

酸奶 - 中国 - 2023年

报告价格: £2195.00 | \$2995.00 | €2600.00

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年的市场展望与增长前景
- 冷藏酸奶和常温酸奶的消费趋势
- 值得关注的新产品趋势与营销活动
- 可吸引消费者的新颖酸奶食用方式
- 配方优化方面接下来值得关注的添加剂

酸奶消费者最不能接受人工甜味剂，其次是蔗糖和代糖。品牌必须选择适当的甜味来源，以满足消费者对健康和美味的需求。

新冠疫情封控政策以及政策调整后出现的感染高峰对户外消费场景和消费者的财务信心产生了负面影响，给酸奶品类蒙上了一层阴影。

虽然防疫政策已经调整，但经济不确定性仍然存在，这促使消费者更加谨慎地对待消费，并重新关注价值的意义。纯牛奶被视为日常营养支持，在饮食中占据更重要的地位，对酸奶构成了威胁。

除了强调酸奶的真材实料和天然性，以提升在面对其他乳制品时的竞争力，酸奶品牌（特别是冷藏酸奶）还需要通过更简单易懂的宣传让消费者了解活菌和菌种的健康益处。另一方面，风味创新以及将产品形态拓展至冻酸奶和脱乳清酸奶天然浓厚的质地，可以更好地迎合消费者对新颖特质和纵享的追求。



“由于消费者对益生菌的认识有限，简单易懂的宣传可以更好地传递冷藏酸奶所含的益生菌的益处，并彰显其不可替代性。冻酸奶形态和脱乳清酸奶天然浓厚的质地可作为新的创新方向以重新定义纵享体验并维持消费者的兴趣。同时，在减糖和纯净标签趋势下，配方中的人工甜味剂将成为下一个优化焦点。”

— 黄梦菲，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

报告价格: £2195.00 | \$2995.00 | €2600.00

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
 - 常温酸奶比冷藏酸奶更具韧性
 - 数据1: 酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年
 - 数据2: 常温酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年
 - 数据3: 冷藏酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年
 - 乳酸菌饮料市场下滑，未来复苏或许缓慢
 - 数据4: 乳酸菌饮料零售销售额和预测，中国，2017-2027年
- 公司与品牌
 - 行业巨头保持领导地位，市场进一步集中
 - 数据5: 酸奶细分品类领先企业的销售份额*，中国，2021-2022年
 - 专业化和功能性是新的增长引擎
 - 数据6: 乳酸菌饮料细分品类领先企业的销售份额*，中国，2021-2022年
- 消费者
 - 常温酸奶和乳酸菌饮料的表现优于需冷藏的产品
 - 数据7: 消费频次，2023年
 - 希腊酸奶在渗透率和消费增长方面领先，开菲尔酸奶和冰岛酸奶仍属小众
 - 数据8: 特殊酸奶的消费频次，2023年
 - 酸奶的食用方式多样，远不止搭配配料
 - 数据9: 使用习惯，2023年
 - 酸奶的必需性不如纯牛奶，冷藏产品的重要性不如常温产品
 - 数据10: 品类必需性，2023年
 - 消费者更重视真材实料和天然特质
 - 数据11: 购买要素，2023年
 - 无人工防腐剂、无反式脂肪酸和无人工甜味剂是最具吸引力的0添加宣称
 - 数据12: 0添加宣称，2023年
 - 热带水果风味是消费者首选的酸奶风味
 - 数据13: 风味偏好，2023年
- 我们的观点

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

报告价格: £2195.00 | \$2995.00 | €2600.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

议题与洞察

- 简单易懂的宣传是提高人们对酸奶中益生菌认知的关键
数据14: 明治佰乐益优酸奶，中国，2021年
- 在减糖方面，跳脱人工甜味剂的局限
数据15: 达芬奇优形草莓果粒风味酸乳，中国，2023年
数据16: 牛毛黑黑青稞黑枸杞风味发酵乳，中国，2023年
- 冻酸奶和天然浓厚质地为重新定义纵享开辟更多可能性
数据17: 小亲冰淇淋布丁，中国，2023年
数据18: 纵享冻酸奶示例，英国和加拿大，2015年
数据19: 纵享希腊酸奶示例，瑞士，2023年
数据20: 舔勺! Spoon希腊酸奶全麦华夫饼，中国，2023年

市场规模、预测与细分

- **2022年**，酸奶零售市场仍举步维艰
数据21: 酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年
数据22: 酸奶零售销售量和预测，中国，2017-2027年
- 面对不确定性，常温酸奶比冷藏酸奶更坚挺
数据23: 常温酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年
数据24: 冷藏酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年
- 乳酸菌饮料市场下滑，缺乏快速回暖潜力
数据25: 乳酸菌饮料零售销售额和预测，中国，2017-2027年

市场因素

- 财务状况触底反弹
数据26: 经济状况变化，2022-2023年
数据27: 对未来财务状况的信心，2022-2023年
- 外出就餐消费开始回暖
数据28: 花费更多——外出就餐和家用食品，2021-2023年
数据29: 酸奶消费行为，2023年
- 纯牛奶对酸奶构成威胁
数据30: 酸奶的食用情况，2023年
数据31: 酸奶的消费转变，2023年
数据32: 消费频次，2023年
数据33: 酸奶替代品排名（按常温和冷藏酸奶区分），2023年
数据34: 冷藏酸奶和乳酸菌饮料的平均价格，中国，2018-2023年
- 悲观的年轻消费者克制酸奶消费
数据35: 财务状况——变差了很多/变差了一些，2022-2023年
数据36: 全国城镇调查失业率（月度%），2020-2023年

市场份额

- 市场持续集中化

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37: 酸奶细分品类领先企业的销售额份额*，中国，2021-2022年

- 企业通过减糖创新获益

数据38: 销售业绩出色的减糖产品示例，中国，2022-2023年

- 区域性领先品牌在冷藏酸奶领域实现增长
- 通过功能升级重振乳酸菌饮料品类

数据39: 乳酸菌饮料细分品类领先企业的销售额份额*，中国，2021-2022年

营销活动

- 通过全渠道策略吸引消费者

数据40: 安慕希位于南京的现制酸奶店，中国，2022年

- 行业巨头注重自主研发菌种

数据41: 优益C专利菌种PC-01，中国，2023年

数据42: 添加太空菌株的伊利畅意乳酸菌饮品，中国，2023年

新产品趋势

- 酸奶产品创新放缓，重心转向冷藏勺吃型酸奶

数据43: 酸奶新品（按细分市场区分），中国，2018-2023年

- 跳脱减糖的范畴，聚焦减少代糖

数据44: 酸奶新品（按减糖类宣称的占比区分），中国，2018-2023年

数据45: 酸奶新品（按人工甜味剂或天然甜味剂的占比区分），中国，2018-2023年

数据46: 具有无代糖宣称的酸奶新品，中国，2022年

数据47: 突出原生甜味的酸奶示例，中国，2020年

- 热带水果风味备受青睐，相关风味创新相当活跃

数据48: 酸奶新品（按热带水果风味（包括混合风味）的占比区分）（无序排列），中国，2018-2023年

数据49: 新颖的热带水果风味示例，中国，2022-2023年

- 兼顾趣味和健康的丰富口感

数据50: 酸奶新品（按质地占比区分），中国，2018-2023年

数据51: 含有丰富配料的酸奶新品示例，中国，2023年

消费频次

- 常温酸奶市场迅速复苏

数据52: 消费频次，2023年

数据53: 常温和冷藏酸奶的渗透率，2022-2023年

数据54: 消费频次的变化，2022-2023年

数据55: 消费频次的变化——常温酸奶（按城市线级区分），2022-2023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

报告价格: £2195.00 | \$2995.00 | €2600.00

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56: 消费频次的变化——常温酸奶（按家庭收入水平区分），2022-2023年

- 冷藏酸奶的消费频次下降

数据57: 酸奶消费行为（按勺吃型酸奶的消费频次区分），2023年

数据58: 500克以上的单品包装规格在勺吃型酸奶中的占比，中国，2018-2023年

- 乳酸菌饮料的高频消费者有所流失

数据59: 常温和冷藏乳酸菌饮料的渗透率，2022-2023年

数据60: 消费频次的变化，2022-2023年

- 特殊酸奶的消费频次

- 希腊酸奶在渗透率和消费增长方面领先

数据61: 特殊酸奶的消费频次，2023年

数据62: 特殊酸奶在所有酸奶新品中的占比，中国，2018-2023年

数据63: 消费频次——喝得更多和没喝过/不记得了（按家庭收入水平区分），2023年

- 消费者对冰岛酸奶和希腊酸奶更有好感

数据64: 使用习惯——冰岛酸奶或希腊酸奶，2023年

数据65: 购买要素（按部分描述语句——希腊酸奶和冰岛酸奶的购买意愿区分），2023年

数据66: “添加”宣称在希腊酸奶新品中的占比，中国，2018-2023年

使用习惯

- 消费者对DIY的兴趣浓厚

数据67: 使用习惯，2023年

数据68: 酸奶消费行为——用原味酸奶DIY，2023年

数据69: 0添加宣称（按酸奶消费行为区分），2023年

数据70: 使用习惯（按酸奶消费行为区分），2023年

数据71: 购买要素（按酸奶消费行为区分），2023年

数据72: 含有益生菌配料或超级食品配料的酸奶示例，中国，2023年

- 消费者更倾向于将酸奶与天然食材混合食用

- 冻酸奶有助于吸引年轻的女性消费者

- 强调酸奶可作为家庭烘焙中健康便利的替代食材

数据73: 使用习惯——在家烹饪（按居住成员区分），2023年

品类必需性

- 在经济下行时，酸奶比纯牛奶更容易被降低优先级

数据74: 品类必需性，2023年

- 在财务状况承压时，常温酸奶更加坚挺

- 选择消费降级的消费者的人口统计特征趋于一致

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

报告价格: £2195.00 | \$2995.00 | €2600.00

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75: 品类必需性——消费降级和不消费（按性别、年龄、家庭收入和居住成员区分），2023年

- 消费者缺乏升级乳酸菌饮料的需求

购买要素

- 真材实料和天然性更受重视

数据76: 购买要素，2023年

- 简单易懂的宣传有助于传达益生菌的功能
- 对饮用型和勺吃型酸奶采取差异化升级策略

数据77: 购买要素（按品类必需性——经济状况好时，我会购买更贵的产品区分），2023年

0添加宣称

- 纯净标签与健康紧密相关

数据78: 品牌的纯净标签宣传示例，中国，2017年

数据79: 酸奶消费行为，2023年

- 在冷藏酸奶的宣传中强调无反式脂肪酸

数据80: 0添加宣称，2023年

- 天然代糖是上乘的甜味来源
- 天然浓厚的质地可作为脱乳清酸奶的独特优势

数据81: 宣称无增稠剂的酸奶新品示例，中国，2021-2022年

数据82: 不含增稠剂的希腊酸奶和冰岛酸奶在所有希腊酸奶和冰岛酸奶新品中的占比 vs 不含增稠剂的酸奶在所有酸奶新品中的占比，中国，2017-2023年

风味偏好

- 热带水果风味是消费者首选的酸奶风味

数据83: 风味偏好，2023年

- 风味创新激发人们尝试新品的兴趣

数据84: 酸奶消费行为，2023年

数据85: 风味偏好（按尝试新品的意愿区分），2023年

- 茶味的融合度相当高

数据86: 风味偏好——茶味（按风味偏好区分），2023年

数据87: 茶味酸奶新品示例，中国，2021-2022年

数据88: 茶味与东方水果或花香味搭配的产品示例，日本和德国，2018年

美食达人

- 他们是谁？

数据89: 美食达人，2023年

数据90: 美食达人（按年代区分），2023年

- 新趋势探索者倾向于避免冷藏酸奶中的代糖

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

报告价格: £2195.00 | \$2995.00 | €2600.00

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91: 0添加宣称——无代糖（按美食达人区分），2023年

- 酸奶新品对潮流追随者和情绪化食客有吸引力

数据92: 酸奶消费行为（按美食达人区分），2023年

附录——市场规模与预测

数据93: 酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年

数据94: 酸奶零售销售量和预测，中国，2017-2027年

数据95: 乳酸菌饮料零售销售额和预测，中国，2017-2027年

附录——市场细分

数据96: 常温酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年

数据97: 冷藏酸奶零售销售额和预测，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

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)。