

# 白奶和调味奶 - 中国 - 2023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

- 宏观与微观两方面的市场因素
- 白奶和风味奶细分的市场销售额与预测
- 新产品趋势（包括有机宣称和风味趋势）
- 2020-2023年的饮用目的变化
- 冷藏纯牛奶（1升装）的最优价格
- 关于根据消费者对水果的感觉进行风味创新的指导
- 消费者对风味奶和不同类型冷藏纯牛奶的认知

1升装冷藏纯牛奶的最优价格点是15元人民币，最佳价格区间是10-30元人民币。

疫情完全放开之后，消费者对新冠疫情的担心有所减轻。然而，这并不意味着他们不再关心与免疫力管理相关的营养，他们仍优先考虑补充蛋白质和补充钙质。从价格方面来看，经济环境正在逐渐复苏，在审慎消费的趋势下，平价产品将在竞争中发挥更重要的作用。

虽然消费者对风味奶营养价值的态度正在改善，但相比白奶，风味奶目前更多地被认为是一种牛奶味饮料，营养含量较少。因此，风味奶应该抓住机会强化营养，并重新定位为与牛奶营养价值等同、但具有风味的产品。

年轻一代对牛奶搭配其他食物有更高的要求，指明了未来除了单纯强调营养含量之外的增长市场。此外，更好地与不同类型的食物搭配，将带来更多的口感和质地创新。



面对2022年的挑战，白奶仍然增势良好。具有更丰富营养宣称的特色奶源牛奶越来越受欢迎。展望未来，进行口感创新以搭配其他食物将成为高端市场的另一重要需求。同时，风味奶应该抓住消费者认知提升的机会，定位为与牛奶具有相同的营养价值。

彭袁君，高级研究分析师

## 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  |

## 目录

### 概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 不包括
- 定义

### 综述

- 市场  
数据1: 白奶的零售销售额及预测\*, 中国, 2017-2027年
- 公司与品牌  
数据2: 白奶和风味奶细分领先企业的销售额份额\*, 中国, 2021-2022年 (预估)
- 消费者  
数据3: 消费频次, 2023年
- 几乎所有品类的渗透率均有所回升  
数据4: 特殊宣称的消费频次, 2023年
- 补充蛋白质和钙质仍然是优先考虑事项  
数据5: 饮用目的, 2023年
- 冷藏纯牛奶 (1升装) 的最优价格是15元人民币  
数据6: 价格敏感度——最优价格, 2023年
- 水果可以与特定感觉关联  
数据7: 对水果的感觉, 2023年
- 品牌需要针对最近的概念对消费者进行更多市场教育  
数据8: 对牛奶的认知, 2023年
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 重新定位风味奶，而非作为饮料  
数据9: 银桥Grx16酸奶, 中国, 2022年
- 营养成分并非在高端市场竞争的唯一途径  
数据10: 适合与其他食物/饮料搭配的白奶示例, 全球, 2022-2023年
- 让中式花卉成为新的季节限定风味，增添东方审美价值  
数据11: 季节限定风味含乳饮料的消费, 2021-2023年  
数据12: Bar Choice无酒精鸡尾酒, 中国, 2023年  
数据13: 喜茶 x 《梦华录》, 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  |

## 市场规模与预测

- **2022年是保持增长艰难的一年**  
数据14: 白奶的零售销售额及预测\*, 中国, 2017-2027年  
数据15: 白奶的零售销售量及预测\*, 中国, 2017-2027年
- **未来5年的前景依然光明**

## 市场因素

- 经济环境开始复苏.....
- .....不过消费者持谨慎消费态度
- 风味奶执行标准不统一
- 对新冠疫情的担心较之前减轻  
数据16: 新冠感染情况以及对新冠的态度, 2023年

## 市场细分

- 冷藏纯牛奶保持高速增长  
数据17: 冷藏纯牛奶的零售销售额及预测\*, 中国, 2017-2027年
- **2022年常温纯牛奶表现出更强的韧性**  
数据18: 常温纯牛奶的零售销售额及预测\*, 中国, 2017-2027年
- 风味奶的下滑速度放缓  
数据19: 风味奶的零售销售额及预测\*, 中国, 2017-2027年

## 市场份额

- 行业差距明显扩大
- **CR2在艰难时期保持增长**  
数据20: 中国白奶和风味奶细分领先企业的销售额份额\*, 中国, 2021-2022年 (预估)
- 区域品牌差异显著
- 乳制品企业出现IPO热潮

## 营销活动

- 蒙牛充分利用作为**2022年世界杯赞助商**的角色  
数据21: 蒙牛品牌代言人, 2022年国际足联世界杯  
数据22: 梅西代言广告中的孩子形象, 2022年  
数据23: 蒙牛纯牛奶2022年国际足联卡塔尔世界杯限量款, 中国, 2022年  
数据24: 国际足联世界杯12款经典时刻限量典藏版以及12个城市线下广告, 中国, 2022年
- 伊利拥抱**AI技术**
- **AI包装**  
数据25: 伊利AI设计包装, 中国, 2023年
- **AI代言人**  
数据26: 金典数字代言人——金姨, 中国, 2023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  |

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。



- 君乐宝赞助全国咖啡师职业技能竞赛  
数据27: 君乐宝赞助全国咖啡师职业技能竞赛，中国，2022年

新产品趋势

- 有机牛奶是占比最大的特色奶源类型.....  
数据28: 具有特殊宣称的牛奶在白奶新品中的占比——液体奶，中国，2019-2023年（截至5月）
- .....限定牧场是高品质可视化的新方式  
数据29: 限定牧场牛奶在白奶新品中的占比——液体奶，中国，2019-2023年（截至5月）  
数据30: 具有限定牧场宣称的白奶示例，中国，2023年  
数据31: 洪雅牧场介绍，新希望，2022年
- 风味奶正向现制饮料靠拢
- 中国缺少烘焙和咸味口味元素群  
数据32: 风味奶新品的前十大口味元素群——液体奶，全球及中国，2022-2023年（截至5月）  
数据33: 风味奶新品的前十大咸味/烘焙混合口味（无序排列）——液体奶，全球，2022-2023年（截至5月）  
数据34: 烘焙/咸味牛奶示例，2023年
- 饮料味增长迅速，咖啡和茶味领先  
数据35: 风味奶新品饮料口味元素群的前九大口味构成元素——液体奶，中国，2019-2023年（截至5月）  
数据36: 茶味和咖啡味牛奶示例，中国，2023年  
数据37: 新颖饮料（咖啡和香辛料以及酒和水果）口味的牛奶示例，全球，2022-2023年
- 中式花卉风味在该风味走热的趋势下显示出潜力  
数据38: 花卉风味奶产品示例，中国，2022-2023年  
数据39: 中式花卉风味咖啡/奶茶示例，中国，2022-2023年
- 芋头领跑果蔬味增长  
数据40: 风味奶前十大水果和蔬菜口味子群（无序排列），中国，2022-2023年（截至5月）  
数据41: 风味奶前十大无序排列的风味（包含混合风味），中国，2021-2023年（截至5月）  
数据42: 芋头、覆盆子/树莓&白桃味牛奶示例，中国，2023年
- 乳铁蛋白和免疫球蛋白需要更好的宣传  
数据43: 白奶及风味奶新品中含乳铁蛋白或免疫球蛋白的牛奶占比——液体奶，中国，2019-2023年（截至5月）  
数据44: 新希望，24小时鲜牛乳，中国，2023年

消费频次

- 几乎所有品类的渗透率均有所回升.....  
数据45: 消费频次，2023年

报告内容

|           |
|-----------|
| 综述        |
| PDF格式完整报告 |
| 演示文稿      |
| 交互式数据手册   |

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  |

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46: 消费渗透率（按乳制品类型区分），2022-2023年

- .....但高频用户正在流失

数据47: 消费频次变化，2022-2023年

数据48: 高频用户变化（按年龄区分），2022-2023年

- 低线城市中的渗透率明显提高

数据49: 渗透率变化（按城市线级区分），2022-2023年

数据50: 高频用户变化（按城市线级区分），2022-2023年

#### 具有特殊宣称的牛奶消费情况

- 有机牛奶领跑消费增长

数据51: 特殊宣称的消费频次，2023年

数据52: 牛奶消费频次——喝得更多（按年龄区分），2023年

- 可以利用的附加值宣称

数据53: 饮用目的——喝得更多（按具有特殊宣称的牛奶区分），2023年

#### 饮用目的

- 对蛋白质和钙的需求不断增长

数据54: 饮用目的，2023年

数据55: 饮用目的，2020和2023年

数据56: TURF分析（累积无重复到达率和频次分析）——饮用目的，2023年

- 除了补充蛋白质和钙，富裕消费者还另有需求

数据57: 饮用目的\*（按家庭月收入群体区分），2023年

数据58: 乐纯，萃乳，2022年

- 18-24岁的消费者对营养的需求较少

数据59: 饮用目的（按年龄区分），2023年

#### 平价产品的价格

- 15元人民币/升是最优价格

数据60: 价格敏感度——最优价格，2023年

数据61: 价格敏感度——价格临界值，2023年

数据62: 价格敏感度于不同水平的平均数和中位数，2023年

数据63: 最优价格与新品平均价格的价格对比\*，2023年

数据64: 经济状况变化时的购买计划（按牛奶类型区分），2023年

- 30多岁的消费者对价格更敏感

数据65: 价格敏感度（按年龄区分），2023年

- 市场教育有助于消费者更容易接受更高的价格

数据66: 价格敏感度（按对牛奶的认知区分），2023年

#### 对水果的感觉

- 利用不同水果来传递特殊感觉

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 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  |

数据67: 对水果的感觉，2023年

- 对水果的感觉因年龄而异

数据68: 对水果的感觉\*（按年龄区分），2023年

数据69: 对水果的感觉——活力感（按年龄区分），2023年

数据70: 对水果的感觉——宅家放松感（按年龄区分），2023年

## 对牛奶的认知

- 流行概念仍有营销空间

数据71: 对牛奶的认知，2023年

数据72: 我知道乳铁蛋白和免疫球蛋白的不同健康益处（按年龄区分），2023年

- 对风味奶的印象正在改善

数据73: 饮用目的（按对风味奶的态度区分），2023年

- 保持简单，但也要注重乐趣

数据74: 消费目的（按消费者群体区分），2023年

数据75: 璀璨烟火限定口味巴氏杀菌风味酸奶（GNPD ID：10549766），2023年

## 美食达人

- 他们是谁？

数据76: 美食达人，2023年

数据77: 美食达人（按年代区分），2023年

- 娟姗牛奶和草饲牛奶成为成熟趋势仍需时日

数据78: 具有特殊宣称的牛奶消费情况——喝得更多（按美食达人区分），2023年

- 情绪化食客更可能对冷藏风味奶持积极态度

数据79: 对牛奶的认知——“冷藏风味牛奶比奶茶店的奶茶健康”（按美食达人区分），2023年

数据80: 对牛奶的认知——决策树分析

## 附录——市场规模与预测

数据81: 白奶的零售销售额及预测，中国，2017-2027年

数据82: 白奶的零售销售量及预测，中国，2017-2027年

## 附录——市场细分

数据83: 冷藏纯牛奶的零售销售额及预测，中国，2017-27年

数据84: 常温纯牛奶的零售销售额及预测，中国，2017-27年

数据85: 风味奶的零售销售额及预测，中国，2017-27年

## 附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 决策树分析研究方法

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 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  |

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 研究方法：TURF分析
- 价格敏感度分析研究方法
- 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  |



## 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](https://www.mintel.com)。