

## 2020上海自有品牌展报名处！

产品名称	2020上海自有品牌展报名处！
公司名称	上海市隆橙营销策划中心
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	闵行区
联系电话	15121196695 17269427257

## 产品详情

### 【全球速递】浅谈植物肉类替代肉类的自有品牌产品

在美国主流超市中，基于植物的包装肉类替代品的数量不断增加。这些产品试图在外观，口感甚至营养方面去模仿动物蛋白，并且已成为兵家必争之地。当自有品牌以各种各样的形式出现，全国性品牌几乎没有建立自己的品牌的机会。而且自有品牌通常占据成本优势。

那么问题来了：

零售业会在基于植物的肉类替代品上开发出足够多选择吗？美国家庭厨师在家庭炸玉米饼之夜，是会花更多的钱购买植物碎还是购买更经济的碎牛肉呢？(小编碎碎念：美帝是肉贵，蔬菜便宜)

美国伊利诺伊州Wisner Marketing Group总裁，自有品牌专家Jim Wisner在2019年11月17日伊利诺伊州Rosemont由自有品牌制造商协会（PLMA）的展期研讨会上，对一整间房的零售商说：“大家不要坐着观望，你们需要参与进来。”

他鼓励零售商与制造商合作，通过开发一系列产品快速进入该领域。通过这种参与，在肉类部门中创建一个明确的子部门，吸引购物者，树立意识。

Wisner指出零售商像The Kroger Co., ALDI, Wegmans Food Markets, Albertsons Cos. 和 Loblaw已经用他们基于植物的肉类产品自有品牌攻入市场，并且领先这个游戏。

“我们已经有零售商在一个新的市场建立起来之前进入这个领域。这是自有品牌行业的一个好的改变。”

Wisner应用了“Research and Marketing公司”的调研表示：基于植物的肉类替代品是基于植物类食品中最快增长的品类。在过去的几年里，以23%的增速持续增长。预计到2024年，基于植物肉类替代品的销量能达到30亿美金。

同任何迅速出现的趋势一样，它也可能很快消失。虽然基于植物性肉类替代品引起了一些消费者的共鸣，但对于另一些消费者而言，更多的是出于好奇心去购买。因此，Wisner先生建议，乘着它充满活力的新鲜劲，大家现在就应该开始这项着手这项新业务。但同时他也提醒制造商做好应对挑战的准备。

对于基于植物性肉类品类，尤其是在购物者能够探索分析产品成分说明的零售业，消费者尤其注重价格。零售业必然会遇到了一些重大阻碍。首先是，近几个月来有很多文章引用了基于植物性肉类替代品的高度加工特性。

位于美国华盛顿的激进组织消费者自由中心（C.C.F.），通过在诸如《纽约邮报》，《纽约时报》，《华尔街日报》和《今日美国》等报纸上刊登整版广告来传递信息。这些广告展示了“基于植物性肉类”的成分。以此反驳，一半以上的消费者错误地认为植物性蛋白比肉类更健康这一观念。（小编提醒：不是说基于植物性蛋白不健康）

这一观点与特色食品协会（S.F.A.）2020年的六个预测之一相一致。该机构专家预计，零售和食品服务业将出现基于植物肉类替代品的负面的反击。专家小组在2019年11月19日的报告中说，尽管它们目前“毫无疑问地很受欢迎”，但他们预测在势头褪去之后，消费者会重新购买水果和蔬菜。专家小组说，那时消费者将开始对基于植物性肉类替代品进行批判性思考，更仔细地审查自己的食材清单，供应链，用水量和食品安全性，从而重新勾起人们对植物作为植物本身的兴趣。

Wisner：“基于植物的肉类将满足许多生活方式及趋势，但却不是全部。”

他指出尽管基于植物肉类食品对环境友好并具备可持续性，但是该产品对消费者食用并没有更健康，因为其钠含量较高。

Wisner先生说道，一些大型零售商已经提供了自己的品牌基于植物肉类产品。根据P.L.M.A.的营销概念的数字显示，更更高的可能性出现更多零售商参与这个领域。

参品范围：