

素食市場大 植物肉最潮



兩千億市場 商界爭杯羹

追求健康 250萬港人食素

健康食品近年大行其道，形成一個龐大市場。今期本刊分別採訪了美國植物肉製造商 Impossible Foods，以及專攻健康食品的香港展覽商，一起了解這個市場的最新走向，捕捉最佳商機。

展迅速，繼今年7月於美國推出「植物豬柳漢堡」後，今次夥拍星巴克在港推出兩款新食品。現時跟 IFs 合作的港澳餐廳已逾 700 多間，單是 2020 年首九個月，合作食肆數目已上升 150%。IFs 在新加坡亦有近 530 間合作餐廳。

美國植物肉製造商 Impossible Foods (IFs) 的最新動作，是推出全新產品「植物豬柳漢堡」，重點銷售策略之一，是將香港成為美國市場以外的首個登陸點。這家前衛公司的行政總裁及創辦人 Patrick O. Brown 坦言，看好香港市場的國際化及消費文化。

大有市場 競爭激烈

IFs 在美國已打入超市及肉店等零售渠道，今年更已推出網上銷售平台，公司發言人表示，除了計劃在今年內於香港增加更多餐廳夥伴，並將開拓零售銷售，一如美國市場一樣，打入超市及肉店市場。

IFs 於 2016 年推出「人造肉漢堡」，之後發

植物肉大有市場，IFs 的同業競爭者 Beyond

Meat 就是一大勁敵。2019 年 5 月在美國上市的 **Beyond Meat**，由今年初至本月中，其股價升幅超過 100%，反映投資者看好植物肉 / 人造肉市場。據顧問公司 **Good Food Institute** 資料，業界對植物肉的投資有增無減，今年首季已經吸引 9.3 億美元（約 72.5 億港元）投資，超越去年全年的 8.24 億美元。

植物肉是一種新型的生物科技食品，標榜能改變人類的飲食習慣，但主調仍是環保意識。畜牧業佔用了全球近半土地、佔全球溫室氣體排放量高達 15%，且耗用全球 25% 的淡水量。IFs 就曾表示，公司目標是在 2035 年以植物肉全面取代肉類，以減輕飼養牲畜對地球帶來的環境污染。此舉更吸引大批環保人士支持，購買植物肉食品。

消費者普遍接受植物肉，其中一個原因新冠病毒疫情。疫情導致美國多家肉類加工廠停工，令超級市場的真肉供應短缺，植物肉的需求因而大升。根據尼爾森（Nielsen）的研究報告指出，截至今年 5 月 2 日的九個星期，美國的植物肉銷售增長了 264%。

成本貴 短期難降價

不過，植物肉也有其發展限制，因為這類肉屬於市場上新產物，生產成本較高，價格亦較真肉昂貴，不少消費者會因此卻步。其次，植物肉比一般肉類更貴的主要原因是供不應求，即使是植物肉製作公司加大生產，但仍追不上需求，植物肉的售價短期內難以下降。

現代人標榜低碳生活，多菜少肉，市面上

植物肉的製造主要用植物蛋白生產各類模擬肉類產品，製作成近似肉類口感的豆製品。另一種即是將動物的幹細胞放在培養皿中，讓細胞不斷增殖最後生長成肉。後者製作成本相對高昂，據稱要 2021 年才能夠投入市場。

IFs 主打的 **Impossible** 漢堡主要由水、植物蛋白、葵花籽油、椰子油及血紅素製成，含大量生物可用鐵質和蛋白質，與同等分量的碎牛肉相同。翻查資料，**Impossible** 豬柳漢堡與美國著名品牌的豬柳漢堡相比，**Impossible** 豬柳漢堡含有相同分量的蛋白質、鐵質多 60%、卡路里少 45%、總脂肪少 60%、飽和脂肪少 50%，並含有 0 毫克膽固醇。



植物肉是甚麼？

植物肉是指以植物原料製作，模仿動物肉品的口感、味道或外觀的製品。

仿製肉 可亂真

植物肉生產的首個步驟是從大豆、小麥或豌豆等植物來源，從中萃取蛋白質，然後將蛋白質萃取物加熱、擠壓和冷卻，使之具有肉的質感，最後加入其他配料及添加劑（例如調味劑及染色料），以仿製肉的風味、味道及外觀。

追求健康 250萬港人食素

近年環保意識抬頭、保護動物意識日漸高漲，愈來愈多人提倡多菜少肉的飲食習慣。隨着植物肉在歐美市場興起，素食文化蔚然成風，港人豈會落後？有健康食品業界人士表示，近年不少食肆引入植物肉，大受消費者歡迎，反映港人相當接受對素食文化。

柏堡活動策劃是健康食品展覽主辦單位商，其公司董事總經理 Culsin 李亦珺表示，素食對於環境和身體有多層意義，她於 2019 年創建 Taste of Veg 平台，集網上購物、食肆資訊及食譜等功能，短短一年時間，這個平台已擁有 1.2 萬名會員，單計疫情爆發期間，會員數目有三成增長。李亦珺稱，今年 8 月份其平台有日本植物肉上架，成為最熱銷產品頭五位，反映本港植物肉市場有發展空間。

李亦珺指出，香港有 250 萬消費者食素，當中有分為全素食者及彈性素食者，市場相當龐大，但本地只有約三百間素食餐廳或食肆，這明顯是供不應求。她補充，今年新冠病毒疫情打沉了不少本地食肆，但反而助長了素食市場的需求，若以全香港約 1.5 萬間食肆餐廳計算，香應該需要 555 間素食餐廳。

對於新興的植物肉市場，李亦珺認為，消費者



愈來愈多人提倡多菜少肉的飲食習慣。



柏堡活動
總經理李亦珺

對植物肉持開放態度，並不單只考量健康角度，亦視之為一種新風尚。「我自己偏向茹素，屬於彈性素食者，意在低碳環保，減少攝入葷菜，偶爾吃素是解下口痕，亦為追求更均衡的營養。」李亦珺笑着解釋。

素食人口 增長顯著

Green Monday 是推廣素食的社會企業，較早前，這間社企委託獨立市場調查公司 IPSOS 進行了一項調查。這項調查指出，香港的「彈性素食」與「全素食」人口，由去年的 24% 躍升至 34%，估計全港有逾 250 萬人有素食習慣，其中女性全素人口增長顯著。素食人口持續增加，意味市場對純素食品有龐大需求。

另外，2020 年新冠病毒疫情亦改變了港人的消費模式，網購成為常態，不少市民養成上網買餸的習慣，當中購買素食更為數不少。此外，疫情衝擊全球產業，肉食市場也受到波及，例如美國及巴西都有肉類工廠因員工染疫而關門，肉品供應量大減，肉類價格急速上升，卻從而改變了素食市場需求。抗疫時期，為增強免疫力，不少市民的飲食漸趨少肉多菜。



兩千億市場 商界爭杯羹

全球植物性肉的市場規模，預計到 2025 年將達到 280 億美元（約 2,184 億港元）。可預見有愈來愈多的食品製造商加入行列，市場競爭加劇，價格亦因量產而下調。

據統計，2019 年全球植物性肉的市場規模約為 121 億美元（約 944 億港元），預計每年將以 15% 的複合增長率增長，到 2025 年將有望達到 280 億美元（2,184 億港元）。

植物肉風靡歐美市場，近年登陸本港市場試水溫。早前，植物肉製造商 Beyond Meat 和 Impossible Foods 分別夥拍肯德基（KFC）及星巴克（STARBUCKS），合作推出植物肉製成的餐點。本地部分超級市場、香港品牌「灣仔碼頭」亦曾推出兩款植物肉素水餃，捲起一股素食風潮。隨着中小企餐飲業陸續引入無肉餐單，可預示該產業迅速發展。

植物肉龐大的市場價值，將會吸引投資者的資金湧入。過去植物肉為人詬病的一個缺點在於價格昂貴。但隨着人們提高對植物肉的接受程度，估計會有愈來愈多的食品製造商加入該行列，加大生產規模，其價格亦能因批量生產而下調，預期到未來的植物肉市場競爭也將加劇。

香港營養師協會對外事務主任林思為表示，市面上植物肉主要以豆類蛋白作原料，其氨基酸成分含量媲美真肉，但有商家為模仿真肉的外觀及「肉汁」口感，會使用添加劑，例如植物油、調味、色素等，反令植物肉的脂肪及鹽分含量較高。再者，鹽分含量過高的植物肉罐頭，對健康都會有影響。

林思為表示，肉類有良好的蛋白質，食用價值上，植物肉與真肉各有千秋。她看好植物肉市場前景，植物肉加入食肆餐單，或為市民提供低脂素食的選擇。

食後點評

本着獵奇心態，筆者試食星巴克主推的植物豬柳漢堡，總體而言，新產品外觀可以假亂真，口感有嚼勁，但畢竟不是真肉，咀嚼時感覺豆味偏重。筆者覺得不含肉的植物肉，其低脂肪、低卡路里和環保理念，可吸引喜歡嘗鮮的年輕人，但要牢牢抓住他們的胃，植物肉需從外觀、口感、味道做到媲美真肉，才可攻佔廣大的肉品市場。

