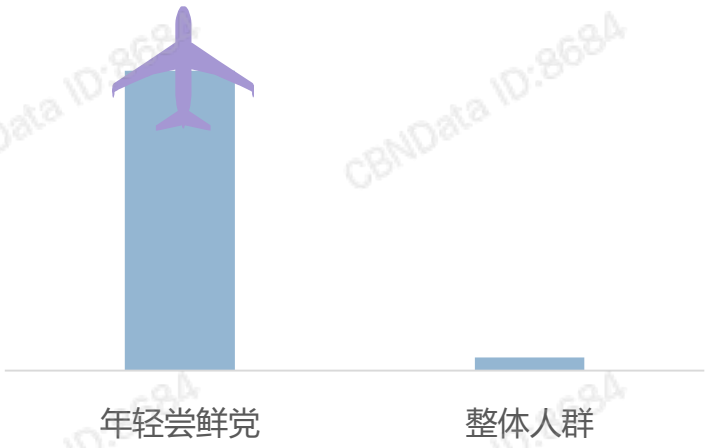
年轻群体争相为IP联名款买单，消费人数增速远超整体人群，口味探索与包装玩趣一网打尽。

MAT2019-MAT2020天猫年轻尝鲜党跨界联名款植物肉消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫跨界联名款植物肉年轻尝鲜党vs整体消费人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

双汇素食界联合吃豆人IP开启跨界新模式

数据来源：CBNData消费大数据，图片来源于网络

健康生活族

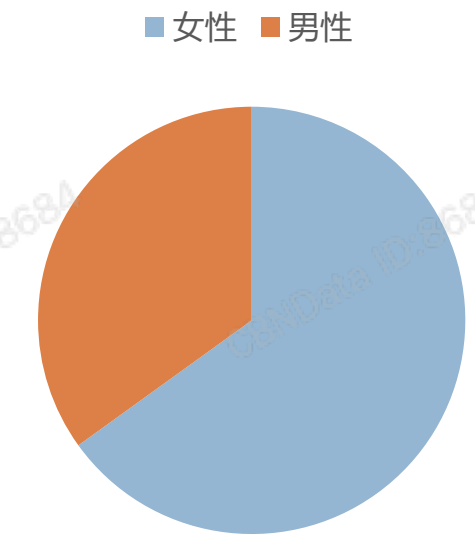
关注自身健康，
运动器械与健身补给的消费者
低脂高蛋白是饮食的日常

CBNData ID:8684

女性群体对自己的形体健康更为在意，“而立之年”消费者增速显著，不容忽视

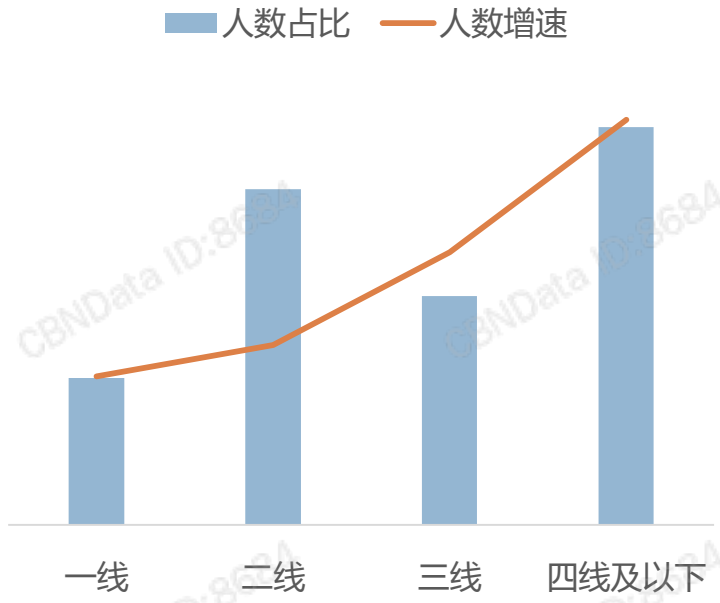
高线城市女性是主力消费人群，消费人数占据近7成。下线城市健康意识不断增强，人群增速突出；80后消费者增速高于其他人群，值得关注。

MAT2020天猫植物肉健康生活族分性别人数占比



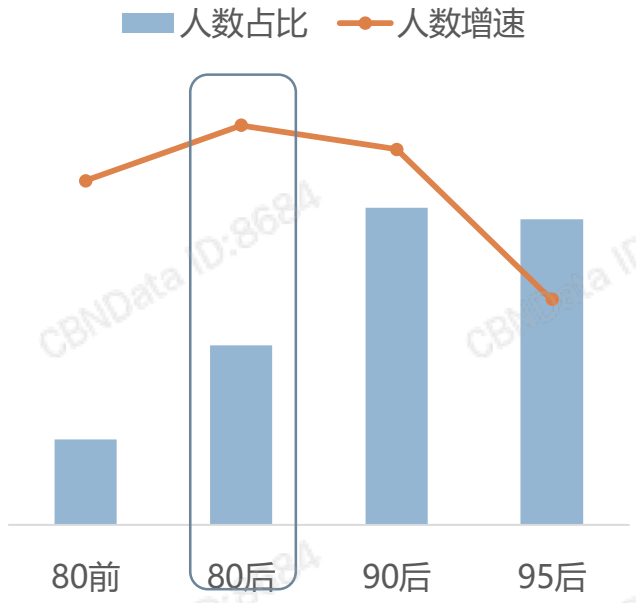
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫植物肉健康生活族各城市级别消费规模占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫植物肉健康生活族各年龄代际人数占比与增速



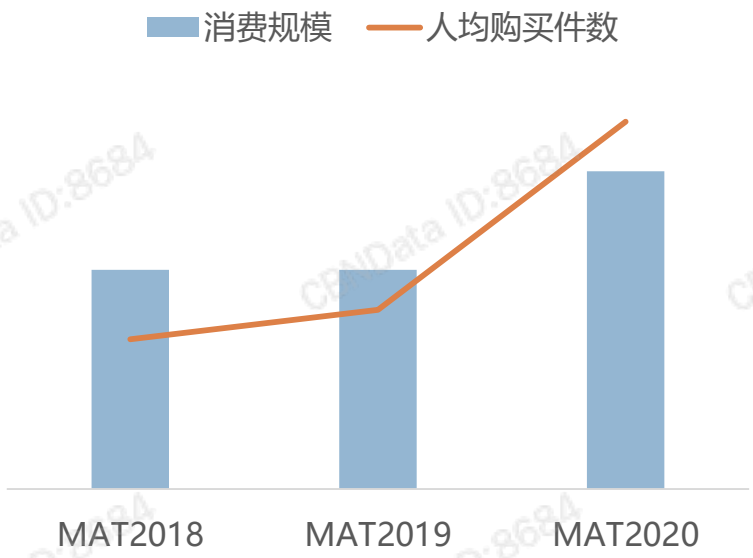
数据来源：CBNData消费大数据

三分练、七分吃，饮食尽显自制力

低脂高蛋白

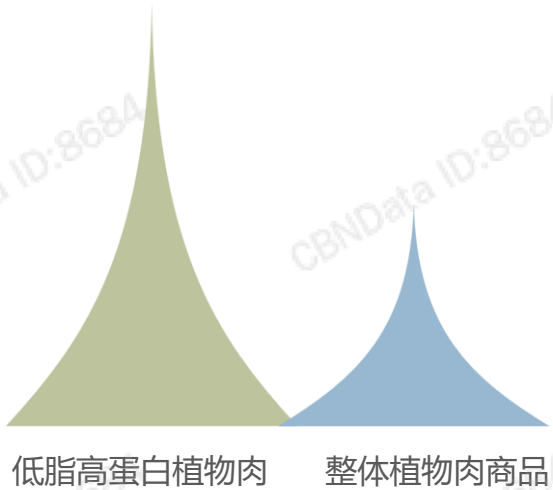
相较于整体人群，健康生活族对个人健康更为在意，饮食中对低脂高蛋白产品的消费金额逐年上升，消费增速明显高于整体植物肉商品。

MAT2018-MAT2020天猫健康生活族
低脂高蛋白植物肉消费趋势



数据资料：CBNData消费大数据

MAT2020天猫健康生活族
低脂高蛋白植物肉vs整体消费增速



数据资料：CBNData消费大数据

齐善植物肉低脂肠

Alibaba Design助力齐善产品升级
非转基因大豆蛋白原料
无动物生长激素

创新技术，还原肉的口感

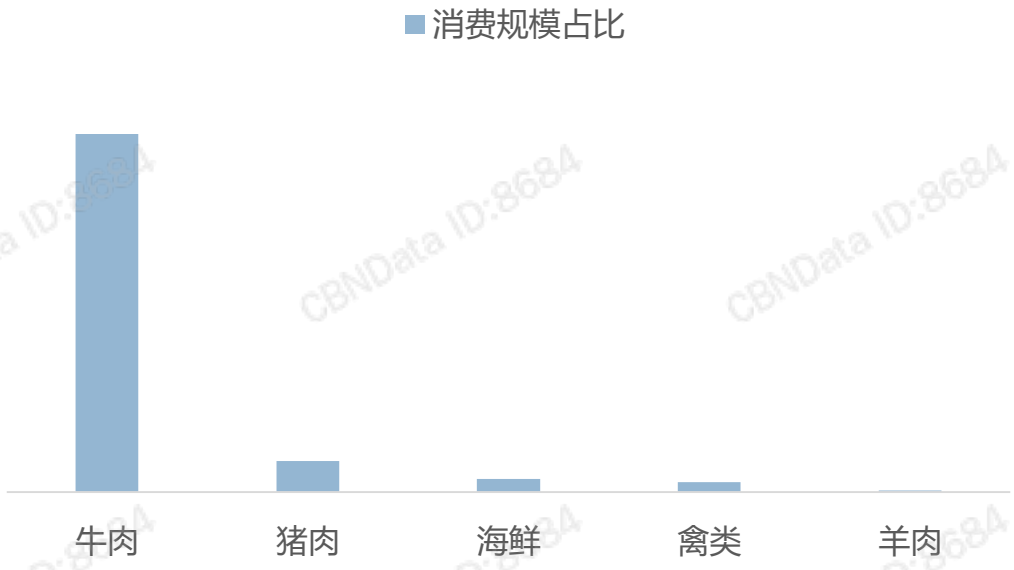
数据资料：CBNData消费大数据，图片来源于网络

牛肉成为健康生活族消费植物肉的不二选择

低脂高蛋白

在低脂高蛋白商品中，牛肉形态的植物肉最受健康生活族的青睐。五香、麻辣、黑胡椒等口味收到青睐。

MAT2018-MAT2020天猫健康生活族
低脂高蛋白植物肉产品类型分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫健康生活族**低脂高蛋白牛肉**
热门产品关键词

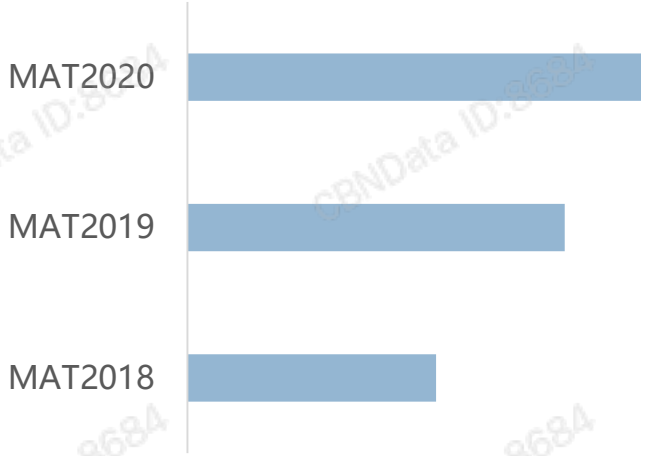
数据来源：CBNData消费大数据

充足的营养为健康生活保驾护航

营养充足

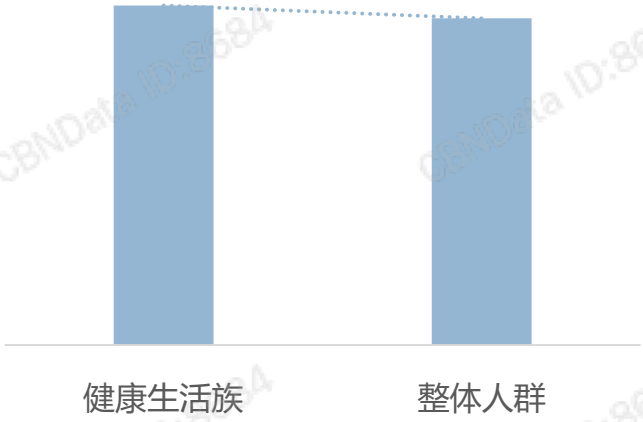
具有专业添加类元素的商品受到健康生活族的欢迎，销售量逐年提高，人均订单量也高于整体人群，对健康生活更具毅力。精细化的产品分类为健康生活提供保障。

MAT2018-MAT2020
天猫健康生活族
高营养植物肉消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫健康生活族VS整体人群
高营养植物肉人均订单量



数据来源：CBNData消费大数据

高营养植物肉举例

植的未来

添加支链氨基酸：增加肌肉，减少脂肪，并为人体提供能量

齐善素明虾粒

添加β胡萝卜素，可以作为天然抗氧化剂与着色，预防衰老引起的多种退化性疾病

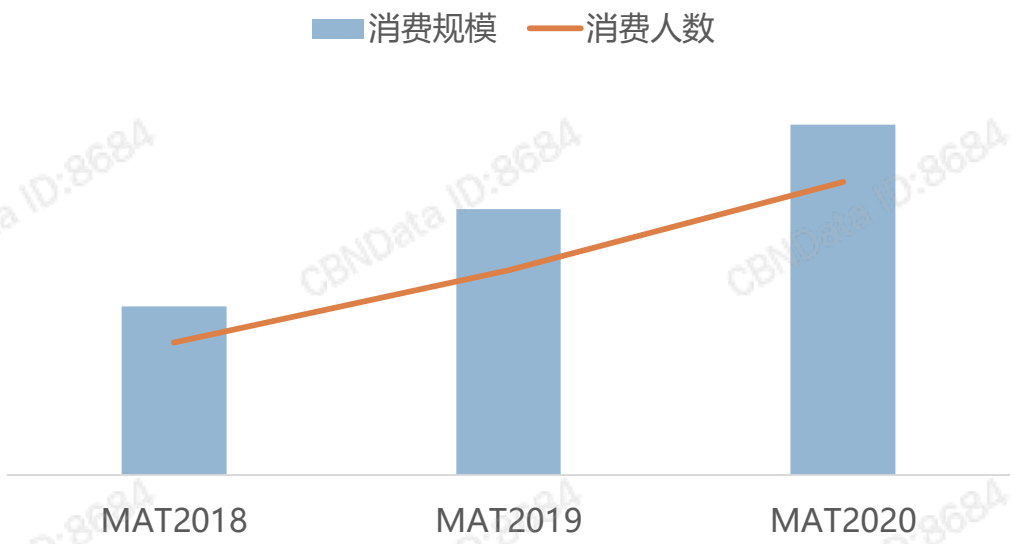
数据来源：CBNData消费大数据，图片来源于网络

便携类植物肉跻身“加餐”之列

便携加餐

小包装的植物肉产品线上销售规模逐年提升，其便于携带、方便食用的产品特点收到消费者的喜爱。随时随地加餐，即满足口感又补充营养。

MAT2018-MAT2020天猫健康生活族便携加餐类植物肉消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据，便携植物肉圈定了产品名称中带有“小包装|塑封|便携|方便|携带|零食|小吃”关键词的产品

MAT2020天猫便携加餐类植物肉相关品牌热度提升TOP3
Easy Fun（食品）
百草味
齐善

Easy Fun植物蛋白牛肉

低脂高蛋白
随身小包装，时刻解馋

数据说明：热度提升按照MAT2019-MAT2020消费规模增速排序
数据来源：CBNData消费大数据，图片来源于网络

精英品质家

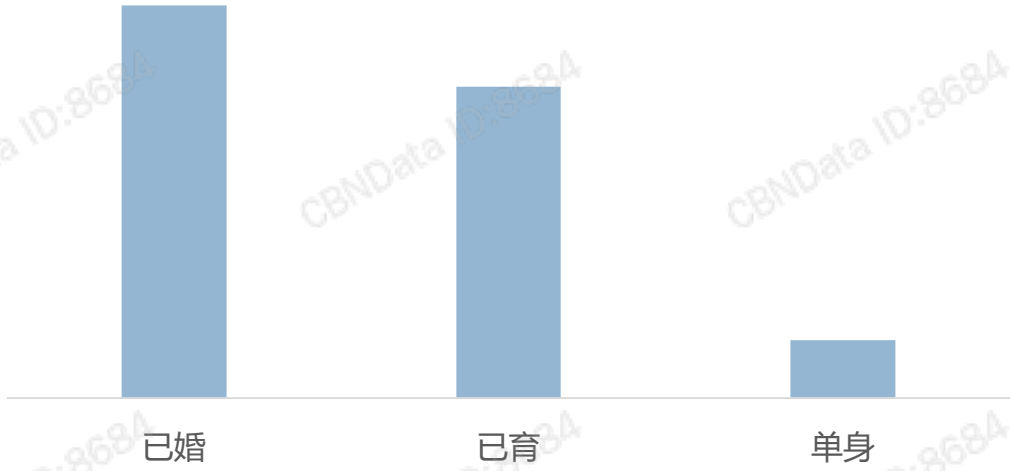
高线级城市的高消费力者
餐桌上尽显品质

CBNData ID:8684

精英品质家多已组建家庭，愿为高品质而“慷慨解囊”

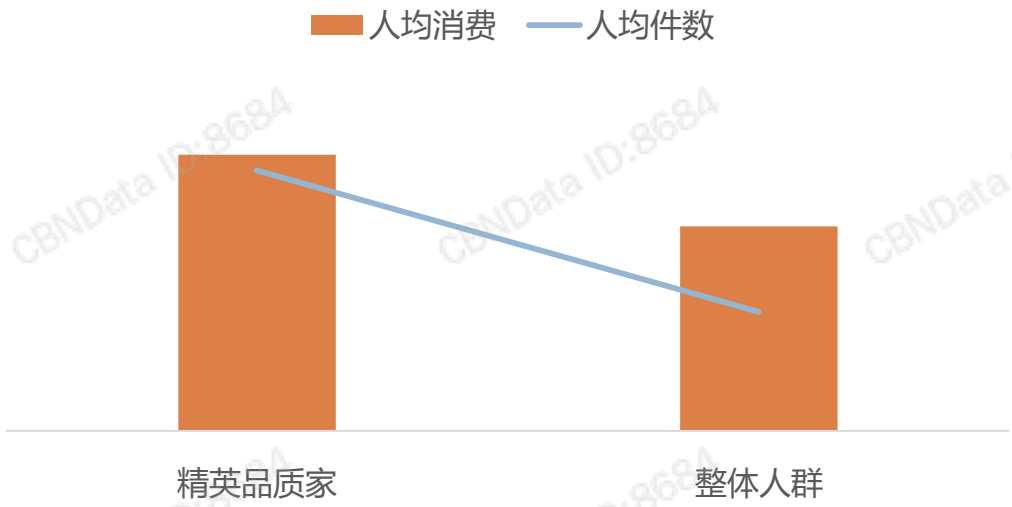
精英品质家大多已经组成家庭，在植物肉的消费上也远高于整体水平，愿意为高品质的食物付出更多财力。

MAT2020天猫精英品质学家
各人生阶段人数渗透率



数据来源：CBNData消费大数据

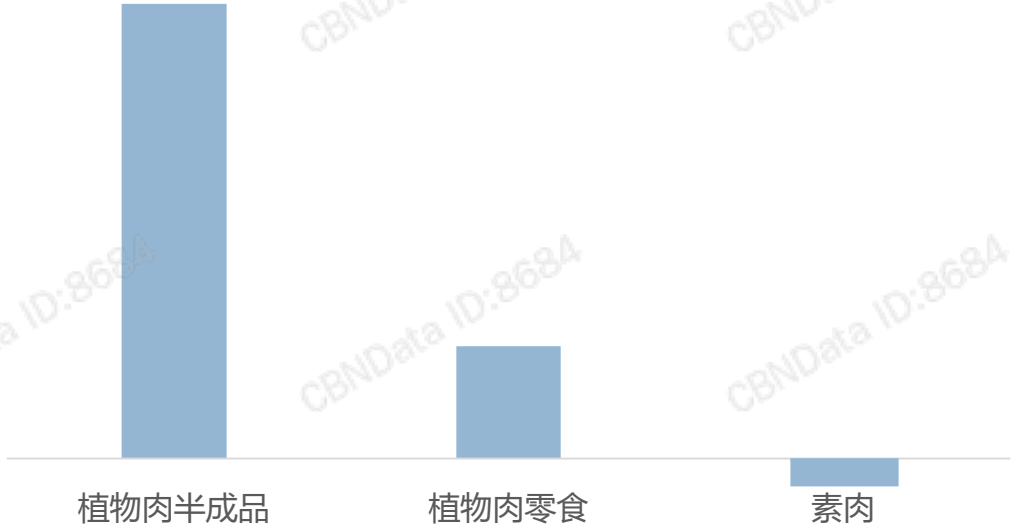
MAT2020天猫精英品质家VS整体植物肉
人均消费&购买件数



数据来源：CBNData消费大数据

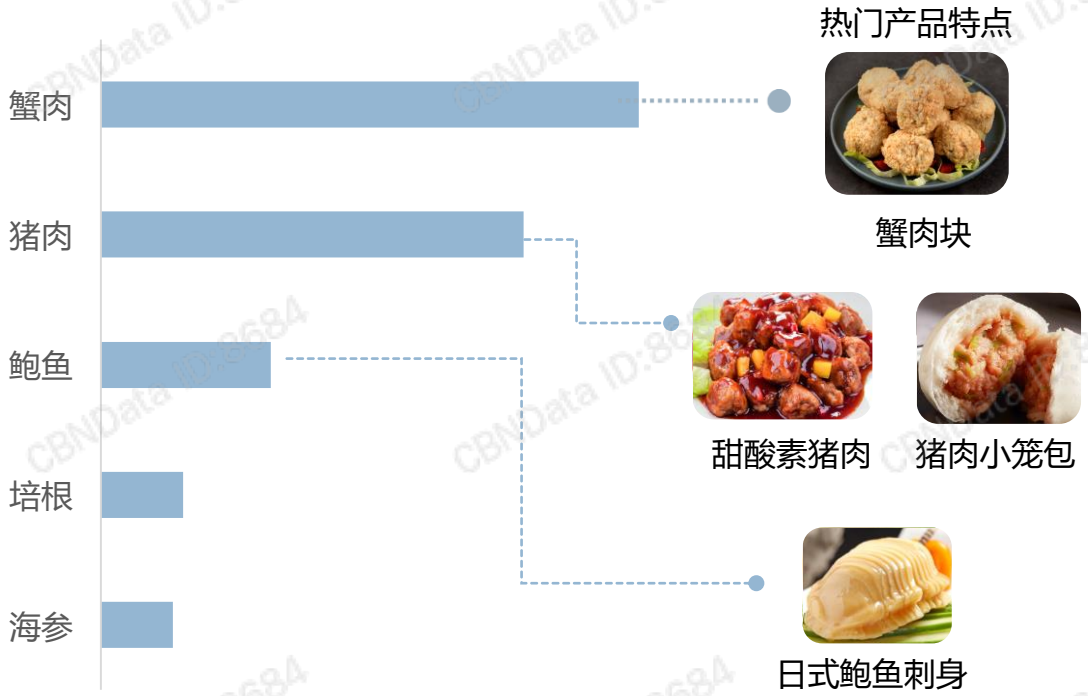
品质家偏爱新鲜的半成品，蟹肉、鲍鱼和海参等地位提升显著

MAT2020天猫精英品质家
各植物肉品类偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫精英品质族
植物肉产品形态消费规模增速TOP5

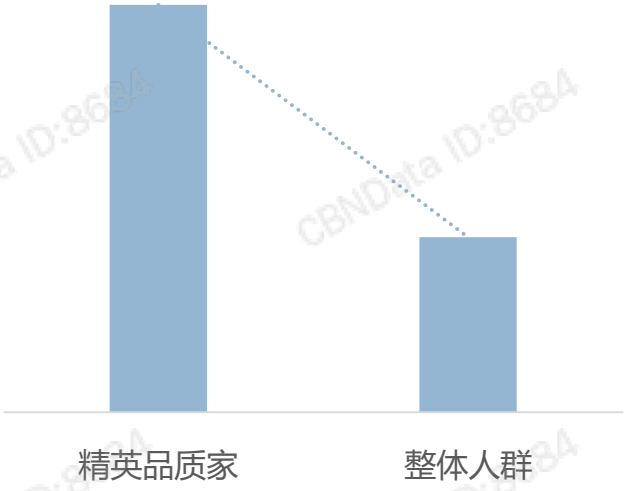


数据说明：为了更直观地进行对比，此处将“蟹肉”的消费规模增速缩小3倍
数据来源：CBNData消费大数据

餐桌上尽显品质，更为舶来品而倾心

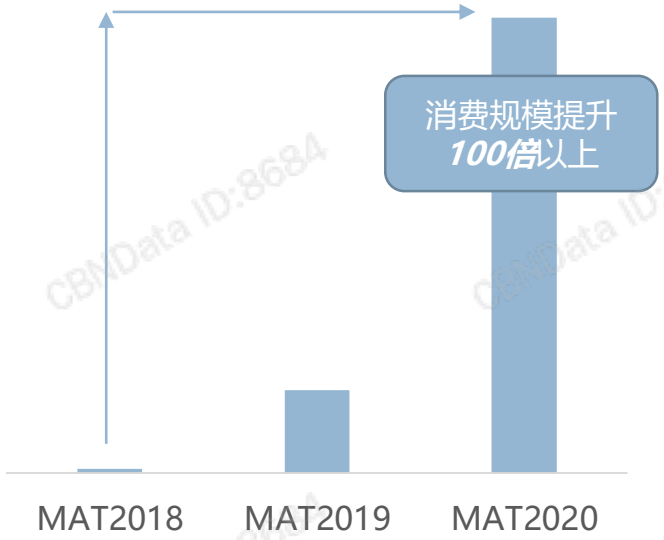
精英品质族对进口商品的消费规模逐年提升；相较于整体人群，进口商品的消费占比更高。

MAT2020天猫精英品质家vs整体人群进口植物肉消费规模占比



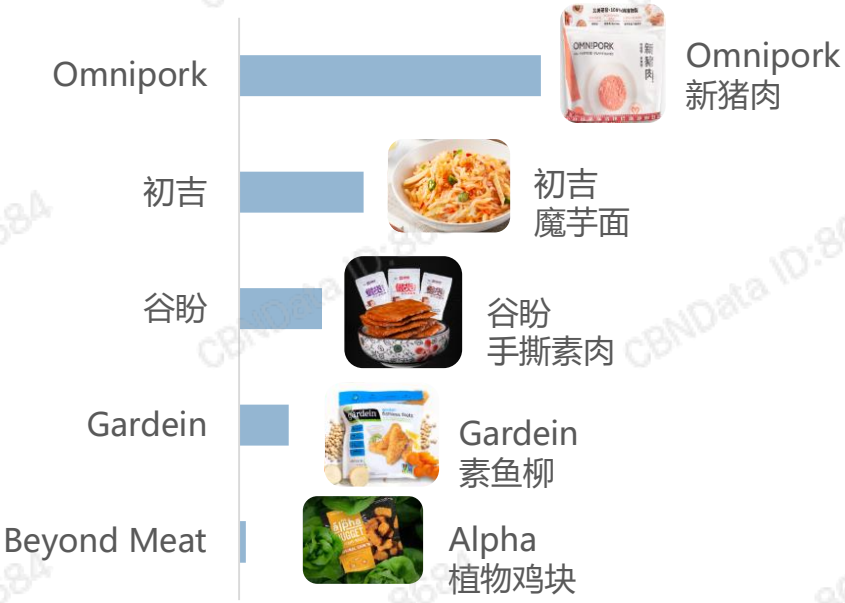
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020天猫精英品质家进口植物肉消费规模趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫精英品质家进口植物肉热门品牌TOP5



数据来源：CBNData消费大数据

03

植物肉市场展望

三大举措助力植物肉生态构建，天猫共促品类发展

生态构建

- 构建人造肉供应链，从消费者出发挖掘多元产品形态
- 联合国内顶尖食品工业院校提供技术升级
- 阿里巴巴商品设计孵化中心助力商家子品牌孵化，扩展市场新领域

植的未来 FUTURE MEAT　膳客传奇

齐善与素莲分别推出
“植的未来” 和 “膳客传奇” 等子品牌

制定标杆

- 联合行业权威机构对植物肉进行背书，制定行业新标杆
- 联合品牌+行业+天猫PR资源持续对植物肉行业进行造势
- 组织植物肉行业论坛

打造心智

- 联合天猫创新中心黑马工厂，助力人造肉供应链、厂牌产品创新
- 助力品牌输出产品策略和提升方案，品类和品牌升级
- 站内外内容联动，持续进行消费者教育

DATA COVERAGE
数据说明

数据来源： CBNData消费大数据
CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：
MAT2018: 2017.05.01-2018.04.30
MAT2019: 2019.05.01-2019.04.30
MAT2020: 2019.05.01-2020.04.30

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；

人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION

版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT
US

关于我们

联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源， 拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。 「CBNData数据服务」 以数据培训、 数据咨询、 数据整合营销为核心， 构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」 主要面向金融领域等商业场景， 为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。 CBNData始终致力于用数据驱动商业， 用内容连接用户， 以“数据+媒体” 的倍增效应， 全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW US

关注我们

更多数据 扫码关注

CBNData官网

CBNData官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察