



资讯速递

首页 > 首页栏目 > 资讯速递

亚洲研究与参与 (ARE) 发布《北京超市可持续蛋白调查报告》

中国经济新闻网 2025-11-21 14:31:45

作者: ARE

近日,研究机构亚洲研究与参与 (Asia Research & Engagement, 以下简称“ARE”) 发布报告《北京超市可持续蛋白调查报告: 进展可见, 转型机遇已现》(以下简称“《调查报告》”)。调研人员走访了18家位于北京的超市门店,涵盖10个主流超市品牌,覆盖多个城区与消费群体,研究了植物奶、植物肉和非笼养鸡蛋三类关键产品在超市中的售卖情况。

本报告依据“4P营销法”(产品、陈列、定价、促销)对各门店的产品整合情况进行评估。报告发现,北京及中国市场的蛋白结构转型正处于发展演进的过程中,各品类发展存在差异:植物奶类产品在文化上已具备较高接受度,但在定位上有待进一步强化其作为日常营养替代品的健康价值;植物肉类产品尚未进入主流零售渠道;非笼养鸡蛋在部分渠道已有一定覆盖,但在认证体系强化与门店推广力度上仍有提升空间。整体来说,我们已在超市门店发现了售卖可持续蛋白产品的积极动向。

以下是不同品类的具体分析:

植物奶

中国消费者对植物蛋白饮品并不陌生。例如豆奶等传统饮品在饮食文化中具有悠长历史。然而,目前看来,消费者对相关产品的熟悉程度尚未直接转化为对植物奶可作为乳制品替代品的广泛认知。

ARE发现,在本次调研所走访的18家超市门店中,所有门店目前均销售植物奶产品;此外,其中6家超市还推出了自有品牌的植物奶。目前,70%的门店将植物奶陈列在动物乳制品旁,有利于提升销量;而其余门店则将植物奶归于“一般饮料”区域。

目前,在ARE所走访的超市品牌中,仅有两家国际连锁超市设有专门的“植物基产品”区域。这从侧面反映出国际连锁品牌在多元营养与可持续发展方面有着较为系统、全面的布局规划。

《调查报告》发现,中国市场上的植物奶定位正处于逐步探索与明确的过程中。多数零售商将其视为“生活方式饮品”,尚未将其纳入日常营养替代的选择范畴。ARE认为,更清晰的定位将有助于植物奶在引导消费者改变饮食习惯方面发挥更大作用,也能创造更多向大众普及植物营养理念的机会。

植物肉

ARE调研发现,植物肉产品在各大超市中的普及度目前相对低于植物奶类产品。在调研所覆盖的10家超市品牌中,仅一家超市品牌(麦德龙, Metro)在售植物肉产品;而在另外9家超市品牌的门店中,调研人员则未见到在售的植物肉产品。

值得关注的是,即便是在售相关产品的超市,植物肉的定价仍处于较高区间,且在陈列方式上并未被归入传统的“肉制品”区域,而是被置于火锅调味品附近,与鱼丸等产品共同摆放。这种分类与陈列方式会在一定程度上降低植物肉在主流采购动线中的可见度,影响消费者对其的认知与接触。

自2019年进入中国市场以来,植物肉产品逐步获得行业与公众关注,但当前整体渗透率依然有限。在价格、陈列与渠道覆盖方面仍有优化空间。随着零售端在品类管理、陈列策略和消费者教育上的进一步投入,植物肉品类未来仍具备良好的成长潜力,也有望在健康、可持续饮食趋势的推动下迎来更广阔的发展机会。

非笼养鸡蛋

在ARE所调研的10家超市品牌中,共有8家销售非笼养鸡蛋。相关产品主要集中于少数几个品牌,包括部分超市自有品牌及“快乐的蛋”、“神丹”等市场品牌。

目前，非笼养鸡蛋的认证标准与超市端的宣传方式仍存在一定差异。获得认证的产品通常售价较高。而部分标有“非笼养”标识但价格较低的产品，在呈现第三方认证信息方面尚不够明确。在本次ARE的调研范围内，仅有两家超市在门店内对已认证的非笼养鸡蛋进行了主动展示与推广，且均为超市自有品牌产品。

ARE认为，当前非笼养鸡蛋在产品标准上的不统一可能会在一定程度上影响消费者信任，也会影响公众对高福利养殖理念的理解。尽管一线城市消费者对动物福利的关注度正在上升，但由于标签信息不够清晰、宣传信息有限等原因，非笼养鸡蛋的差异化价值尚未被充分传递给目标客群。展望未来，随着零售商在产品分类、标签标识、价格策略和消费者沟通方面逐步完善，非笼养鸡蛋在中国市场仍具备可观的发展空间。进一步的品类管理和消费者教育也有望帮助该品类更好地体现其在食品安全、品质与可持续发展方面的综合价值。

结语

作为蛋白类产品消费的重要线下渠道，北京地区的超市等零售商在推动蛋白消费结构升级方面具有关键影响力。ARE认为，若零售商能够将“可持续蛋白”纳入其核心战略，而非仅将此类产品视为补充性品类，则有望在蛋白结构转型中发挥更积极、实质性的推动作用。

超市等零售商的影响力不仅体现在产品上架决策中，也贯穿于产品陈列位置、标签信息设计、价格策略及宣传方式等多个环节，这些因素共同塑造了消费者对新品种的认知和接受度。此外，通过与供应商协作，推动如非笼养鸡蛋等产品的第三方独立认证，也有助于提升行业标准的一致性和透明度，强化消费者信任。

总体来看，北京地区的零售商具备显著的渠道优势与示范潜力。若能进一步完善可持续蛋白的品类管理和消费者沟通，将有望在促进健康、品质与可持续饮食方面发挥更大价值。

阅读报告全文，欢迎访问亚洲研究与参与（ARE）官方网站或关注微信公众号：ARE亚洲研究与参与

来源：咸宁网 编辑：editor018



相关阅读

中国经济新闻网版权与免责声明：

本网所刊登文章，除原创频道外，若无特别版权声明，均来自网络转载；
文章观点不代表本网立场，其真实性由作者或稿源方负责；
如果您对稿件和图片等有版权及其它争议，请及时与我们联系，我们将核实情况后进行相关删除。
【本文资讯为广告信息，不代表本网立场】

联系电话：81785256；邮箱：cetcopyright@163.com

中国经济时报社主办
CHINA ECONOMIC TIMES

|国务院发展研究中心|人民网|中新网|中国经济网|今日头条|一点资讯|新浪网|搜狐网|腾讯网|金融界|搜房网|千钧万博|全景网|中国知网|和讯网|国研信息网|慧聪网|新华网|科技讯|凤凰网财经|华商门户网|隆众石化商务网|亿邦动力网|私募排排网|软件资讯网|中国产业报协会|51CTO|网上车市|迈点网|新华北京频道|企业观察网|活动家网|中国一带一路网|证券日报

中国经济新闻网 版权所有 未经书面允许不得转载、复制或建立镜像

联系电话：(010) 81785256 联系邮箱：cetcopyright@163.com

举报电话：81785256；举报邮箱：cetcopyright@163.com

中国经济时报社 地址：北京市昌平区平西府王府街 邮政编码：102209 电话：

(010)81785188(总机) (010)81785188-5100(编辑部) (010)81785186(广告部)

(010)81785178(发行部) 传真：(010)81785121 电邮：info@cet.com.cn 站点地图

Copyright 2011 www.cet.com.cn. All Rights Reserved

互联网新闻信息服务许可证10120180005 京ICP备07019363号-1 京公网安备110114001037号



微信公众号



不良信息举报中心