

2023 未来营养趋势

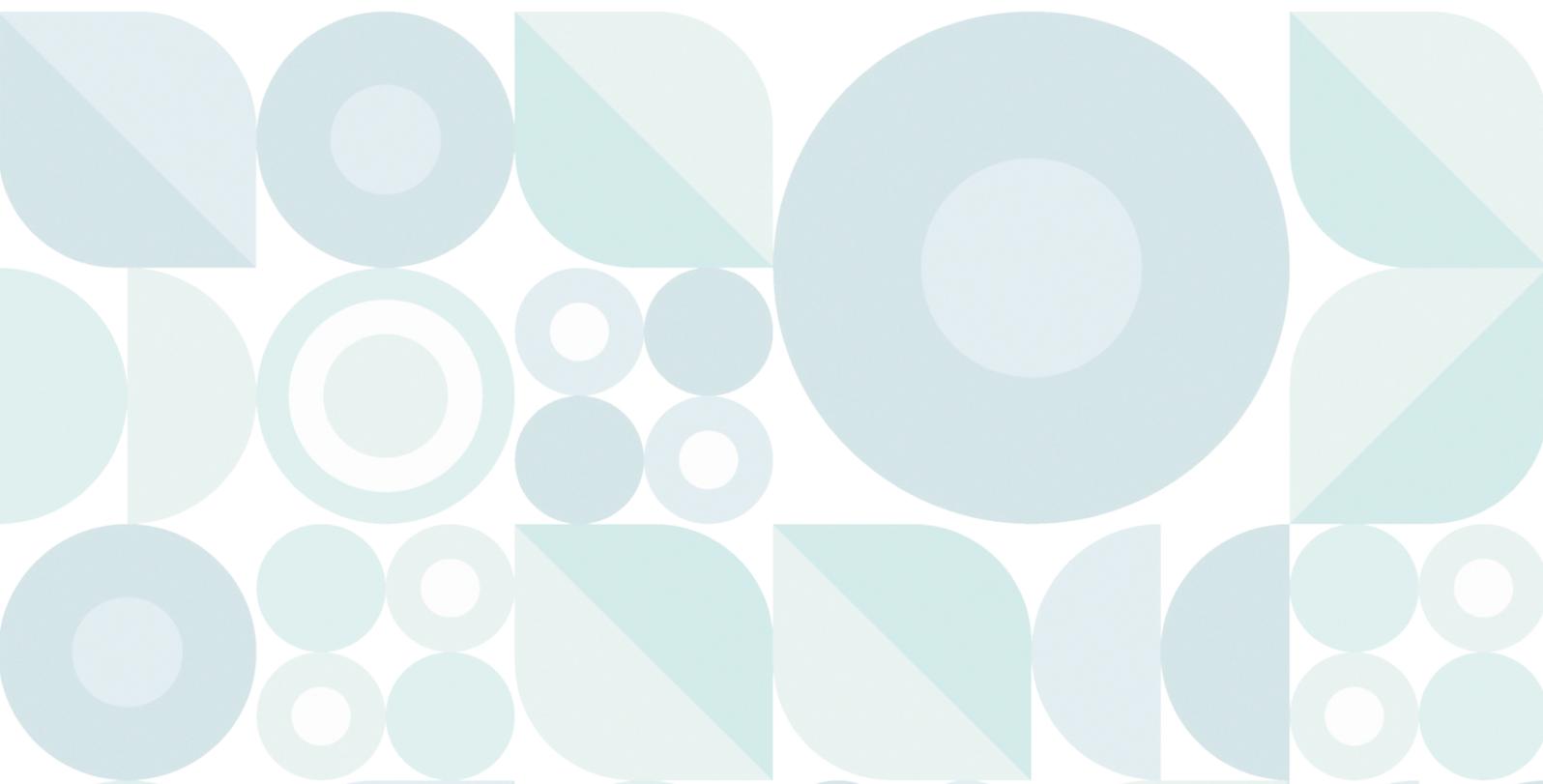
2023年1月

KERRY

Roland
Berger 

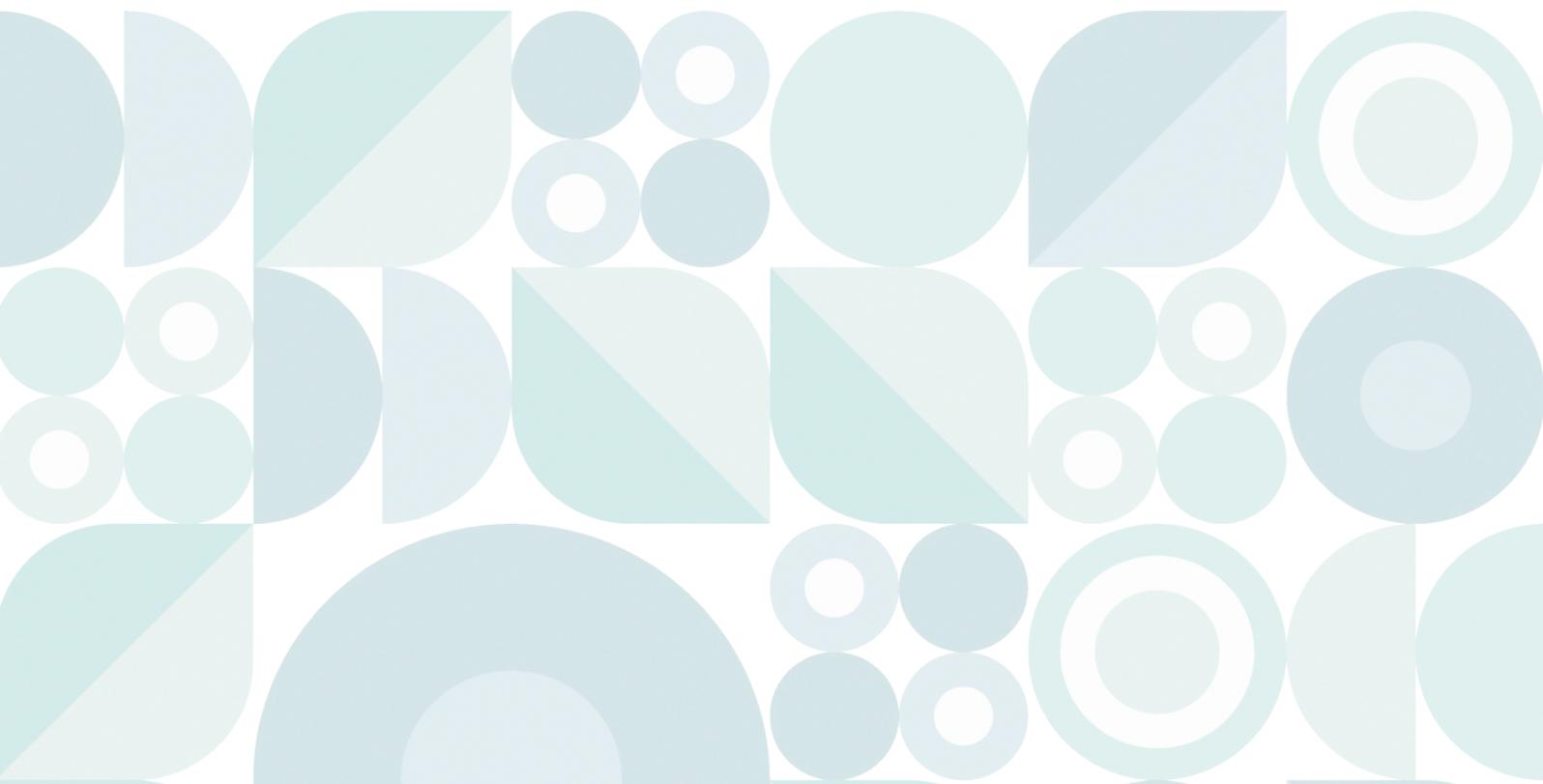
前言

全球营养健康消费品市场规模巨大，目前已达约12000亿人民币，其中中国市场约2370亿且拥有亚洲地区最高的增速。面对前景广阔的市场，业内玩家该聚焦哪些趋势来抓住市场机遇实现营收增长？近日，罗兰贝格联合凯爱瑞发布了《未来营养趋势白皮书》，深度剖析了全球营养健康消费品的市场现状和未来5大发展趋势，助力业内玩家精准把握行业趋势与机遇。



目录

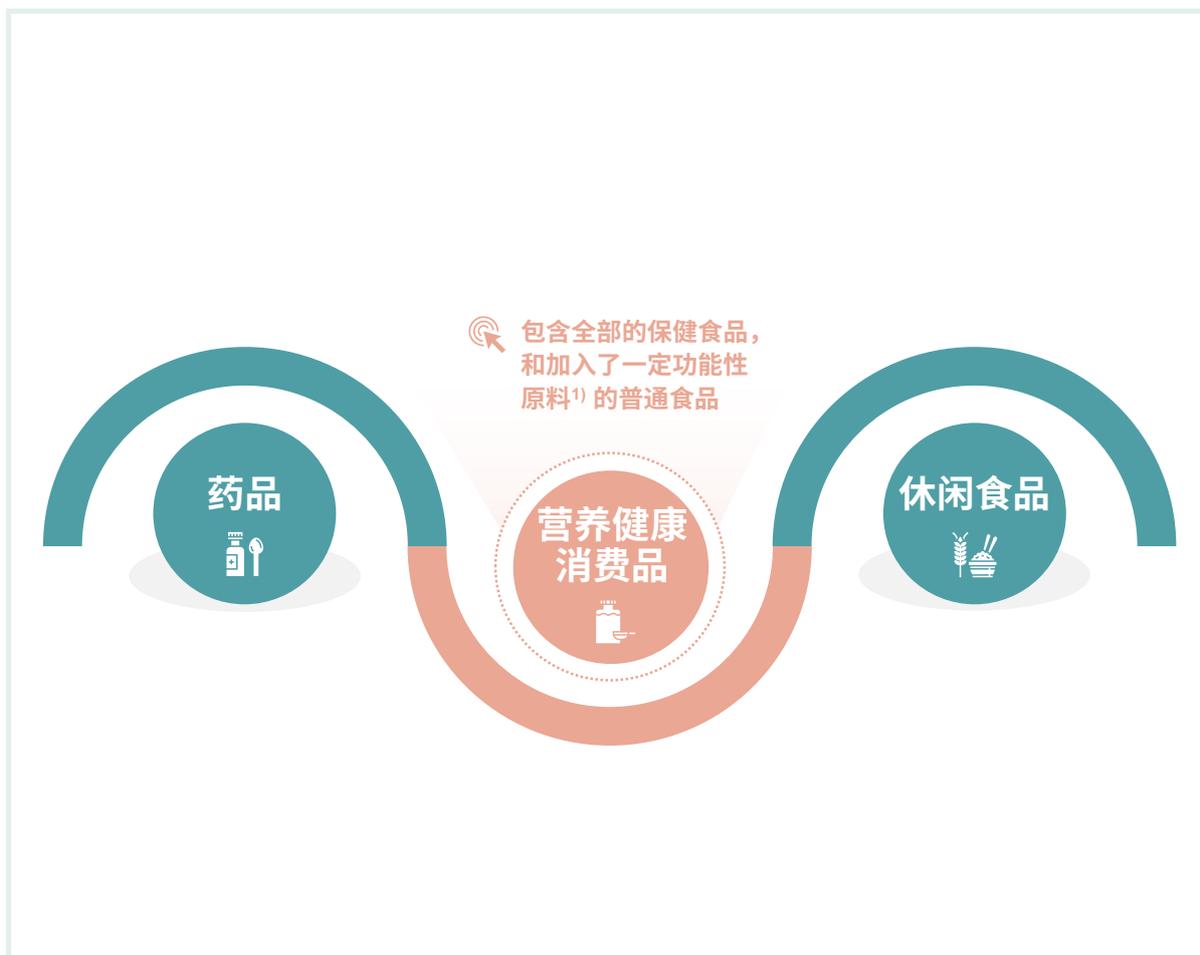
一、营养健康消费品行业概况	04
二、行业五大发展趋势	09
1. 营养功能化	11
2. 营养疗愈化	14
3. 营养个性化	16
4. 营养风味化	17
5. 营养低碳化	18



一、营养健康消费品行业概况

营养健康消费品是指介于药品和休闲食品之间，不以治疗疾病为目的但具有健康益处的食品。其定义包含全部的保健食品和加入了一定功能性原料的普通食品。

营养消费品的定义



1) 功能性原料主要是指卫健委已经明确为普通食品原料、新资源食品原料、药食同源清单原料、可用于食品中的菌种等符合中国法规，具备科学文献支持其正面评价的原料

凯美瑞与罗兰贝格对营养健康消费品市场研究及中国未来营养趋势分析

营养健康消费品市场

营养健康消费品市场

- 目前全球营养健康消费品市场规模~12000亿人民币，其中亚洲市场规模~5000亿，中国市场约占亚洲的50%，且增速最快
- 中国营养健康消费品市场可分为三大类，其中以维生素、矿物质、中式传统滋补品为主的膳食营养补充剂拥有接近90%的市场占有率

营养健康消费品原料市场

- 目前全球营养健康消费品原料市场规模~3500亿人民币，预计未来5年将以~8%的速度稳定增长；其中亚太地区占比最大且增速最快

未来营养趋势

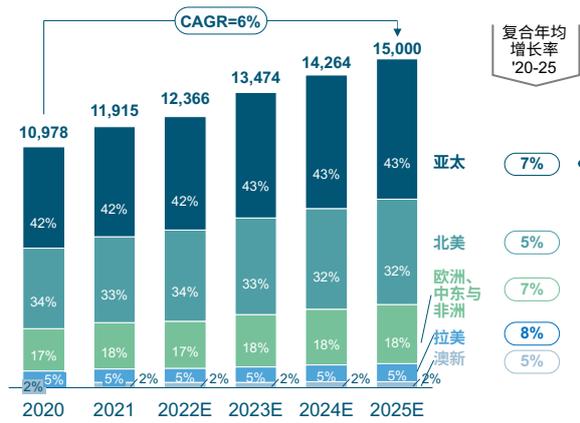
全球趋势

- 在全球地缘政治与文化和社会经济变化驱动下，营养品业通过科学与技术的进步赋能，往新的发展方向

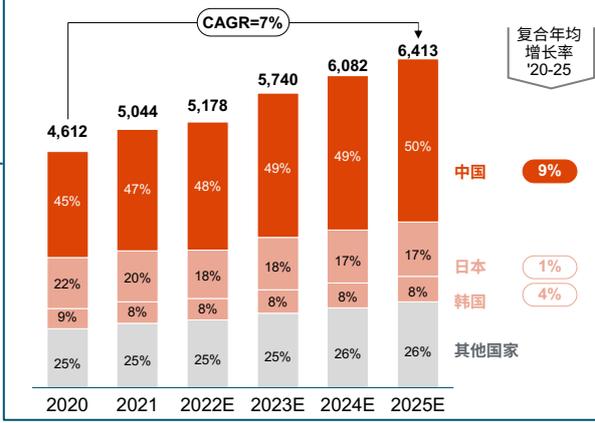
中国营养趋势

- 1. 免疫健康:** 新冠疫情导致免疫成为全球最为关注的话题之一，在后疫情时代，大部分中国居民积极采取主动式免疫，免疫健康将长时间受到关注
- 2. 肠道健康:** 肠道健康是全民关注的健康话题，生活压力、不良饮食习惯、缺乏锻炼等原因使得大众逐渐意识到呵护肠道对全身健康的重要性
- 3. 生殖健康:** 随着我国不孕不育率的增加，人们生殖健康问题严重，越来越多的人意识到生殖健康的重要性，并且偏向于选择植物成分调理身体健康
- 4. 体重管理:** 超过50%的中国居民遭受超重或肥胖的困扰，健康饮食是解决体重问题的关键，其中营养代餐拥有百亿市场且预计未来将迎来更快速增长
- 5. 情绪健康:** 高抑郁发病率叠加疫情影响，中国精神卫生状况形势严峻，作为抑郁问题最主要的诱因，情绪健康问题越来越受重视
- 6. 儿童营养:** 3-14岁儿童人口持续增长，对儿童零食的需求随之增加；由于3岁之后进入成长关键期，零食营养性成为家长选购儿童零食的重点考量因素
- 7. 风味营养:** 营养品零食化背后的驱动力是年轻一代对养生的解构和重塑，效果不再是唯一标准，服用方便和好吃好玩等体验化指标成为重要考量因素
- 8. 细胞培育:** 尽管在企业数量和产业化阶段上不占优势，但在“双碳”加持下，快速下降的成本及民众对产品较高的接受度将推动国内细胞培育行业的发展

全球营养健康消费品市场规模 [亿 人民币]



亚洲营养健康消费品市场规模 [亿 人民币]



资料来源:罗兰贝格

中国营养健康消费品市场可分为三大类,分别为膳食营养补充剂、体重管理产品、运动营养产品,其中以维生素、矿物质、中式传统滋补品为主的膳食营养补充剂拥有接近90%的市场占有率;体重管理和运动健康类产品增速更快但目前市场占比仍较低。

中国营养健康消费品市场规模 [亿 人民币]



产品分类

- 中式传统滋补品
 - 人参、枸杞、燕窝等
- 维生素
 - 维A/ C/ E/ B6/ B12 等
- 矿物质
 - 钙、铁、锌、硒等
- 代餐
- 瘦身功效营养品
- 新陈代谢促进剂
- 消化酵素
- 运动蛋白产品
 - 蛋白粉、蛋白棒等
- 运动非蛋白产品

资料来源:案头研究, 罗兰贝格

根据产品类型和来源的不同，营养健康消费品原料可以分为维生素与矿物质、非水溶性纤维、Omega-3脂肪酸、植物提取物、类胡萝卜素、益生菌、蛋白质与氨基酸、益生元共8个主要类别，每个类别分别有其专精的功效。

营养健康消费品原料分类及定义

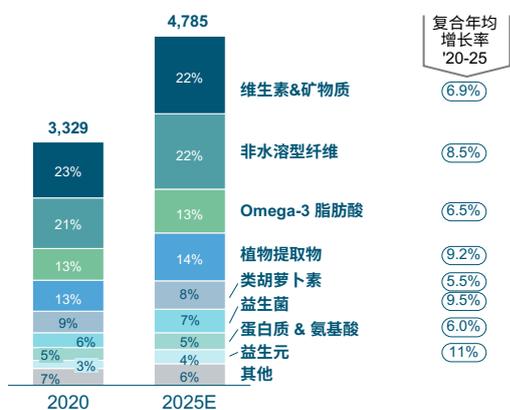


资料来源：罗兰贝格

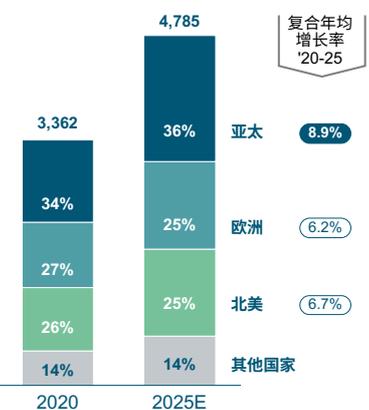
资料来源：Markets and Markets, 2022益生菌白皮书, 案头研究

目前全球营养健康消费品原料市场规模约3500亿人民币，整体市场预计未来5年将以~8%的速度稳定增长，其中益生菌、益生元和植物提取是增长最快的细分类别。分地区市场中亚太地区份额最大，但因目前渗透率仍然较低，未来仍将保持目前全球领先的增速水平。

全球营养健康消费品原料市场规模按种类分类



全球营养健康消费品原料市场规模按区域分类



• 益生菌、益生元和植物提取是增长最快的类别

– 益生菌及益生元的生长同时受益于大众对肠道健康和免疫力越加重视的趋势

– 植物提取物则受益于对天然提取物需求的增加

• 亚太地区目前所占市场份额最大，但与北美或欧洲等更发达的地区相比，渗透率仍然较低，因此预计仍将保持快速增长（'20-25年的复合年增长率为8.9%）

资料来源：Markets and Markets

在营养健康消费品产业链中，上游原料环节主要为维生素、植物提取物等各类原料供应商；中游的产品生产和品牌运营玩家则较为多样化，营养保健品企业、药企、直销企业、新零售品牌等玩家采用自产或OEM代工方式打造产品，部分OEM工厂也会打造自身品牌；下游渠道则主要为传统药店、电商、微商等经销商与零售商，部分直销企业会打造直达消费者的模式绕过渠道环节。

中国营养健康消费品产业链

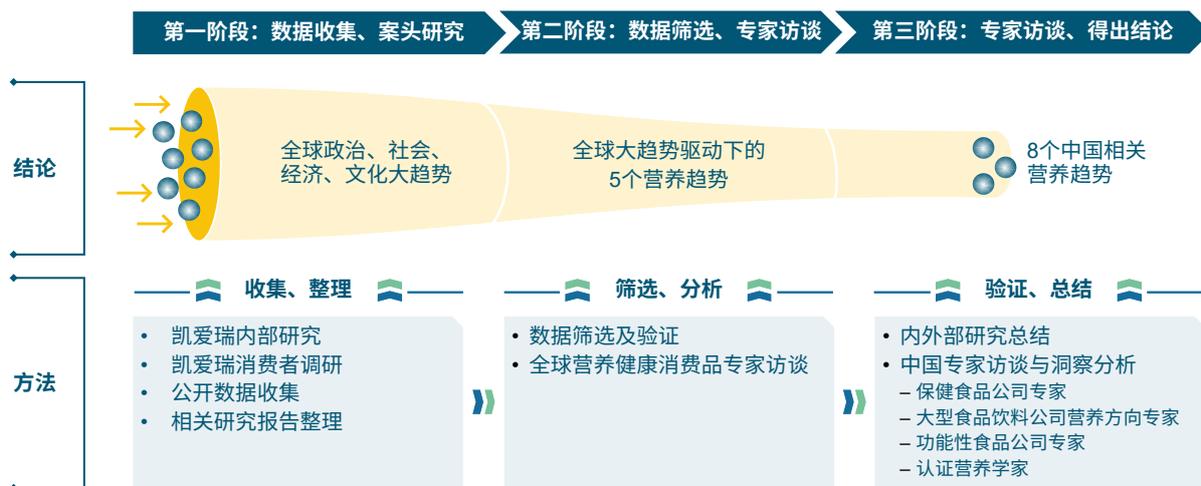


资料来源：案头研究



二、行业五大发展趋势

面对快速发展的营养健康消费品行业，罗兰贝格联合凯爱瑞，通过数据收集、案头研究、专家访谈等方法，分三个阶段进行验证和筛选最终总结出全球最新趋势、全球营养趋势以及中国营养趋势。



资料来源：Kerry Future Taste & Nutrition Trends

宏观层面，全球地缘政治变动、社会经济变化、科学与技术进步共通影响营养健康消费品市场的发展方向，引导市场向着营养功能化、疗愈化、个性化、风味化、低碳化的五大方向发展，每个大方向下有各自延伸的细分领域。



资料来源：Kerry-Building nutritional codes of the future, 罗兰贝格, 案头研究, Innova生活方式及态度调研2021

结合全球趋势和中国市场特殊情况，我们发现全球五大趋势中，有8个子细分趋势与中国息息相关，分别是：免疫健康、肠道健康、生殖健康、体重管理、情绪健康、儿童营养、风味营养、细胞培育。



资料来源: Kerry-Building nutritional codes of the future



1. 营养功能化

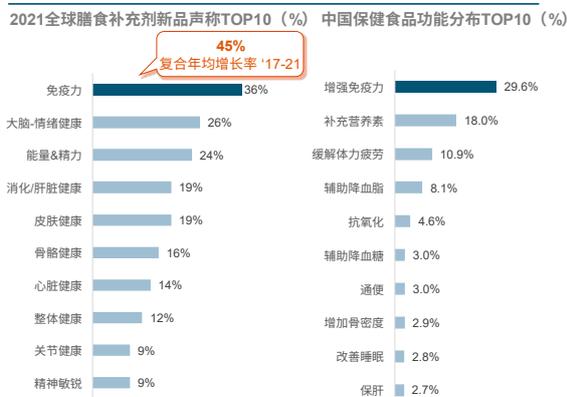
营养功能化主要是指利用创新营养配方赋予身体治愈力和修复力，主要涉及以下三个健康领域：免疫健康、肠道健康和生殖健康。

免疫健康

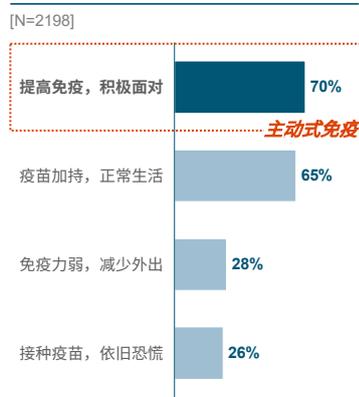
自新冠疫情爆发已经过去了三年，国内已放开疫情管控，部分地区随之发生医疗资源挤兑。在此背景下如何提升自身免疫力成为大多数人最关心的健康话题之一，相关产品讨论热度只增不减。2017年到2021年间全球市场中免疫力相关的产品复合年均增长率为45%，国内的保健食品中29.6%的产品功能为增强免疫力，在所有功能中占比位列第一。

免疫健康 - 流行趋势背后洞察

免疫力始终是膳食补充剂中成熟&经典的品类



后疫情时代中国居民心态多与免疫相关



营养免疫学的概念是免疫学最激动人心的发展之一。

此前，免疫系统一直是制药公司的领域。现在，人们开始意识到食物中的营养成分对免疫系统有直接影响。

Sonja Nodland 博士
Kerry主动健康研究首席科学家

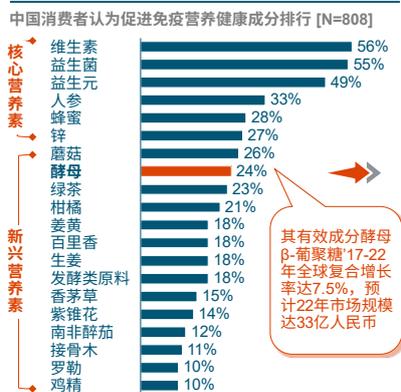
资料来源: Innova, 中国特殊食品产业发展蓝皮书, 艾瑞咨询消费者调研, Kerry Health and Nutrition Institute

免疫健康

在提升免疫力的相关产品中，免疫新兴营养素是产品创新的核心，其中酵母β-葡聚糖作为提升免疫力、协助对抗病毒的新兴营养成分，在中国乃至全球市场均有极大市场潜力。2020年，酵母β-葡聚糖是美国市场增长速度最快的原料，增幅高达507%；目前国内市场也已经出现添加此成分的产品，如OLLY KIDS 功能性软糖中添加了酵母β-葡聚糖、接骨木莓、针叶樱桃、锌，可为儿童提供免疫支持。

免疫健康 - 原料趋势及市场应用

免疫新兴营养素赋能产品创新



酵母β-葡聚糖平衡人体免疫系统

酵母β-葡聚糖功效

- 提高儿童免疫
 - 可提高呼吸系统有问题儿童的唾液中免疫球蛋白含量
 - 提高被动吸入二手烟的儿童免疫力
- 提高老人免疫
 - 加快老年人患上呼吸道疾病后的康复进程
- 协助抵抗病毒
 - 提高SARS、新冠病毒疫苗的有效性
 - 可减少新冠阳性患者炎症反应，降低凝血风险

免疫新兴营养素酵母β-葡聚糖产品举例

VC泡腾冲剂

功能性原料配方组合:

- 维生素: VC、D3
- 矿物质: 锌、锰
- 酵母: 酵母β-葡聚糖

膳食补充剂

儿童免疫软糖

功能性原料配方组合:

- 植提: 针叶樱桃、接骨木莓
- 矿物质: 锌
- 酵母: 酵母β-葡聚糖

膳食补充剂

夹心威化蛋白棒

功能性原料配方组合:

- 蛋白质: 乳清蛋白、大豆蛋白
- 酵母: 酵母β-葡聚糖

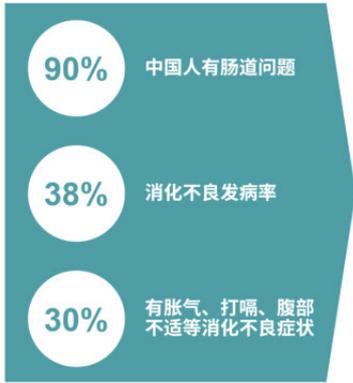
蛋白棒

资料来源: 凯美瑞全球消费者调研, Markets and Markets, HomeTest丁妈妈家庭实验室; Vetricka V et al., Am. J. Immunol, 2013; Fuller R et al., Nutrition, 2017; Córdova-Martínez A et al., Int J Environ Res Public Health, 2021; Ikewaki N et al., Hum Vaccin Immunother, 2021

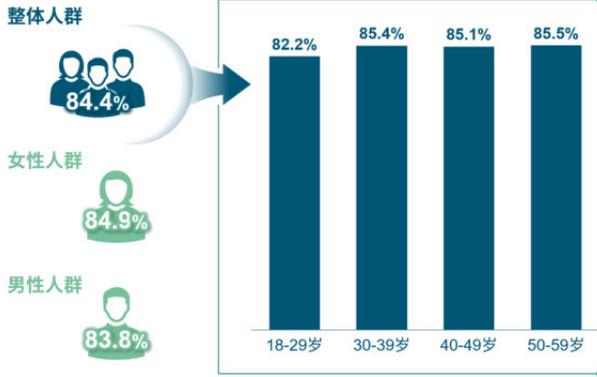
我国居民的肠道健康饱受困扰，快节奏生活与日常压力、不科学饮食与生活习惯、缺乏锻炼等原因导致消化不良发病率高达38%。日益严重的肠道问题使得更多的居民开始关注，90%的中国居民会日常关注肠道健康问题，其中女性和30岁以上人群比例更高，主要话题聚焦在如何调节肠道菌群平衡和改善便秘。

肠道健康 - 流行趋势背后原因

中国居民肠道健康问题严重



全民肠道健康关注度高，其中女性和30岁以上人群尤为关注



- 中国居民肠道健康问题来源于快节奏生活与日常压力、不科学饮食与生活习惯、缺乏锻炼等

- 目前约90%的中国居民认为健康的肠道有助于促进消化功能及加速营养吸收，随着对肠道健康愈加关注及营养知识的普及，大众逐步意识到肠道健康对整体健康（如排毒、免疫等）的重要性

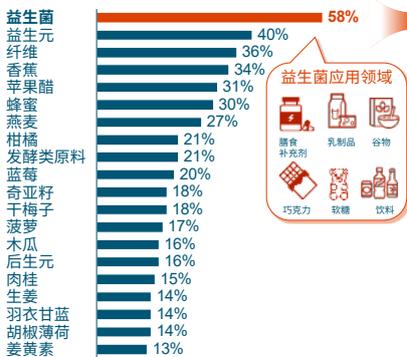
资料来源：蒙牛&网易健康，生命时报，CTR，人民日报，罗兰贝格

在促进肠道健康的产品中，益生菌是被最多消费者熟知有益于肠道健康的成分，超过半数中国消费者认为促进肠道健康的第一营养素是益生菌。益生菌终端产品也在飞速增长，2015年到2021年中国市场益生菌终端产品的复合年均增长率为19%，目前规模达到950亿人民币，且应用领域多样，在零食、膳食补充剂、早餐粉中均可搭配产品组合。

肠道健康 - 市场应用及原料趋势

超过半数中国消费者认为促进肠道健康的第一营养素是益生菌

中国消费者认为促进肠道营养健康成分排行 [N=808]



中国肠道健康产品举例

零食	西印樱桃冻干奶酪 功能性原料配方组合： • 果蔬粉：西印度樱桃果粉 • 益生元：低聚果糖 • 益生菌：乳双歧杆菌
膳食补充剂	姜黄益生菌粉 功能性原料配方组合： • 药食同源：姜黄 • 益生菌：双歧杆菌
早餐粉	益生菌红豆薏米枸杞粉 功能性原料配方组合： • 中式食材：薏米、红豆、椰子粉、山药、燕麦、黑米、红枣、枸杞子 • 益生菌：凝结芽孢杆菌

1) 包括动物饲料/宠物食品、化妆品、特殊用途产品等

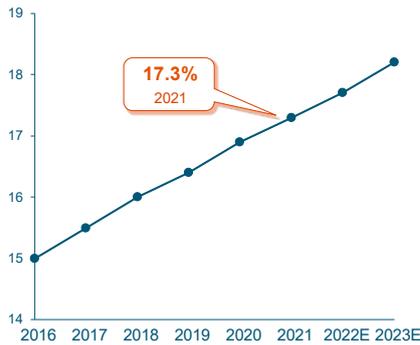
资料来源：凯爱瑞全球消费者调研，Statista，中国保健协会，罗兰贝格，innova新品数据库

近年来我国居民不孕不育居民占比逐步提高，目前已达到17%且未来预计持续增长。导致不孕不育的诱因十分多样，性功能异常等生理疾病、高压下的负面情绪、有毒物质造成的不良环境、吸烟酗酒等亚健康生活方式均在可预见的未来进一步威胁居民生殖健康。

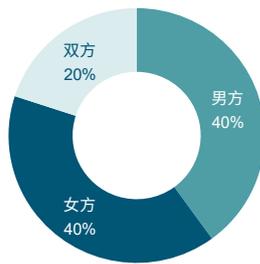
生殖健康- 流行趋势背后原因

中国不孕不育率逐年增加且男女占比相当

中国不孕不育人口占比 [%]



不孕不育人群的不同性别占比 [%]



导致不孕不育因素多样复杂

- 生理因素**
 - 女性：排卵障碍、输卵管等疾病
 - 男性：性功能异常、免疫因素等
- 心理因素**
 - 长期处于高压下，面临焦虑、抑郁、恐惧等负面情绪
- 环境因素**
 - 接触铅、汞、农药等有害物质
 - 长期处于高温环境、桑拿
- 生活方式因素**
 - 吸烟和酗酒等行为
 - 肥胖和消瘦对生育能力也有影响

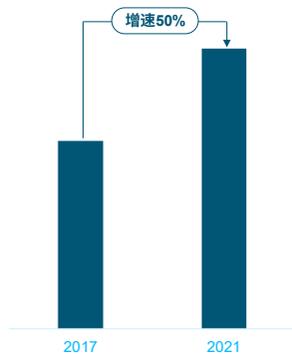
资料来源：国家统计局，妇幼健康司，复旦大学健康传播研究所，八点健闻，案头研究

预防和改善不孕不育情况的相关需求促使中国生殖健康补充剂市场的蓬勃增长，2017年至2021年间中国生殖健康新品增速达到50%。在产品层面消费者对天然成分十分偏好，植物和植物提取物是生殖健康产品中出现次数最高的成分，常用成分淫羊藿、达米草等植物提取物在相关产品中得到广泛应用。

生殖健康 - 市场应用及原料趋势

中国生殖健康市场发展

过去4年中国生殖健康新品增速50%



植物提取物在生殖健康产品中应用广泛

生殖健康产品中出现次数最高的营养素前11)



生殖健康产品常用植物成分

非穷尽

- 淫羊藿**：淫羊藿苷，一种黄酮糖醇，有益激素平衡
- 蒲公英**：其根叶有消炎利尿的作用
- 达米草**：金合欢素，优化激素水平，放松心情
- 月见草**：具有多种抗氧化剂，改善经期前综合征
- 角豆**：手性肌醇DCI，改善雄激素过多症，提高排卵率

1) Position as sexual health products in Innova

资料来源：Innova, 案头研究

2. 营养疗愈化

营养疗愈化是指在保障机体营养的同时兼顾情绪和形象的提升，主要涉及体重管理和情绪健康两个领域。

体重管理

我国居民中，超重和肥胖问题随着从儿童成长为成人逐步加深，在18岁以上的成年人中已经有超过50%面临超重或肥胖的问题，相关人群绝对数量达到全球第一。在当下的快节奏时，代熬夜、缺乏运动、爱吃外生的生活习惯和重油重盐、喝酒、嗜糖的饮食习惯均为肥胖的诱因。面对肥胖问题超过半数居民通过采用健康食品进行体重管理，因此营养代餐、减肥补充剂等品类的需求快速增长，体重管理相关的应用健康消费品市场规模已超过200亿。

体重管理 - 流行趋势背后原因

超重或肥胖是中国居民面临的重要问题



中国居民体重控制方式多以健康饮食为主



- 成人超重或肥胖率已超过50%，儿童及青少年超重或肥胖率也已接近20%
- 超过半数居民愿意通过采用健康食品进行体重管理，其中含营养成分的代餐近几年展现出高市场潜力，预计20-26年增速高达13%
- 代餐正加速在消费者中的渗透，Wonderlab, ffit8 等新零售代餐品牌获得消费者的青睐

1) 只涵盖粉剂，不包含其他产品形态，如麦片、酸奶、鸡胸肉等
资料来源：华经产业研究所，案头研究，罗兰贝格

体重管理

针对体重管理，有多重受欢迎的有效成分发挥对应的功效，乳清蛋白利于提高代谢加速消耗，膳食纤维和奇亚籽可增加饱腹感以减少热量摄入，白芸豆可实现碳水阻隔减少吸收。目前市面上已有能量棒、运动饮料等形态的产品利用此类元素帮助消费者进行体重管理。

体重管理 - 市场应用及原料趋势

不同营养成分在体重管理中有不同的功效

功能性零食增速排名前十的营养成分¹⁾



2021-2022电商标题关键词销售额增速²⁾



体重管理产品举例

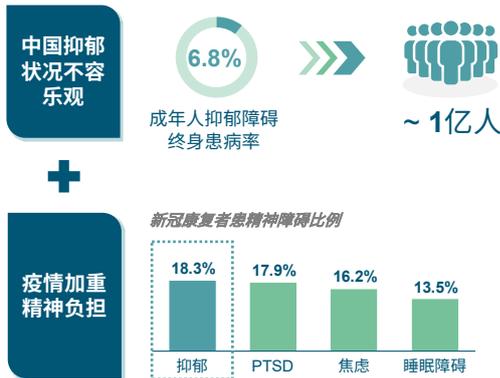
- 能量棒**
 - 双层脆心谷物棒
 - 功能性原料：乳清蛋白
- 糖果**
 - 白芸豆咀嚼糖果
 - 功能性原料配方组合
 - 益生元：菊粉
 - 油脂：共轭亚油酸
 - 植提：白芸豆提取物
 - 益生菌：保加利亚乳杆菌、嗜热链球菌、乳酸乳球菌
- 运动饮料**
 - 蛋白质水
 - 功能性原料：水解乳清蛋白、胶原蛋白

1) 来自SPINS2020年发布的数据；2) 线上渠道涵盖：天猫、淘宝、京东、苏宁
资料来源：博晓通大数据平台，艾瑞网，Foodaily，Innova，案头研究

我国当下的精神卫生状况较为严峻，全国成年人抑郁障碍终身患病率为6.8%，抑郁人群基数达到1亿人；频繁的封控和隔离导致新冠康复者存在负面精神影响，约18%的康复者有抑郁倾向；社会性情绪压力持续加重，而情绪压力是抑郁症的第一大诱因。因此调节情绪健康的产品迎来旺盛需求。

情绪健康 - 流行趋势背后原因

中国精神卫生状况形势严峻



情绪压力是引发抑郁症第一大诱因



- 较高的抑郁障碍发病率导致我国抑郁人群基数较高 (~1亿人)
- 疫情频繁的封控和隔离对居民的心理状况造成了负面影响，其中18.3%的新冠康复者患有抑郁障碍
- 研究显示情绪压力是抑郁症最主要的诱因，因而不光是社会还是个人层面，重视情绪健康都刻不容缓

资料来源:中国精神卫生调查, 2022国民抑郁症蓝皮书

在各类改善情绪健康的营养素中，南非醉茄在使用频率和近期增速方面表现都较为亮眼，在情绪健康产品增速Top10营养素中排名第二、在情绪健康产品中出现频次最高的营养素中排名第三。该成分具有缓解压力和焦虑、减轻抑郁症状的功能，实验证明在30天的周期内复用南非醉茄可使受试者的焦虑评分下降50%。

情绪健康 - 全球原料趋势及市场应用

南非醉茄在改善情绪健康的营养素中具有较高潜力



情绪健康产品举例



1) Position as brain-mood health products in Innova; 2) Position as brain-mood health products in Innova 3) Auddy et al. JANA 2008

资料来源: Innova, 案头研究

3. 营养个性化

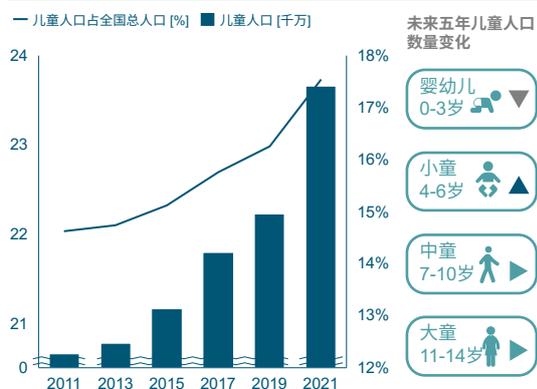
营养个性化主要是指通过定制化的营养方案解决不同群体对于营养及健康的个性需求。

儿童营养

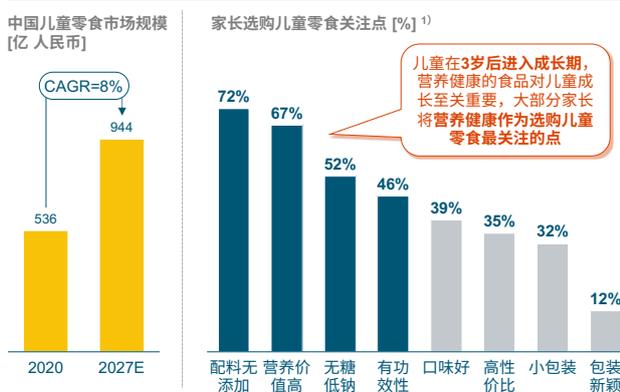
近年来3-14岁儿童人口依然保持增长态势，儿童营养产品的需求基本盘持续扩大。由于儿童在3岁之后进入成长关键期，零食营养性成为家长选购儿童零食的重点考量因素。家长在选购产品时，希望产品要好吃且营养丰富，因此更加关注配料表是否无添加、营养价值如何。

儿童营养 - 流行趋势背后原因

3-14岁儿童人口及占比近十年增长显著



儿童零食需求量大，家长选购儿童零食时愈加关注产品的营养功能



1) 2021年叮芒研究院消费者调研

资料来源: QYResearch, 叮芒研究院, 国家统计局

儿童营养

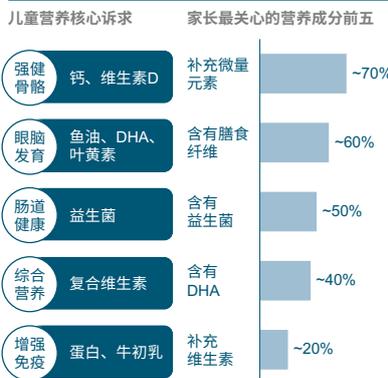
消费者调研显示微量元素、膳食纤维、益生菌、DHA、维生素是家长最关心的五大营养成分；强健骨骼、眼脑发育、肠道健康、综合营养、增强免疫是家长最关心的五大健康问题。

儿童营养 - 原料趋势及市场应用

儿童零食品类愈加丰富



对不同营养价值诉求也越来越高



儿童营养产品举例



资料来源: CBNDData, 叮芒研究院, 案头研究, 罗兰贝格

4. 营养风味化

营养风味化是指享乐主义影响下的营养美味升级，将产品形态零食化并提升产品口味来提高吸引力。

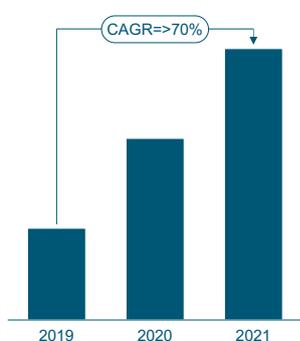
风味营养

近年来功能性零食增速迅猛，天猫国际近三年功能性零食消费规模复合增长率超过70%。而年轻消费者对营养补充的需求开始出现变化，产品效果不再是唯一标准，服用方便和便携等体验化指标也成为了重要考量因素。天猫平台内18~39岁的消费者是功能性营养零食的主要消费群体，其中65%的消费者把“服用方便”作为购买的首要标准。

风味营养 - 流行趋势背后原因

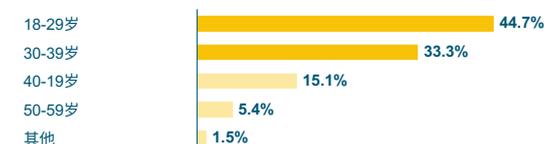
线上功能性零食消费规模增长迅速

天猫国际“功能性零食”消费规模趋势

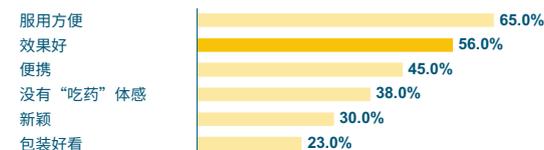


年轻人作为功能性零食主要消费群体，选购标准多样化

功能性零食消费者年龄占比



消费者对“功能性零食”的选购标准



- 近三年天猫国际“功能性零食”消费规模复合年增长率超70%
- 市场增长主要驱动力来自于18-39岁的消费者，占比接近80%
- 65%的消费者以“服用方便”作为购买的首要标准，超过排名第二的“效果好”近10个百分点，其次有超过1/3的消费者将“没有‘吃药’体感”作为选购的标准，标志着年轻一代在养生的同时更加注重体验

资料来源:中商产业研究院,艾瑞咨询,天猫新品创新中心,天猫国际,CBNDATA

风味营养

功能化、零食化的营养品也被赋予了更多的产品形态，软糖、代餐奶昔、巧克力、蛋白棒、益生菌坚果、酵素果冻等多形态逐渐取代胶囊、片剂等单一形态，解决了传统保健品口感不佳问题，成功“破圈”吸引更多消费者。如WONDERLAB以“喝不胖的奶茶”作为主打概念打造代餐奶昔产品，获得积极的市场反响。

风味营养 - 市场应用及原料趋势

零食化：营养品形态逐渐零食化，功能零食成为主流

非穷尽			
软糖	酸奶冻干	酵素果冻	代餐奶昔
益生菌坚果	巧克力	乳清蛋白饼干	养生茶

风味当道：好吃成为功能性食品品牌第一成功要素

品牌 (举例)	产品	风味
WONDER LAB	代餐奶昔	<ul style="list-style-type: none"> 清甜莓果芝芝 馥郁樱花奶桃 牛油果生椰 巴旦木烤咸乳茶
ffit8	蛋白棒	<ul style="list-style-type: none"> 芒果橙子 玫瑰核桃 芝士
BUFF X	糖果 (牛磺酸片)	<ul style="list-style-type: none"> 冰爽可乐 蜜桃乌龙

“喝不胖的奶茶”作为概念，向“比奶茶口味更丰富”努力

要把“好吃”放到第一位，让更多消费者愿意尝试

成立“好吃”团队，邀请国际糖果公司专家一起负责研发

资料来源:淘宝,华安证券研究所,案头研究,罗兰贝格

5. 营养低碳化

营养低碳化指营养食品通过技术手段降低生产过程中对环境的影响，承担起可持续发展的使命。

细胞培育

与传统畜牧业相比，细胞培养对环境的影响微乎其微，但是生产效率却遥遥领先，细胞培养肉是牛肉养殖的72倍，鸡肉饲养的2~4倍，且中国消费者对相关产品接受度接近60%，远高于美国的30%，相关产品的市场前景较好。

细胞培育 - 流行趋势背后原因

中国是细胞培育的后起之秀

国家	企业数量	产业化阶段
美国	26	●
以色列	14	●
英国	12	●
新加坡	9	●
加拿大	5	●
中国	5	●

融资举例

JOES

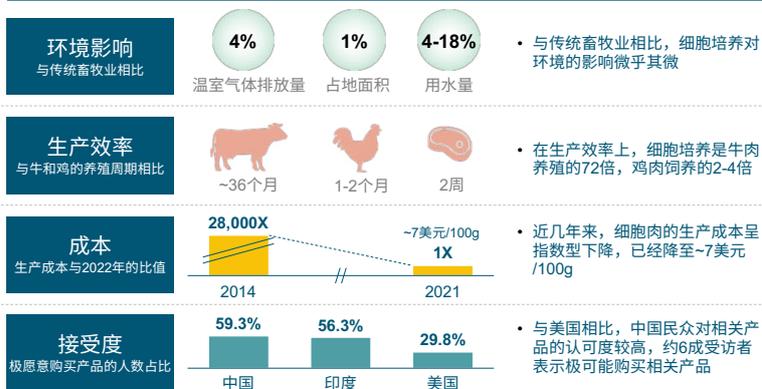
细胞培养肉公司周子未来已获两轮融资，总金额接近亿元

CellX

细胞培养肉公司显生物已完成种子轮和天使轮融资，金额达数千万元

● 实验室 ● 已宣布建设中试工厂 ● 已有中试工厂

从环境、生产效率、成本、接受度来看，细胞培育在中国有较高前景



资料来源: The Good Food Institute, FoodPlus, Bryant et al, Front. Sustain. Food Syst. 2009; Future Meat Technologies, 案头研究, 罗兰贝格

目前国内有5家从事细胞培养的企业，且尚未建成中试工厂，相比于美国26家企业、已经建成中试工厂的发展进度，中国在细胞培养领域的发展较慢。但在“双碳”加持下，快速下降的成本及民众对产品较高的接受度将推动国内细胞培育行业的蓬勃发展。

作者及致谢



指导委员

严威

罗兰贝格副合伙人
jonathan.yan@rolandberger.com

唐颖

凯美瑞市场总监

撰写团队

朱博雅

罗兰贝格咨询顾问

沈思懿

凯美瑞资深战略市场经理

牛浹宇

罗兰贝格咨询顾问

宣昱骅

凯美瑞战略市场助理经理

曾旻昱

罗兰贝格高级咨询顾问

联系我们

如您有任何问题, 欢迎发送邮件至:

rbchina.marketing@rolandberger.com

更多精彩内容, 请关注



RB官方网站: www.rolandberger.com

微信官方公众号 @罗兰贝格管理咨询

微博官方账号 @罗兰贝格管理咨询

领英官方账号 @rolandberger

关于罗兰贝格

罗兰贝格管理咨询公司成立于1967年，是全球顶级咨询公司中唯一一家始于德国、源自欧洲的公司。我们拥有来自35个国家的3000名员工，并成功运作于国际各大主要市场。我们的51家分支机构位于全球主要商业中心。罗兰贝格管理咨询公司是一家由近320名合伙人共有的独立咨询机构。

关于凯爱瑞

凯爱瑞是国际知名的风味与营养公司，集团总部位于爱尔兰特瑞里，成立于1972年。我们在全球设有150个生产基地，为140多个国家的客户提供18000多种食品配料产品。1999年，凯爱瑞来到中国，至今已拥有1400多名员工和6家生产基地。业务覆盖餐饮和包装食品，为食品、饮料、营养品和制药等多领域提供众多技术方案。

出版方

罗兰贝格亚太总部

地址:

中国上海市南京西路1515号

静安嘉里中心办公楼一座23楼, 200040

+86 21 5298-6677

www.rolandberger.com

