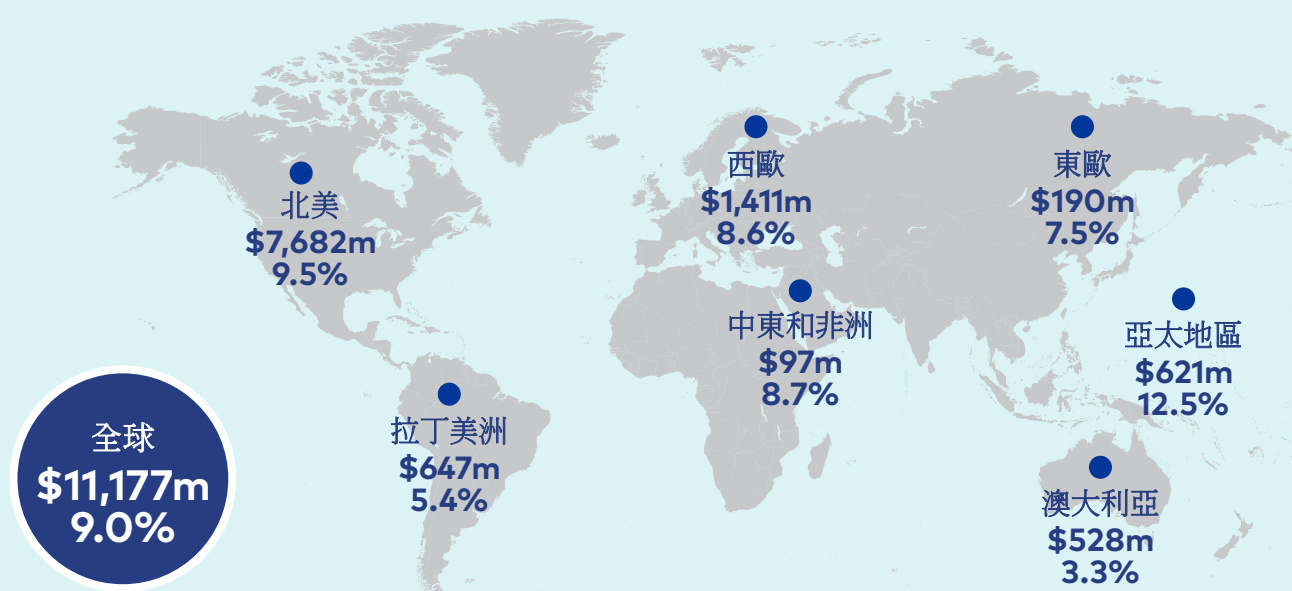


資訊快報

高蛋白產品從小眾成為主流的市場趨勢

消費者越來越重視健康的飲食和健康的生活方式，這樣的趨勢推動市場對於蛋白質的推廣日益增加。認為蛋白質代表“天然健康”的消費者逐漸增多。大眾消費群體正像傳統核心客群 - 健身愛好者和專業運動員一樣，開始對蛋白質越來越感興趣。滿足這些新消費客群的不同需求為乳製品企業提供了極好的市場機會。

不再是一時的狂熱追求，全球大部分區域對蛋白質的消費持續成長²

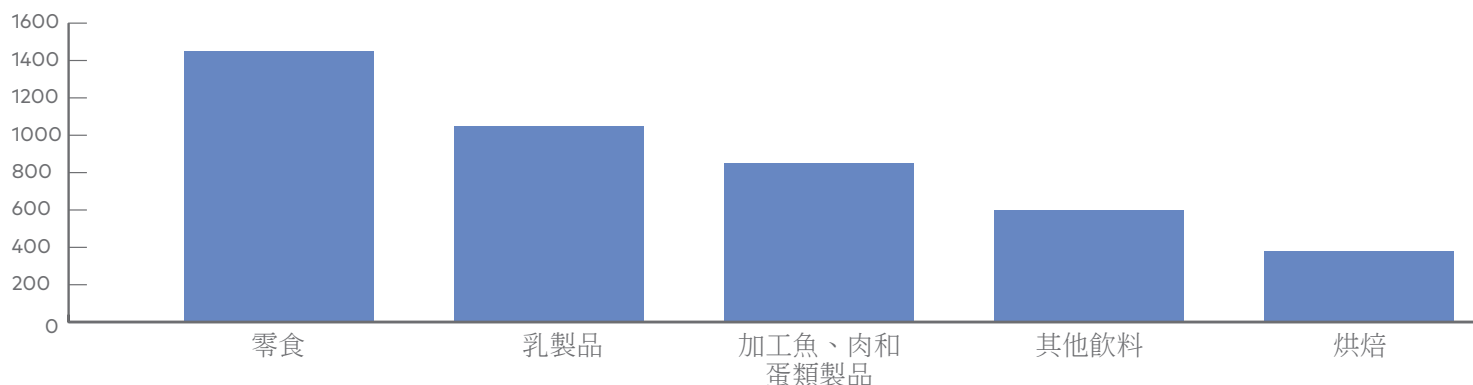


* Based on Sport Protein | US\$ = current value 2017 | % CAGR 2017-2022²

消費者洞察

消費者對蛋白質的積極態度使高蛋白含量的零食新產品的品項急劇成長。⁴

2017年全球新上市的高蛋白產品中，零食類最多，一年約有1400種新產品推出，而最少的烘焙類食品也有近400種新產品推出。顯然，消費者越來越青睞含高蛋白的健康營養的產品。



*其他飲料包括營養補充劑和膳食替代品的飲料

健康訴求

全球在過去5年中，新上市的乳製品和飲料以“高蛋白”宣稱為賣點的數量逐年增加。⁴

根據英敏特2018發佈的資料示，近5年來，全球使用高蛋白宣稱的乳製品已然增長近1.5倍，這充分說明了乳製品生產商亦越來越青睞推出高蛋白產品。
(2013-2017)⁴



大眾消費群體

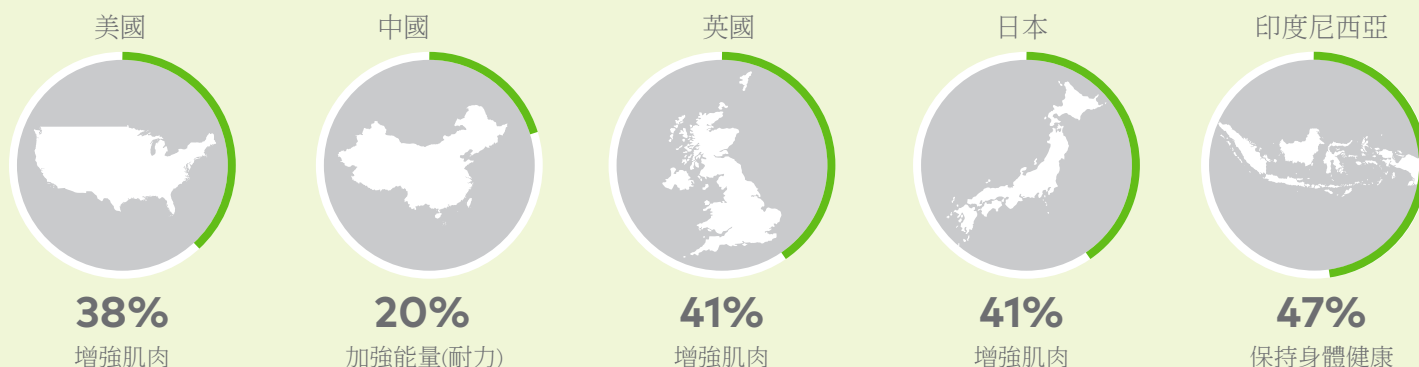


56% 消費者認為牛奶蛋白對他們的**健康有正面影響**³



27% 女性消費者和 **26%** 男性消費者都正在**增加蛋白質的消費**³

主要市場消費客群認為蛋白質提供何種益處呢？⁵



市場機會



蛋白質與生俱來的高營養

1. 越來越多的趨勢呼籲減少人工添加，強調使用天然原料。以牛奶為原物料的產品可利用牛奶其天然營養的價值，滿足關注健康的消費群體的需求。
2. 訴求乳製品中的天然高蛋白含量，可滿足了那些對運動、健康生活和健康老齡化感興趣的群體所有必需氨基酸的需求。



獨特的產品定位

1. 乳蛋白能提供飽腹感幫助體重管理。
2. 在老齡化過程中保護骨骼健康。
3. 提供高品質蛋白能維持肌肉力量並促進肌肉生長。
4. 乳蛋白能持續且平穩提供能量，讓消費者全天維護肌體健康。

Sources:

1. New Nutrition Business | 10 Key trends 2018
2. Euromonitor | Sport Protein, 2018
3. Global Data | Global Consumer Survey Q1, 2017

4. Mintel | GNPD 2018
5. NZMP | Consumer Protein research 2017

