

奶酪 - 中国 - 2016年11月

报告价格: £3195.84 | \$3990.00 | €3771.09

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“消费者对生活越来越讲究，品牌要想跟上消费者的步伐，就需要提供更多的创新产品来吸引成年人。人们追求健康的饮食习惯，所以品牌更应把重点放在奶酪的营养价值上。对于品牌而言，付出更多努力、通过各种渠道向消费者普及奶酪的相关知识也很重要。”

— 倪倩雯，研究分析师：食品和饮料

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 将奶酪融入城市居民的日常饮食
- 强调营养价值、优化产品包装，赢得成年消费者
- 为原制奶酪的增长开辟道路

购买 这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

奶酪 - 中国 - 2016年11月

报告价格: £3195.84 | \$3990.00 | €3771.09

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

本报告所涵盖的产品

综述

市场

数据1: 中国奶酪零售额和零售量, 2011-2016年

数据2: 中国奶酪零售额的最好和最坏预测, 2011-2021年

重点企业

进口优品仍占此品类中的"大壁江山"

中国生产商处境艰难

创新推进本地化

品牌发展要跟上消费者进步的步伐

数据3: 中国奶酪市场的领先企业, 2014-2015年

消费者

方便装的奶酪主导市场

数据4: 奶酪购买种类(按年龄区分), 2016年8月

数据5: 奶酪食用方法, 2016年8月

原制块状奶酪的食用方法更精细讲究

数据6: 对待奶酪的偏好, 2016年8月

消费者对奶酪感兴趣, 希望有更多了解

数据7: 奶酪知识来源, 2016年8月

需要更加重视奶酪的营养价值

数据8: 对不同乳制品的认知情况, 2016年8月

数据9: 对于蛋白质的理解, 2016年8月

我们的观点

议题与洞察

将奶酪融入城市居民的日常饮食

现状

启示

数据10: 定位为辅餐的产品, 韩国, 2016年

强调营养价值、优化产品包装, 赢得成年消费者

现状

启示

数据11: 同一品牌针对儿童和成人的不同宣称, 中国, 2016年

数据12: 有营养价值(如高钙)宣称的面向成年消费者的产品, 香港、日本和英国, 2016年

数据13: 具有二维码和社交媒体信息的产品, 香港、韩国和日本, 2016年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

奶酪 - 中国 - 2016年11月

报告价格: £3195.84 | \$3990.00 | €3771.09

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

为原制奶酪的增长开辟道路

现状

启示

市场——您所需要了解的

市场规模与预测

奶酪市场增长已经放缓

数据14: 中国奶酪零售额和零售量, 2011-2016年

中国奶酪供应商之中, 新西兰雄心勃勃

数据15: 进口奶酪的国家份额(按进口量区分), 中国, 2015-2016年

奶酪市场将继续增长, 但增速将放缓

数据16: 中国奶酪零售量的最好和最坏预测, 2011-2021年

数据17: 中国奶酪零售额的最好和最坏预测, 2011-2021年

市场细分

奶酪片的持续增长

数据18: 中国零售渠道的奶酪产品的细分份额, 2015-2016年

数据19: 中国奶酪片零售额的最好和最坏预测, 2011-2021年

烘焙成为新时尚——奶油奶酪和刨丝奶酪前景可观

数据20: 中国奶油奶酪细分市场零售额的最好和最坏预测, 2011-2021年

数据21: 中国刨丝奶酪细分市场零售额的最好和最坏预测, 2011-2021年

块状奶酪的儿童市场达到成熟, 成年人市场有待开发

数据22: 中国块状奶酪的零售量和年同比增长率, 2013-2016年

数据23: 中国块状奶酪细分市场零售额的最好和最坏预测, 2011-2021年

数据24: 对待奶酪的偏好, 2016年8月

数据25: 邻近市场中具有独特的风味或便利形态的产品, 日本和香港, 2015-2016年

市场增长动力

较低的进口价可能成为零售市场的机遇

数据26: 前五大向中国出口奶酪的国家的出口价格变化, 2015-2016年

本地企业涌入, 进一步激活市场

西方文化和饮食的影响提高奶酪的接受程度

西餐连锁餐厅的扩张对奶酪市场亦有贡献

鼓励原制奶酪的食用

数据27: 包装上有搭配建议的产品, 澳大利亚和日本, 2016年

针对成年人, 将奶酪定位为健康零食或佐餐的一部分

数据28: 限量版创新风味的奶酪套盒, 日本, 2016年

重点企业——您所需了解的

市场份额

法国企业保持增长

数据29: 中国奶酪市场的领先企业, 2014-2015年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

奶酪 - 中国 - 2016年11月

报告价格: £3195.84 | \$3990.00 | €3771.09

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

恒天然不甘落后，大力关注中国市场

本土大企业处境艰难

本土新竞争者强势加入

竞争策略

将奶酪作为独特配料融入传统中餐场合，强调其营养健康

数据30: 奶芙奶酪

数据31: 奶酪菜肴和产品通过本地化成为烹饪配料，中国、韩国和日本，2016

实验性口味打入更高端的市场

数据32: 口味较重的产品，中国、香港和韩国，2015-2016年

借力社交媒体的影响力

结合体重管理和健康理念

谁在创新？

从新角度宣传儿童奶酪产品的益处

数据33: 2015年1月以来推出的儿童奶酪产品的前5大宣称，亚太地区，2015-2016年

数据34: 有新宣称的儿童产品，中国和韩国，2016年

细分品类定义融合

数据35: 形态分类模糊的产品，中国和香港，2016年

采用创新方便的形态，定位零食场合

数据36: 零食形状的奶酪产品，日本，2016年

突出主打配料，推出本土风味

数据37: 主打本土风味的日本奶酪产品，日本，2016年

数据38: 使用木薯和红枣的奶酪食谱/产品，英国和西班牙，2016年

消费者 —— 您所需要了解的

方便装的奶酪主导市场

原制块状奶酪的食用方法更精细讲究

消费者对奶酪感兴趣，希望有更多了解

需要更加关注奶酪的营养价值

奶酪偏好

出现在各种食物中的奶酪口味都备受青睐

数据39: 奶酪偏好，2016年8月

数据40: 奶酪“排斥者”（那些选择“很不喜欢”的受访者）的比例，按年龄和性别区分，2016年8月

成都奶酪市场有待被唤醒

数据41: 奶酪“排斥者”（那些选择“很不喜欢”的受访者）的比例，成都，2016年8月

在不久的将来，原制奶酪将大有潜力

奶酪渗透率

方便装的奶酪产品普遍受欢迎

数据42: 奶酪购买种类，2016年8月

年轻消费者及有孩子的消费者购买奶酪更多

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

奶酪 - 中国 - 2016年11月

报告价格: £3195.84 | \$3990.00 | €3771.09

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据43: 奶酪购买种类 (按年龄区分), 2016年8月

区域差异要求市场营销定制化

数据44: 奶酪购买种类 (按城市区分), 2016年8月

奶酪食用方法

方便的食用方法最流行, 30多岁的消费者非常重视健康

数据45: 奶酪食用方法, 2016年8月

零食场合有待进一步开发

南方北方地区偏爱不同的奶酪食用方法

奶酪知识和偏好

相比2014年, 消费者对奶酪的认识更精准成熟

数据46: 奶酪知识, 2016年8月

再制奶酪占主导, “培训”了消费者的味蕾

数据47: 对待奶酪的偏好, 2016年8月

不同年代的人对口感/质地态度迥异

数据48: 对待奶酪的偏好 (按年龄区分), 2016年8月

数据49: 女性对待奶酪的偏好 (按年龄区分), 2016年8月

奶酪知识来源

包装和美食相关的媒体是必不可少的知识来源

数据50: 奶酪知识来源, 2016年8月

社会经济地位可能影响知识来源的选择

数据51: 奶酪知识5大来源 (按受教育程度区分), 2016年8月

奶酪的营养价值

相比其他奶制品, 奶酪的营养价值被低估

数据52: 对不同乳制品的认知情况, 2016年8月

年轻女性对奶酪欠缺信心

数据53: 年轻女性对奶酪的认知 (按年龄区分), 2016年8月

蛋白质被普遍认为是一种能量来源

数据54: 对于蛋白质的认知, 2016年8月

认识英敏特城市精英人群

更高端成熟的奶酪爱好者, 对原制块状奶酪兴趣浓厚

数据55: 奶酪购买种类, 2016年8月

奶酪知识广而不偏

数据56: 奶酪知识来源, 2016年8月

附录——市场规模与预测

数据57: 中国奶酪零售市场的销售额, 2011-2021年

数据58: 中国奶酪零售市场的销售量, 2011-2021年

附录——市场细分

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

奶酪 - 中国 - 2016年11月

报告价格: £3195.84 | \$3990.00 | €3771.09

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据59: 中国奶酪零售市场的销售额（按细分区分），2011-2021年
数据60: 中国块状奶酪细分市场零售额的最好和最坏预测，2011-2021年
数据61: 中国奶油奶酪细分市场零售额的最好和最坏预测，2011-2021年
数据62: 中国刨丝奶酪细分市场零售额的最好和最坏预测，2011-2021年
数据63: 中国奶酪片细分市场零售额的最好和最坏预测，2011-2021年
数据64: 中国奶酪零售市场的销售量（按细分区分），2011-2021年
数据65: 中国块状奶酪细分市场零售量的最好和最坏预测，2011-2021年
数据66: 中国奶油奶酪细分市场零售量的最好和最坏预测，2011-2021年
数据67: 中国刨丝奶酪细分市场零售量的最好和最坏预测，2011-2021年
数据68: 中国奶酪片细分市场零售量的最好和最坏预测，2011-2021年

附录——研究方法、定义和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com