

热辣滚烫！乳企角逐B端市场



□文/图 本报记者 杨丽霞

面对供大于求且竞争激烈的乳制品市场，乳企营收、净利出现双降。为缓解经营压力，越来越多的乳企意识到既然C端低迷，不如发力B端餐饮，寻找新增量。

扎根餐饮“沃土”并非易事

相较于低迷的乳品市场，餐饮、烘焙等赛道近两年来市场发展强劲。在2025年春节期間，茶饮行业更是迎来了消费热潮，众多茶饮品牌在春节期间成绩斐然，销售额大幅增长。

据了解，春节期间（1月28日—2月4日），喜茶、霸王茶姬、沪上阿姨、茶百道、奈雪等多个品牌全国门店销售火爆，而在茶饮品牌下沉市场，蜜雪冰城、古茗、益禾堂等品牌的门店也出现不同程度爆单。

这其中，喜茶全国各地门店销量涨幅明显，部分门店环比增幅甚至超900%；霸王茶姬部分门店增幅超500%；奈雪的茶多地门店销售大涨630%。

“热辣滚烫”的茶饮赛道也让各大乳企跃跃欲试。

今年1月，皇氏乳业旗下新茶饮品牌“在桂里”门店在南宁市中心开业。据记者了解，2024年初，皇氏乳业在南宁吴圩机场开出首家奶茶店，如今，南宁市区第二家旗舰店也已正式开业。

对于为何现在进入茶饮赛道，皇氏乳业对外称，以水牛奶为基底的产品，有利于规避同行掀起的 price 战，也有助于与消费者互动与沟通，激发水牛奶产品的潜力。

在独立乳业分析师宋亮看来，皇氏乳业开茶饮店，只能尝试性开店，毕竟是摸索新的商业模式，“开店还是要让专业的人干专业的事，良好的商业模式能够形成上下游合作关系，并且能够有效激励下游开店。”

事实上，乳企开茶饮店皇氏集团并非第一家。

2019年，娃哈哈推出奶茶业务，业务启动一年多便开出375家门店。

2020年6月，完达山乳业在哈尔滨开起了奶茶店“乳此新鲜”；

2023年6月，“乳此新鲜”在北京开下首店，完达山相关负责人曾表示，5年内将要把店开到2000家。

2024年，百菲乳业在温州开设了一家名为“水牛哞哞”的饮品店，不过在布局线下奶茶店上，其还未有太多扩张动作。

2025年2月，华中地区首条现泡茶生产线在黄冈伊利乳业有限公司液奶工厂投产。据悉，生产线每天可生产100万瓶现泡茶。

在宋亮看来，餐饮、烘焙等B端市场算是乳企的“新战场”，“乳企进入B端市场从盈利性来看要差一些，但对于很多企业而言，现在主要还是要消化奶源。其次由于终端消费发生了变化，乳企不得不去做一些调整，进入B端市场来应对新消费市场的变化，特别是像茶饮以及现制类的零售业态。”

从目前来看，部分乳企跨界的茶饮业务并没有达到预期目标。据相关媒体数据显示，截至1月10日，“乳此新鲜”门店仅为54家，北京首店也在去年11月闭店。2021年起，娃哈哈奶茶“大规模倒闭”“加盟商媒体维权”等负面消息频频传出，有媒体报道，“2020年至2024年，娃哈哈奶茶关掉的门店数分别为8家、145家、129家、173家、18家，而位于广东最后一家娃哈哈奶茶门店，最迟将于2025年3月正式闭店。”

“进入B端市场对于乳企而言，首要的竞争压力就是价格竞争。”宋亮告诉记者，“B端业务现在对于价

创新成为乳企发展“基底”

目前，绝大多数乳企在B端餐饮赛道的“打法”各有不同。而打造专业品牌，深入餐饮渠道是最常规的打法。

据记者了解，目前，伊利推出B端专业乳原料品牌伊利索非蜜斯，与奈雪的茶、萨莉亚、沪上阿姨等连锁餐饮合作；蒙牛旗下专业餐饮品牌蒙牛专业乳品目前已与百胜中国、味多美、好利来、南城香等诸多企业建立合作。除了乳业双雄，还有雀巢、飞鹤、君乐宝等参与者。

据悉，雀巢专业餐饮与茶颜悦色达成进一步战略合作，推出双方共创的全新基底乳产品“放心全脂牛奶”。飞鹤也借助西贝等餐饮连锁店进入到专业儿童餐饮业务。君乐宝通过酒店、定制喜宴等餐饮场景，深耕渠道。

在侯军伟看来，尽管整个乳业市场不景气，但餐饮赛道依然前景较好。“餐饮赛道本身增长速度较高，近年来以超过20%的速度在增长，随之带来的是市场的潜力巨大，奶酪、布局、酸奶等细分品类在餐饮渠道有巨大的消费需求。此外，随着消费者对健康、高品质餐饮需求的增加，餐饮企业越来越倾向于与乳企合作，共同研发创新菜品和饮品。这为乳企提供了更多的合作机会，有助于拓展销售渠道。”

记者也注意到，近几年，茶饮、

咖啡行业对乳制品的运用之道总在更新。芝士奶盖、厚乳咖啡、冰博克Dirty、生酪拿铁、黄油拿铁等花样繁多的新型乳制品茶饮赢得了市场喜爱。比如喜茶的“3.8源收甄奶”，霸王茶姬的“冰勃朗非氢化基底乳”，还有引发消费热潮的瑞幸“酱香拿铁”中的“白酒风味厚奶”等等都是出圈的新型乳制品。

可以看到，这些新型乳制品正在反向推动上游乳品企业不断创新，以更丰富的应用场景助力乳品消费的扩容；另一方面，以“定制”身份为餐饮市场提供“专属”原料。

今年1月，伊利与海底捞在伊利上海创新中心正式签署战略合作协议，就品牌推广、市场开发、业务融合、品牌共建、组织建设、研发创新等领域展开深入合作。在签约仪式上，伊利集团执行总裁王维也表示，餐饮消费作为国人必不可少的生活方式，也是乳制品的重要消费场景。伊利与海底捞合作，通过提供更好的产品和服务解决方案，为消费者解锁更多创新体验。

2025年乳品市场不容乐观

相比春节期间火热的餐饮市场，乳品C端消费市场的“春节档”略显冷清。

“今年的春节乳品消费市场整体情况要稍微好过去年，部分品类产品是有增长的。”宋亮告诉记者，“冰品、成人奶粉、礼品装的产品品类以及高端酸奶，表现都相对不错。主要原因，一方面是由于春节走亲访友影响，提升了成人奶粉的需求量；另一方面，是因为外出旅游带来的红利，特别是冰品类产品。”

据悉，春节礼盒销售较去年有所提升，或与乳企加大春节营销力度有关。而生活化、场景化营销，形成品牌知名度，也成为乳品销量提升的应对之法。

据记者了解，今年春节电影档，国内主要乳企都围绕热门电影IP进行了布局，值得一提的是，此次蒙牛与《哪吒2》的携手，将新春电影的热映潮流与新春赠礼场景完美融合，蒙牛在各大影院播放定制彩蛋短片的同时，利用其广泛的渠道在各商超打造春节主题货架，为消费者提供沉浸式购物体验。

宋亮表示，高端乳品可走精细

化、定制化等渠道拓展模式，为圈层人群定制产品。此外，特殊渠道即游乐场、旅游景点、电影院等以及去中间流通环节的线上私域也是高端产品的可行之路。

对于大型乳企而言，有力的营销可以带动产品的销量增长，但对于中小乳企而言，又该如何进行有效营销？

在侯军伟看来，首先要做到激活存量，“区域乳企大多在本土市场耕耘多年，有较好的品牌基础，要通过重新塑造品牌价值，挖掘企业的历史故事，唤起老用户的记忆，从而扩大产品的销售。其次拓展增量。要通过和年轻消费者建立关系，提高产品销售的机会，这其中关键的动作是做好营销推广，吸引新流量；做好本地生活类平台的销售。”侯军伟告诉记者，“在产品同质化的今天，区域型乳企只有通过持续建立品牌的独特价值，并持续的进行推广，消费者才会去购买。”

已经过去的2024年对于国内乳企来说是极为不易的一年，这一点从多家乳企公布的2024年业绩预告就能直观看出。对于乳企而言，2025年的乳品市场还将会面临哪些竞争？

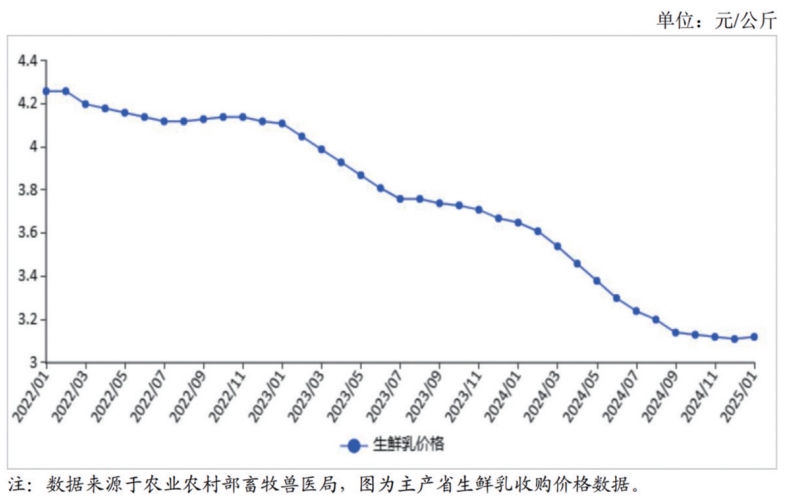
宋亮表示，产品创新依然是首要竞争。“消费者对于新产品的需求和体验是非常重要的，通过产品创新抓住流量，这是首当其冲的。其次，消费形势仍然很严峻，因此对于企业而言，还是要尽可能做到降本增效，围绕利润为目标展开整个业务布局，而不再是考虑体量。”

对于2025年乳业市场发展预期，侯军伟认为乳品消费更加多元化，将会扩充市场整体规模。“除家庭消费乳品外，在餐饮、烘焙、茶饮等特殊渠道中，乳品的消费量将会增加，这会间接的提高乳品的市场规模。”

宋亮则表示，2025年乳品市场的压力并不会比去年减少，在整个消费形势严峻的情况下，2025年乳制品的消费量预计可能还会下降。“今年乳品市场的价格战是否会持续，这个很难判断。从目前情况来看，龙头企业都在逐步修复产业链价值，建议要尽可能避免盲目的价格战。”



液态奶消费仍处于恢复过程



注：数据来源于农业农村部畜牧兽医局，图为主产省生鲜乳收购价格数据。

近日，农业农村部市场与信息化司发布了《2025年1月鲜活农产品供需形势分析月报》，其中包括牛奶的相关情况。

《月报》指出，1月生鲜乳价格止跌企稳。预判后期走势，国内市场随着产能优化措施效果显现，生鲜乳产量增速明显放缓，生鲜乳价格止跌企稳，但消费恢复动力不足，预计生鲜乳价格低位趋稳。国际市场，全球牛奶供应有望小幅增长，东北亚、东南亚及中东对乳脂和全脂奶粉的需求强

劲，预计后期国际乳制品价格持续上行。

生鲜乳价格止跌企稳

在各项纾困措施带动下，行业逐渐调整优化产能，当前全国奶牛存栏量已调减至2023年7月水平，国内生鲜乳产量增速明显放缓。1月份，奶业主产省生鲜乳收购价每公斤3.12元，环比涨0.3%，结束了连续16个月的下跌，同比跌14.5%，生鲜乳收购价企稳迹象显现。

国内鲜奶、奶粉零售价格均上涨

受春节乳制品消费需求增长带动，国内鲜奶零售价格与奶粉零售价格均有所上涨。据中国价格信息网监测，1月份，全国监测城市鲜奶平均零售价格每斤5.73元，环比涨1.1%，同比涨0.5%。其中，袋装鲜奶每斤5.30元，环比涨0.8%，同比持平。盒装鲜奶每斤6.16元，环比涨1.3%，同比涨1.0%。全国监测城市奶粉平均零售价格每斤137.12元，环比涨1.0%，同比涨4.6%。其中，进口奶粉每斤162.86元，环比涨1.2%，同比涨5.1%；国产奶粉每斤111.37元，环比涨0.6%，同比涨3.9%。

2024年累计乳制品进口量下降

受国内乳制品消费市场持续下滑影响，乳制品总体进口量继续下降。除具有明显量价竞争力的进口奶油、炼乳及蛋白类产品，其他主要乳制品品类进口量均明显减少。据海关统计，12月份，我国乳制品进口量26.37万吨，同比增17.6%；进口额11.60亿美元，同比增32.9%。1—12月累计，我国乳制品进口量264.31万吨，较上年减8.7%；进口额115.38亿美元，较上年减6.8%；出口量7.79万吨，较上

年增34.1%；出口额2.90亿美元，较上年增9.4%。分品类看，1—12月累计，鲜奶进口70.48万吨，较上年减13.4%；酸奶进口1.78万吨，较上年减16.4%；乳清粉进口66.11万吨，较上年减0.3%；奶油进口13.62万吨，较上年增4.3%；奶酪进口17.26万吨，较上年减3.1%；原料奶粉进口63.85万吨，较上年减17.6%；婴幼儿配方奶粉进口20.88万吨，较上年减6.4%；蛋白类进口8.49万吨，较上年增13.0%。

国内外原料奶粉价差环比扩大

国际原料奶粉完税价格与国内原料奶粉价格均保持基本稳定，国内外原料奶粉价差环比略有扩大。2024年12月份，国际原料奶粉进口完税价折人民币每吨31778元，比国内原料奶粉价格每吨高1898元，较上月扩大324元。

国际乳制品价格涨跌互现

全球乳制品供应整体趋紧。美国黄油出口量保持增长，黄油批发价格环比小幅下跌。随着全脂奶粉主要进口市场的需求不断增加，全脂奶粉批发价格环比小幅上涨。据英国环境、食物与农村事务部(DEFRA)统计，2024年12月份，

美国、欧盟和大洋洲三个国家和地区的黄油、脱脂奶粉、全脂奶粉和切达干酪批发均价每吨分别为6762美元、2886美元、4496美元和4318美元，环比分别跌4.9%、跌0.2%、涨0.1%和跌5.8%，同比分别涨19.2%、涨6.3%、涨15.6%和涨11.8%。

预计国内生鲜乳收购价格低位运行 国际乳制品价格保持高位

国内市场：据农业农村部监测数据，2024年全国荷斯坦奶牛存栏量较去年同期减少4.5%，2025年奶牛存栏预计持续适应性回调，国内生鲜乳产量将在上年回落的基础上继续小幅下降，液态奶消费仍处于恢复过程，预计短期内生鲜乳收购价格维持低位趋稳。

国际市场：由于2024年牛奶产量下降导致的供应紧张局面在上半年难以迅速缓解，同时考虑到主要乳制品出口国地缘政治和贸易紧张局势带来的不确定性，预计国际乳制品价格仍将保持高位，随着主要出口国家和地区牛奶供应量的增加，国际乳制品价格有望在下半年出现一定程度的回落。

(农业农村部市场与信息化司)

行业动态

2月第3周生鲜乳平均价格

3.10元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测，2月第3周（采集日为2月20日）仔猪、商品代蛋雏鸡、饲料产品价格环比上涨，生猪、猪肉、鸡蛋、鸡肉、商品代肉雏鸡、牛羊产品价格环比下跌。

生鲜乳价格。内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格3.10元/公斤，比前一周下跌0.3%，同比下跌13.9%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.30元/公斤，比前一周上涨0.4%，同比下跌11.5%。主产区东北三省玉米价格为2.12元/公斤，比前一周上涨1.0%；主销区广东省玉米价格2.43元/公斤，比前一周下跌0.4%。全国豆粕平均价格3.66元/公斤，比前一周上涨2.5%，同比下跌5.9%。

(农业农村部)

2025年1月份呼和浩特市生鲜乳收购价格情况

呼和浩特市价格认证监测中心对生鲜乳收购价格监测数据显示，2025年1月份呼和浩特市生鲜乳平均收购价格为3.32元/公斤，比上月下降1.78%（2024年12月价格为3.38元/公斤），同比下降5.68%（2024年1月价格为3.52元/公斤）。

(呼和浩特市发展和改革委员会)

乌鲁木齐市达坂城区今年底驼奶产量将达1800吨

近年来，新疆乌鲁木齐市达坂城区积极发展驼奶产业，打造集“饲草种植、良种繁育、规模养殖、乳品加工”于一体的驼奶产业链，拉动畜牧业转型升级，培育出“沙漠白金”“达坂城”等一批“疆字号”品牌，带动千余户农牧民搭乘致富列车，实现就业增收。

在达坂城区中亚乳业（新疆）有限公司的驼奶收购车间内，工人们正从刚运来的驼奶中取样，送去实验室进行化验，以确保驼奶原料质量合格。“我们公司从去年9月20日正式投产以来，收购驼奶600余吨，生产驼奶粉80余吨，已销售驼奶粉30吨，签订驼奶粉订单75吨。今年计划生产200余吨驼奶粉，产值预计达5000万元。”该公司总经理王艳平说。

如今，达坂城区建设了农产品加工园区，引进了驼奶加工企业，形成了基地培育、园区引领、企业带动、牧民参与的发展模式。驼奶企业的引进，为当地带来了先进的管理理念、工艺技术，并增加了就业岗位，让本地农牧民实现家门口就业。

“预计到2025年底，全区骆驼存栏达9000峰，驼奶产量1800吨，加工驼奶粉200吨；到2027年，骆驼存栏量超过1万峰，驼奶产量3000吨，加工驼奶粉500吨。”达坂城区农业农村局畜牧兽医站站长宋震宇介绍，未来，达坂城区将完善圈舍、奶站等基础设施建设，提升骆驼养殖规模化、标准化、智能化水平，带动更多农牧民加入骆驼养殖行列。

(李道忠)

陕西：成本上涨等将给羊奶行业带来阵痛

据陕西省市场监督管理局官网信息，该局日前召开全省羊乳制品新国标实施及检验方法研讨会。会议就新国标现行生产工艺规范及实施过程中存在的问题、羊乳制品中辅料的动物源性成分溯源、新国标检测标准技术参数论证及执行难点等问题进行了交流研讨，省质检院做了关于羊乳粉中动物源性成分的检测方法探讨的专题报告。

会议指出，标准化是现代化经济体系的重要基石，是提升产业竞争力、保障消费者权益的关键抓手，新国标的实施带来了新的考验，陕西羊奶行业需充分做好相关准备。从当下的情况看，成本的上涨、工艺的严格、原料的研判等将带来一定的阵痛；从长远的情况看，陕西羊乳产业一定要走高品质和高标准的发展之路；从发展的情况看，真正做到保护行业市场环境和高质量发展任重道远。

会议强调，羊乳制品生产企业要加强对新国标的研究、调研，妥善应对可能出现的问题，加强与检测机构联络沟通，充分分析和排查自身存在的质量管理问题，强化市场研究和市场跟踪。

(据《新京报》)

(本报所采用部分文图无法联系到作者，请相关著作权人持权属证明与本报联系，本报将支付稿酬。)