

乳业时报

DAIRY TIMES



乳业时报微信号: rysbwx

欢迎扫一扫

阅读指引

《中国常温酸奶市场白皮书》发布

近日, IFF 联合市场调研公司欧睿国际发布《中国常温酸奶市场白皮书》(以下简称《白皮书》)。《白皮书》指出,过去3年,受市场大环境及乳品消费行为影响,酸奶市场份额略有下跌,而4家头部乳企伊利、蒙牛、君乐宝、光明近两年通过加强战略合作与业务优化、提高营销效率、创新产品等策略始终保持领先地位,市占率总和稳定在70%左右。

▷▷▷ 03 版

精准营养新纪元:
以“老”视角重构乳业健康赛道

日前,由中国营养学会编制、利乐公司支持的《中国老年人群营养健康问题现状及改善策略研究报告》(以下简称《报告》),在中国乳制品工业协会第三十一次年会暨2025年中国乳业技术博览会上正式发布。

《报告》不仅揭示了我国老年营养健康的现状,更创新性提出“45—64岁备老期”概念,将健康关口前移二十年,为银发浪潮下的全民健康提供了破题之策。

▷▷▷ 04 版

“干噎酸奶”走红
是营养佳品还是营销噱头?

近日,“干噎酸奶”热度持续攀升,不少人戏称吃一口“噎得脖子伸出老远”“吃完脖子长出八块腹肌”。那么,这种“干噎酸奶”究竟是什么奶?营养价值几何?是否存在食用风险?记者就此展开调查采访。

▷▷▷ 05 版



■本报记者 杨丽霞·摄

2025年

中国乳业或将触底反弹

□侯军伟

多因素交织,行业陷增长困境

产业链建设不完善,上下游间缺乏有效管控机制 中国乳业产业链的发展尚处于不够成熟的阶段,上下游之间缺乏行之有效的管控机制,这使得行业极易陷入恶性循环:奶源紧缺时,乳企为了获取足够的奶源,展开激烈的抢奶大战,导致奶价快速上涨,奶价上涨又刺激养殖端扩大养殖规模、增加产量,进而引发奶源过剩。一旦奶源过剩,乳企便会拒收或限收原奶,奶价随即下跌,养殖户无奈之下只能倒奶杀牛,这又导致了下一轮的奶源紧缺。在过去20年的乳业发展历程中,这一循环周而复始,成为了制约行业发展的关键问题。

这也导致在市场行情较好时,上下游企业各自追求自身利

益最大化;而当市场出现波动时,双方无法形成有效的协同应对机制,使得整个产业链的稳定性受到严重影响。这种利益失衡不仅影响了产业链的稳定性,也制约了行业的健康发展。

乳品消费单一,创新不足限制规模提升 目前,中国的乳品消费结构较为单一,常温液体奶占据了主导地位,而在干乳制品等领域,产品创新明显不足。众多乳企扎堆于液体奶市场,导致市场同质化竞争异常激烈,消费者的选择空间十分有限。尽管从整体上看,中国乳制品消费量的增长空间巨大,但由于缺乏创新的产品和多样化的解决方案,无法有效激发消费者的购买欲望,难以拉动整体乳制品市场规模的提升。

以干乳制品为例,在国外市场,干乳制品的种类丰富多样,

包括各种功能性奶粉、奶酪、黄油等,满足了不同消费者的需求。而在中国市场,产品创新滞后,消费者可选择的产品少。而单一的消费结构又使得乳企在面对市场变化时,缺乏足够的应对能力。一旦液体奶市场出现波动,企业的业绩就会受到严重影响。

经济不景气,消费意愿下降 当前,全球经济增长放缓,经济大环境的不确定性增加,消费者的消费意愿明显不足。在这种低欲望消费时代的背景下,消费者在购买乳制品时,会更加倾向于选择价格实惠、性价比高的产品,而对于一些高端、高价的乳制品,购买意愿明显下降。

此外,消费者在购买乳制品时,也会更加关注产品的品质 and 安全性,对品牌的信任度要求更高。这就要求乳企在产品研发、

生产和销售过程中,不仅要注重产品的性价比,还要加强品牌建设,提高产品的品质和安全性,以满足消费者的需求。

渠道增速下滑,企业增长乏力 随着消费者购物习惯的改变,乳品企业的传统业务面临着巨大的挑战。到户业务、传统商超业务等增长逐渐疲软,而线上购物、社区团购等新兴渠道虽然发展迅速,但多数乳企在新兴业务的拓展上表现迟缓,无法及时适应市场变化。直播销售、社区团购等新兴渠道具有巨大的发展潜力,但乳企在运营管理、供应链整合等方面存在诸多不足,无法充分发挥这些渠道的优势。

此外,近年来的折扣店受到消费者的广泛关注,但折扣店对供应链管理要求极高,很多企业无法满足需求,导致难以找到新的增长点,整体业务增长乏力。

▼下转 03 版

新闻热线:0471-6564013

广告热线:0471-6564082

发行热线:0471-6564046

邮政服务热线:11185

地址:内蒙古自治区呼和浩特市金桥开发区

世纪七路传媒大厦10楼

邮编:010020

邮箱:rys2007@163.com

新浪微博:rysweibo@163.com

责任编辑:赵敏

责任主任:张耀

版面编辑:冯晓敏

版式设计:封斌

版面一读:范俊 贺冉

乳业时报战略合作单位

