酸奶 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 未来5年市场展望与增长前景
- 新冠疫情对酸奶市场的影响与不同情境下的市场销售额预测
- 冷藏和常温酸奶细分市场的表现及未来发展
- 最新的产品趋势与增长机会
- 未来消费频率变化与消费升级/降级意愿
- 不同价位酸奶的消费障碍与复购因素
- 消费者对含颗粒酸奶的颗粒类型与包装形式偏好

英敏特消费者调研显示，16%的消费者表示因为喝/吃起来太甜而没有购买过酸奶，而25%会因为喝/吃起来不甜而复购某款酸奶，这表明消费者更看重酸奶的口感和无蔗糖宣称。糖分问题可能从蔗糖延伸到代糖。

有相当一部分消费者抱怨酸奶价格太贵，加上2022年初中国遭受了（由奥密克戎变种引起的）新冠病例大规模复发的冲击，消费者对未来经济状况的信心有所下滑。这将降低消费者对酸奶的消费升级兴趣，转而购买牛奶以获得高性价比的营养。

常温酸奶市场面临的挑战包括整体消费渗透率下降和消费升级意愿低。25%的消费者甚至未来3个月都不打算购买常温酸奶。

酸奶的机遇在于无糖产品和专利特殊菌株。多家乳制品企业的无糖产品在疫情影响下依然表现坚挺。含有特殊菌种是消费者回购酸奶的第二大因素。各大乳企开始加大投资，建立自有菌种数据库。专利菌株将在未来成为制胜法宝。

"常温酸奶的消费频率呈下降趋势，且消费升级意愿不高。尽管冷藏酸奶市场销售额大幅缩水，但其整体消费频率呈上升趋势。无糖产品创新、专利菌种以及颗粒带来的更好的纵享体验，都将有助于酸奶市场重获增长势头。"

- 彭袁君，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

酸奶 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
- 销售额和销售量双双回落
  数据1: 酸奶市场总销售额，中国，2016-2021年
- 冷藏酸奶销售额下滑幅度超常温酸奶
- 2022年新冠疫情的影响
  数据2: 英敏特情境假设概述与对酸奶市场的影响，2022年
  数据3: 新冠疫情下的酸奶市场销售额预测，2016-2026年
- 公司与品牌
- 借助强大的冷藏和无糖酸奶生产线谋得更好的生存
  数据4: 领先酸奶企业（按销售额份额区分*），2020-2021年
- 各类创新层出不穷，引领增长新方向
- 消费者
- 冷藏勺吃酸奶消费频率显著提升
  数据5: 消费频率，2022年
- 口感和价格构成最大消费障碍
  数据6: 消费障碍，2022年
- 对于中高端冷藏酸奶，加强营养价值和特殊菌株是重点
  数据7: 复购因素（按价位区分），2022年
- 水果粒和颗粒位于酸奶上方分层受消费者青睐
  数据8: 含颗粒酸奶（按含有的颗粒类型区分），2022年
  数据9: 含颗粒酸奶（按期望的包装形式区分），2022年
- 常温酸奶面临消费升级挑战
  数据10: 消费升级和降级（按乳制品类型区分），2022年
- 消费者寻求含有特殊菌种的酸奶
  数据11: 部分对酸奶的态度（按消费的酸奶类型区分），2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 糖分宣称与实际口感相符
  数据12: 明治LB81冷藏酸奶，中国
- 乐趣和口感升级：消费者青睐含颗粒酸奶，追求更佳口感体验
  数据13: 魔芋果冻葡萄味酸奶，日本，2021年
  数据14: 马蹄爆爆珠酸奶示例

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据15: 将马蹄爆爆珠作为额外配料，丰富现制咖啡口感
数据16: 胶原蛋白肽爆珠风味酸奶（果粒型），中国，2021年
数据17: 明治珍珠奶茶酸奶，日本，2019年
- 如何实现差异化：利用专利芯片般的特殊菌种

数据18: 北海牧场LP28酸奶
数据19: 日本市场含有专利菌种的酸奶示例
数据20: 味动力推出抗敏专利益生菌酸奶，中国，2021年

市场规模与细分

- 酸奶销售额和销售量双双回落

数据21: 酸奶市场总销售额，中国，2016-2021年
数据22: 酸奶市场总销售量，中国，2016-2021年
- 常温酸奶比冷藏酸奶更具韧性

数据23: 常温酸奶市场总销售额，中国，2016-2021年
数据24: 冷藏酸奶市场总销售额，中国，2016-2021年

市场因素

- 《中国居民膳食指南（2022）》发布
- 食品安全问题更受关注
- 饲料价格居高不下

新冠疫情影响（含市场预测）

- 新冠疫情：中国市场情况简述
- 新冠疫情对市场和消费者的影响
- 消费者对未来经济状况的信心下滑

数据25: 对未来经济状况的展望（%），2022年
- Z世代对乳制品的消费升级兴趣较低

数据26: 乳制品的购买计划，2022年
- 市场预测
- 在轻微影响情境下，无糖产品投资和创新将推动增长

数据27: 新冠疫情下的酸奶市场销售额预测，2016-2026年
- 在中度影响情境下，低性价比和可及性受限会拉低消费
- 在重度影响情境下，供应链中断将损害销售

市场份额

- 借助强大的冷藏酸奶生产线谋得更好的生存

数据28: 领先酸奶企业（按销售额份额区分*），2020-2021年
- 君乐宝受益于无糖酸奶生产线

营销活动

- 蒙牛纪录片《寻菌之路》上线

数据29: 寻菌之路》，蒙牛，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 乐纯推出回收计划
  数据30: 乐纯第一季回收计划，2021年
  数据31: CARE种子的介绍和用法

新产品趋势

- 勺吃酸奶在新品中的占比有望提升
  数据32: 勺吃酸奶在酸奶新品中的占比（按部分市场区分），2017年6月-2022年5月
- 减糖/无糖酸奶蓬勃发展
  数据33: 酸奶平均糖含量（每100克/毫升的含糖克数），中国，2017年6月-2022年5月
  数据34: 减糖/无糖宣称酸奶新品占比，中国，2017年6月-2022年5月
  数据35: 酸奶中减糖相关宣称，中国，2017年6月-2022年5月
  数据36: 减糖/无糖宣称酸奶（按贮藏方式区分），中国，2017年6月-2022年5月
  数据37: 减糖/无糖宣称酸奶中最常用的9种代糖，中国，2017年6月-2022年5月
  数据38: 盒马鲜生为无蔗糖酸奶加上了专门的标签
  数据39: 零蔗糖酸奶示例，中国，2021-2022年
  数据40: 牛毛黑黑0蔗糖0代糖酸奶，中国，2022年
- 挖掘"新的"水果风味
  数据41: 新上市酸奶的前十大口味组成组，中国，2017年6月-2022年5月
  数据42: 新上市酸奶的前十大水果风味，中国，2017年6月-2022年5月
- 热带水果，度假氛围
  数据43: 菠萝风味酸奶示例，中国，2022年
  数据44: 椰子风味酸奶示例，中国，2021-2022年
  数据45: 荔枝风味酸奶示例，中国，2021-2022年
- 水果与香草/香辛料组合
  数据46: 水果和香草/香辛料风味咖啡示例，中国，2021-2022年
  数据47: 柠檬姜黄风味酸奶，盒马鲜生，2020年
  数据48: 罗勒苹果口味雪糕，蒙牛，2022年
  数据49: 水果和香草/香辛料风味酸奶示例，全球，2022年
- 包装形式：颗粒位于酸奶上方分层和翻转杯
  数据50: 跳跳糖馋酸奶混合优脆乳扁桃仁风味，中国，2021年
  数据51: 翻转杯酸奶示例，中国，2022年

消费频率

- 冷藏勺吃酸奶市场形势向好
  数据52: 消费频率，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据53: 18-49岁消费者消费频率差异，2021-2022年
数据54: 消费障碍—太多食品添加剂（按酸奶类型区分），2022年
- 冷藏勺吃酸奶增长的最大动因
数据55: 消费频率差异（按年龄区分（18-49岁）），2021-2022年
数据56: 冷藏勺吃酸奶消费率变化百分点（按家庭月收入区分），2022年

消费障碍
- 口感和价格是最大的消费障碍
数据57: 消费障碍，2022年
数据58: 非消费者（按市场细分区分），2022年
数据59: 平均价格对比（元人民币/千克），2021-2022年
- 年轻一代更关注实际的助消化效果
数据60: 消费障碍—助消化效果不明显（按代际区分），2022年
数据61: 明治佰乐益优LG21系列酸奶，日本，2020-2021年
- 不同酸奶类型的消费障碍各异
数据62: 消费障碍—不好保存（按消费者类型区分），2022年
数据63: 消费障碍—太多食品添加剂（按消费者类型区分），2022年

复购因素
- 5-10元人民币是复购率最高的冷藏酸奶价位
数据64: 复购因素—消费者没买过/回购过（按价位区分），2022年
数据65: 购买同价位/类似价位的产品，2021-2022年
数据66: 复购因素—消费者没买过/回购过（按代际和价位区分），2022年
数据67: 复购因素—消费者没买过/回购过（按城市线级和价位区分），2022年
- 对于中高端冷藏酸奶，加强营养价值和特殊菌种是重点
数据68: 复购因素（按平均价位区分），2022年
数据69: 复购因素（按价位区分），2022年
- 重度消费者看重什么？
- 增强营养价值和特殊菌种
数据70: 人民币5-10元冷藏酸奶的复购因素（按消费者类型区分*），2022年
- 口感升级：颗粒和甜度
数据71: 冷藏酸奶重度消费者和轻度消费者的复购因素差异百分点，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

含颗粒酸奶

- 水果颗粒仍是消费者的心头好
  数据72: 含颗粒酸奶（按含有的颗粒类型区分），2022年
  数据73: 含颗粒酸奶—爆珠（按年龄区分），2022年
- 翻转杯深受女性和一线城市消费者青睐
  数据74: 含颗粒酸奶（按期望的包装形式区分），2022年
  数据75: 期望的包装形式（按性别区分），2022年
  数据76: 期望的包装形式（按城市线级区分），2022年
- 茶饮颗粒在酸奶内并位于底部的独特组合
  数据77: 对颗粒及包装组合的兴趣（%），2022年

消费升级和降级

- 常温酸奶面临挑战
  数据78: 消费升级和降级（按乳制品类型区分），2022年
  数据79: 消费升级和降级——未来3个月不打算购买（按年龄区分），2022年
  数据80: 消费升级和降级——未来3个月不打算购买（按城市线级区分），2022年
  数据81: 消费升级和降级意愿（按乳制品类型区分），2022年
- 冷藏酸奶重度消费者更有兴趣升级消费冷藏酸奶
  数据82: 对冷藏酸奶的消费升级/降级兴趣（按消费者类型区分*），2022年
  数据83: 对冷藏酸奶的消费升级和降级意愿（按消费者类型区分*），2022年

对酸奶的态度

- 酸奶更像肠道保健品
  数据84: 部分对酸奶的态度（按年龄区分），2022年
  数据85: 部分对酸奶的态度（按家庭月收入区分），2022年
  数据86: 部分对酸奶的态度（按消费者类型区分*），2022年
- 消费者青睐特殊菌种
  数据87: 部分对酸奶的态度（按消费的酸奶类型区分），2022年
  数据88: 对酸奶的态度——决策树
  数据89: 部分对酸奶的态度（按消费者类型区分*），2022年
- 塑造消费者认知的机会仍有很多
  数据90: 对益生菌的认知——肠道健康，2022年
  数据91: 部分对酸奶的态度，2022年
  数据92: 部分对酸奶的态度（按消费者类型区分*），2022年
  数据93: 美国国际乳制品协会"活性菌认证"及经认证的酸奶示例
  数据94: 出厂检测活菌数和3层植物包埋技术介绍页，味动力，中国

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

酸奶 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

美食达人

- 他们是谁？

  数据95: 美食达人，2022年

  数据96: 美食达人类型（按性别区分），2022年

  数据97: 美食达人类型（按代际区分），2022年
- 挑剔消费者是以功能为导向的高端酸奶消费者

  数据98: 10元人民币以上冷藏酸奶的复购因素（按美食达人类型区分），2022年

  数据99: 部分对酸奶的态度（按美食达人类型区分），2022年
- 复购含颗粒酸奶的挑剔消费者几乎喜欢所有颗粒类型

  数据100: 含颗粒酸奶（按美食达人类型区分），2022年

附录——市场规模与预测

数据101: 轻微影响情境下的酸奶市场销售总额及预测，中国，2016-2026年

数据102: 酸奶市场总销售量，中国，2016-2021年

附录——市场细分

数据102: 常温酸奶市场总销售额，中国，2016-2021年

数据103: 冷藏酸奶市场总销售额，中国，2016-2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 决策树分析研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有