

## 酸奶 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



" 纵使今年中国消费者的酸奶使用频率比去年低，但是中国酸奶市场上的常温及冷藏两个品类的增长仍会持续。在风味和质地上的积极创新及新产品形式的引进都将成为主要动力，推动高端化趋势。区域品牌已经开始加入全国市场的竞争行列，这对市场的良性持续发展不失为一则好消息。 "

— 李梦，研究副总监，食品与饮料

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 常温酸奶可定位为健康的零食
- 新风味虽然可以推动业务发展，但是质地创新也值得关注
- 引进新产品形式，丰富整个市场

以销售量角度来看，中国的酸奶市场已经攀上了世界第一。过去五年内，其零售市场的销售额及销售量增长率皆达两位数，酸奶因此成为中国食品与饮料业极其热门的一个市场领域。

中国酸奶市场的其中一个特征，是常温酸奶在中国的人气很高，一直以来都竞争激烈，活跃的创新也始终不断。

但是，冷藏酸奶可能更适合用来引领酸奶市场上正在发生的高端化趋势。

乳酸菌饮料品类的增长率在2017年呈放缓趋势，但可能会因为推出减糖的创新产品而在2018年略微走高。

虽然常温乳酸菌饮料在2015至2016年间表现亮眼，但是这个品类可能会面临某些困境（如消费者对糖份摄入的担忧），而消费者对活菌的需求可能是该品类接下来要面临的问题。为维持消费者的兴趣，品牌需要把乳酸菌饮料改造得更健康。

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@mintel.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

## 酸奶 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您所需要了解的

报告定义

不包括

## 综述

市场

持续高端化

数据1: 酸奶市场销售额预测 (最好和最差情形), 2013-2023年

数据2: 酸奶市场销售量预测 (最好和最差情形), 2013-2023年

常温酸奶将持续增长, 而冷藏酸奶更适合发展高端化

数据3: 常温及冷藏酸奶的零售额与增长率, 中国, 2014-2018年

公司与品牌

领先品牌与去年相同

区域品牌积极向全国市场拓展

数据4: 中国领先酸奶企业的零售市场份额, 2016年和2017年

品牌仍可仰赖风味创新

推出新的产品形式是带动销售的下一个商业策略

消费者

总体使用率比去年低

数据5: 主要酸奶产品类型的使用情况, 2018年4月

数据6: 主要酸奶产品类型的使用情况, 2017年5月

提升男性的使用频率可为重要关键

数据7: 酸奶/乳酸菌饮料使用频率——每周几次 (按性别和年龄区分), 2018年4月

冷藏酸奶品类中, 饮用比勺吃形式更热门

传统观念是常温酸奶高人气的背后推手

数据8: 食用常温酸奶的原因 (按消费者分类区分), 2018年4月

消费者需学习如何判断产品质量

数据9: 标签阅读习惯, 2018年4月

数据10: 卡士双歧杆菌C-I风味发酵乳, 中国, 2017年

进一步探索质地, 并与新奇风味结合, 走向高端化

莫忽视包装的重要性

数据11: 高端产品特征, 2018年4月

比起男性, 希腊式酸奶更受女性欢迎

数据12: 希腊式酸奶认知率, 2018年4月

数据13: 希腊式酸奶认知率 (按年龄和性别区分), 2018年4月

消费者对希腊式酸奶的理解需要再加强

数据14: 对希腊式酸奶的理解, 2018年4月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 酸奶 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

## 我们的观点

## 议题与洞察

常温酸奶可定位为健康的零食

现状

启示

新风味虽然可以推动业务发展，但是质地创新也值得关注

现状

启示

引进新产品形式，丰富整个市场

现状

启示

数据15: 国外市场上的饮用及勺吃型开菲尔

## 市场——您所需要了解的

高端化趋势不可避免

常温及冷藏酸奶可以从不同角度定位

乳酸菌饮料增速放缓至新低

## 市场规模及预测

酸奶仍享高度增长率且朝高端化迈进

乳酸菌饮料的增长速度趋缓

数据16: 酸奶市场销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

数据17: 酸奶市场销售量预测（最好和最差情形），2013-2023年

## 市场细分

常温酸奶对冷藏酸奶的市值比为3:2

数据18: 常温及冷藏酸奶的零售额与增长率，中国，2014-2018年

数据19: 常温酸奶市场销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

冷藏酸奶更能引领高端化趋势

数据20: 冷藏酸奶市场销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

数据21: 冷藏酸奶及常温酸奶的平均蛋白质水平（克/100毫升），中国，2015-2018年

## 市场增长动力

持续创新将继续带动市场增长

区域品牌往全国市场拓展

品牌试图走向高端化

## 主要竞争者——您所需要了解的

三巨头领先地位不可动摇

君乐宝、卡士、新希望皆为二线城市品牌

养乐多引领乳酸菌饮料品类

## 市场份额

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 酸奶 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

虽然蒙牛在2017年重振旗鼓，但是伊利依然遥遥领先

区域品牌拓展版图，光明面临其竞争

君乐宝与新希望皆积极开拓全国市场

数据22: 中国领先酸奶企业的零售市场份额，2016年和2017年

## 竞争策略

味全：从一个成功产品拓展至一整个产品系列

数据23: 味全酸奶饮料系列，中国

蒙牛：沟通乳酸菌菌种的营销策略

数据24: 蒙牛LC-37乳酸菌饮料及BB-12发酵乳，中国

光明、卡士：开展高端细分市场

数据25: 光明有格勺吃酸奶，中国

数据26: 卡士双倍蛋白勺吃酸奶，中国

通过发展小众风味促进销售

数据27: 酸奶中新发布的小众但持续增长的风味，中国，2015年7月-2018年6月

数据28: 伊利的安慕希推出两种新风味，中国

数据29: 卫岗黑森林风味酸奶，中国

数据30: 优诺推出的新风味，中国

## 谁在创新？

关注在酸奶的营养价值

数据31: 酸奶新品（按特定营养宣称区分），中国和全球，2015年7月-2018年6月

数据32: 美国及日本具有加强维生素/矿物质宣称的果奶昔产品

数据33: 乐纯、伊利最新的果奶昔产品

借鉴餐饮业的创新概念

数据34: 悠纯酒酿酸奶，中国

在酸奶中添加更多的食物真材实料

数据35: 其他国家的市场上添加了食物真材实料（果粒之外）的勺吃酸奶

数据36: 新希望天香活润蓝莓+山药果粒风味酸牛奶，中国，2018年

数据37: Brown Cow Organics Carrot & Turmeric Organic Live Yoghurt（有机褐牛胡萝卜&姜黄有机活力酸奶），英国

## 消费者——您所需要了解的

推动针对25-29岁及年长消费者的业务增长

消费者并不太成熟

质地创新可以推动高端化

## 不同种类酸奶的使用情况

温度及产品形态很重要

数据38: 主要酸奶产品类型的使用情况，2018年4月

数据39: 常温酸奶、常温乳酸菌饮料新上市产品（按国家区分）2015年7月-2018年6月

与2017年相比，总体使用率下降

40-49岁女性的使用率最低

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 酸奶 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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40: 过去3个月内饮用过下列类型产品的消费者（按性别及年龄区分），2018年4月

数据41: 过去3个月内饮用过下列类型产品的消费者（按性别及年龄区分），2017年5月

## 某些城市有进一步发展的潜力

数据42: 过去3个月内饮用过下列类型产品的消费者（按城市线级区分），2018年4月

数据43: 主要酸奶产品类型的使用情况（按选定的城市区分），2018年4月

数据44: 主要酸奶产品类型的使用情况（按选定的城市区分），2017年5月

## 酸奶产品使用频率

## 每周饮用几次的消费者较去年少

数据45: 酸奶/乳酸菌饮料使用频率，2018年4月

数据46: 酸奶/乳酸菌饮料使用频率，2017年5月

## 女性的使用频率高过男性

数据47: 酸奶/乳酸菌饮料使用频率——每周几次（按性别和年龄区分），2018年4月

## 食用常温酸奶的原因

## 年轻人的胃更敏感

数据48: 食用常温酸奶的原因——让肠胃更舒服（按年龄和性别区分），2018年4月

## 中西部消费者认为常温酸奶更有营养

数据49: 食用常温酸奶的原因——比冷藏酸奶更有营养（按区域区分），2018年4月

## 标签阅读习惯

## 消费者将会更成熟

数据50: 标签阅读习惯，2018年4月

## 30-39岁消费者最成熟

数据51: 会查看特定标签信息的消费者（包括每次都查看及偶尔才会查看）（按年龄区分），2018年4月

## 高端产品特征

## 消费者对质地更感兴趣，比起风味

## 企业需了解消费者所认为的包装质量好的产品

数据52: 高端产品特征，2018年4月

## 年长男性与年轻女性的某些观点类似

数据53: 特定的高端产品特征（按年龄和性别区分），2018年4月

## 希腊式酸奶认知率

## 总体而言，女性是希腊式酸奶的主要消费者

数据54: 希腊式酸奶认知率（按年龄和性别区分），2018年4月

## 二线城市的使用率高过一级城市

数据55: 希腊式酸奶认知率（按年龄和性别区分），2018年4月

## 对希腊式酸奶的理解

## 希腊式酸奶具有良好的产品形象

数据56: 对希腊式酸奶的理解，2018年4月

## 推广更多的低脂希腊式酸奶

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 酸奶 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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57: 希腊式酸奶子品类新品（按宣称区分），2015年7月-2018年6月，中国

使用率高并不代表理解就深

数据58: 同意对希腊式酸奶特定某些说法的消费者（按特定城市区分），2018年4月

## 认识英敏特城市精英人群

常温酸奶的使用率较低，但是冷藏勺吃酸奶的使用率较高

数据59: 常温酸奶的使用频率（按消费者分类区分），2018年4月

数据60: 冷藏勺吃酸奶的使用频率（按消费者分类区分），2018年4月

英敏特城市精英人群更重视品牌且喜欢网购

数据61: 食用常温酸奶的原因（按消费者分类区分），2018年4月

英敏特城市精英人群购买酸奶时会查看质量信息

数据62: 标签阅读习惯，特定的项目——英敏特城市精英人群，2018年4月

数据63: 标签阅读习惯，特定的项目——非英敏特城市精英人群，2018年4月

英敏特城市精英人群并没有更加了解希腊式酸奶

数据64: 对希腊式酸奶的理解——同意（按消费者分类区分），2018年4月

## 附录——市场规模和预测

数据65: 中国酸奶零售市场销售额，2013-2023年

数据66: 中国酸奶零售市场销售量，2013-2023年

## 附录——市场细分

数据67: 常温酸奶零售市场销售额，2013-2023年

数据68: 冷藏酸奶零售市场销售额，2013-2023年

## 附录——研究方法

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)