



“小负担,大美味”的植物肉,你会吃吗

新蛋白产业如何应对中国胃

■消费者选择: 营养首次超过了味道

后疫情时代,全球消费者对于食品健康的要求,有了显著的提高。据麦肯锡的孙翔介绍,通过麦肯锡2021年对于消费者偏好的调研显示,消费者越加偏好健康营养和有机商品。超过一半以上的中国消费者,愿意在健康养生的方面比前一年花费更多,这个比例是西方国家的两倍。

上海商情信息中心主任原立军介绍说,健康饮食、素食主义、环保消费成为植物蛋白发展的长期驱动力。植物基产品具有低胆固醇和低脂肪的优点,将逐渐融入消费者的日常生活当中。在NPIA与上海丰合企业管理咨询有限公司(简称RTG)的调研结果中,营养价值是消费者选取蛋白质的第一标准,而不是味道。关于植物肉最吸引消费者的优点,前三名都是与健康与营养有关,其优点主要有三方面,在传统肉类的基础上吃植物肉可以让饮食更均衡、植物肉的坏脂肪比传统肉更少、植物肉不含胆固醇。

随着可持续发展的环保理念逐渐在影响全球消费者的选择,除了饮食更健康因素外,选择植物基食品将对地球更友好,也成为消费者考虑植物基产品的主要原因之一。Z世代的年轻消费者、素食主义者对“同一地球”的想法和理念越来越普遍。在宏观角度上,政府更加重视碳达峰、碳中和的中长远目标的落实。对环保的不谋而合,使得植物基产业在绿色道路上豁然开朗。

■1年中, 200家新蛋白企业如雨后春笋

新蛋白产业的巨大的发展空间,无疑成为了一片蓝海。从2020到2021年间,超过200家新蛋白企业成立。

据新蛋白产业(上海)联盟预测:“中国将是全球蛋白消费量最大的国家。也将是人均蛋白消费量最高国家之一。目前,中国的纯蛋白总消费量年增长2.7%,按照这一增速,“解锁中国新蛋白市场全部潜力”调研报告中提出:到2030年中国纯蛋白总消费预计将高达750-800亿公斤。”

今年8月,中国食品科学技术学会发布了《植物基食品通则》团体标准,明确了植物基食品的定义,专家指出,我国植物基食品产业发展的年均增速有望保持在20%以上。中国消费者对新蛋白食品的需求日益增长,也吸引了众多企业的目光。从2020年到2021年,有200多家公司进入中国新蛋白市场,2020年新蛋白产业在中国总投资额为60亿美元,年同比增长为66%。在2020-2021,星巴克、雀巢、伊利、联合利华等零售巨头或联合植物基品牌,或加码推出自家的植物基产品,均展现了对这一赛道的极大热情。

从2019年12月至2020年12月,国内针对植物基公司的投资事件多达21件,同比增长500%,在整个食品及保健品赛道占比达10%左右。

今年5月,上海商情信息中心联合国内外新蛋白食品产业精英、行业专家、金融

晨报记者 钱鑫

健身爱好者运动以后想要大快朵颐吃肉,但又怕胆固醇、脂肪会增高;很多人因为乳糖不耐受,无法每天喝牛奶;素食主义者的队伍正在不断扩大,但市场上的素食品种实在太少……随着新蛋白产业的崛起,这一切都可以迎刃而解。

近日,在上海举行的首届“激发中国新蛋白潜力”——新蛋白产业峰会上传出信息,全球植物基市场已有十多年的发展历史,预计到2024年市值将超过350亿美元。据新蛋白产业(上海)联盟预测:“中国将是全球蛋白消费量最大的国家。也将是人均蛋白消费量最高国家之一。到2030年中国纯蛋白总消费预计将高达750-800亿公斤。”

本次论坛由光明科创中心主办,新蛋白产业(上海)联盟(NPIA),上海商情信息中心承办,上海市餐饮烹饪行业协会轻食茶饮专委会协办。国内外新蛋白产业企业、国内素食生产企业、蛋白饮食业内专家等,共同就“激发中国新蛋白潜力”主题,共同探讨推动中国与全球创新蛋白产业的进一步发展。

国际食品科学院院士、东北农业大学食品学院教授江连洲表示:“风味是新蛋白食品能否被广泛接受的重要指标,通过多方位技术升级,提高新蛋白食品质地和风味,助力新蛋白食品产业升级”。同时,植物基食品,在价格上也要更加亲民。

■如何喂饱“中国胃”

如何针对中国消费者的胃,研发出更多能被消费者接受的植物基产品?

光明集团作为中国食品行业的龙头企业,行业的领导者,一直致力于与优秀的创新蛋白研发团队合力,打造健康环保的新蛋白产品。根据光明食品(集团)总体规划及光明福瑞投资战略布局,将云南摩尔农庄资源和光明集团优势资源进行有机结合,11月,摩尔农庄植物蛋白产业园一期超级工厂建设项目,在楚雄州正式开工,打造全球植物蛋白创新型综合性产业基地。据悉,2020年在核桃类航天级食品制定过程中,经实地考察、调研及对对产品进行严格检测,最终选定云南摩尔农庄生物科技开发有限公司“聪滋”核桃乳为全国第一个航天级食品,并作为航天级核桃乳食品标准。

近日,上海商情信息中心代表NPIA联手东北农业大学食品学院和云南摩尔农庄生物科技开发有限公司共同签署战略合作协议,旨在联合东北农业大学食品学院丰硕的教学、科研、社会资源,云南摩尔农庄以开发资源型特色农业产业为核心的大健康产业,多方优势互补、信息共享、努力构建新蛋白产业合作发展的新平台。

今年4月,植卓肉匠带来6款面向B端的、契合中式餐饮需求的新品。这是植卓肉匠在中餐赛道的首次探索,也是对中国市场的又一次重点布局。此外,植卓肉匠与汉堡王合作将扩大至全国范围内近千家门店。据悉,植卓肉匠品牌自进入中国市场起,凭借联合利华饮食策划团队多年来对中国本土餐饮的深刻洞察和对中西各菜系烹饪精华的积累,将快速在中国市场拓疆和发展。在未来的发展方案,植卓肉匠表示将与更多知名餐饮合作,保证植物肉菜品的出品,逐步扩大品牌知名度。

国内乳品企业纷纷瞄准植物基酸奶领域。伊利植选重磅推出两款植物基新品——燕麦露和植物基酸奶。农夫山泉首次尝试跨界推出酸奶产品,就将目光瞄准了国内尚属小众的植物基酸奶品类,国内首个植物基酸奶品牌由此诞生。三元食品与复星联合收购的法国圣悠活(St Hubert)推出五款植物酸奶,以椰浆和速溶豆粉为主,主打双重基底。六个核桃推出首款杀菌型常温发酵核桃乳,采用纯种核桃,添加四种益生菌发酵,进一步拓宽了中国市场的植物基酸奶品类。

不二(中国)投资有限公司董事长峯村政孝表示:“在面对世界人口不断增长和有限粮食资源的困境下,通过植物基挑战成为以开发独有可持续发展加工技术来实现可持续发展的社会课题。”不二制油集团将通过独有的、将植物油脂和蛋白原料融合技术来创造符合时代需求的、兼具健康与美味的可持续发展的食品,追求地球与人类的健康。



投资机构等共同发起倡议成立新蛋白产业(上海)联盟(简称NPIA),总部位于中国上海,以新蛋白产业作为切入点,与全球行业同仁携手推动新蛋白产业的长足发展,并逐步引领并践行传统高蛋白与创新蛋白间的互补之道,扩充中国与全球市场健康营养膳食的选择。与此同时,NPIA聚焦全球新蛋白产业前沿发展与深度资源衔接,注重产业链建设,本土化运作,共建未来蛋白生态。

近日,新蛋白产业(上海)联盟联合上海商情信息中心和上海丰合企业管理咨询有限公司共同举办新蛋白产业(上海)联盟启动仪式。

作为早期研究植物基的市场的机构之一,荷兰合作银行对于中国新蛋白市场概况与产业链结构展开了详细的分析,荷兰合作银行总监,消费食品分析师黄文君女士认为:“中国新蛋白市场变革伊始,未来增长可期。”

RTG首席执行官 Angelito Tan 也表示:“新蛋白产业还有巨大的成长空间和数不

清的契机,NPIA 将会帮助产业内的企业抓住机会快速成长。”

■植物肉,你会吃吗

尽管有40%的中国消费者听说过植物肉,但仅有5%的人尝过植物肉。有35%的中国消费者听说过植物奶,但仅有11.6%的人尝过植物奶。

越来越多的消费者,开始接受人造肉、植物肉。植物肉,人造肉,你会吃吗?为什么只有少数的中国消费者尝试过新蛋白产品?为什么一些消费者不愿意尝试?

口味和价格,成为了植物基食品在发展过程中,面临的两大问题。

中国人的中国胃,可谓是世界上分辨率最高的胃,中国各地的饮食习惯也不尽相同,仅仅一个面食,就有水饺、馄饨、包子、馅饼等各种形式,如今中国消费者对多元化场景和食用便捷的需求,也在不断迭代更新。

作为欧美舶来品的植物基食品,只有做到真正满足中国饮食方式及烹饪才是赢家。