

中国酸奶行业现状深度研究与发展前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国酸奶行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698571.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、行业相关概述

酸奶是一种酸甜口味的牛奶饮品，是以牛奶为原料，经过巴氏杀菌后再向牛奶中添加有益菌（发酵剂），经发酵后，再冷却灌装的一种牛奶制品。按照储存条件划分，酸奶可分为常温酸奶和低温酸奶；根据国家标准，可分为酸乳、发酵乳、风味酸乳、风味发酵乳4类。

酸奶具有爽口的酸味和独特的风味，富含、和。目前市场上酸奶制品多以凝固型、搅拌型和添加各种果汁果酱等辅料的果味型为多。

二、行业市场发展情况

1、乳制品市场发展情况

酸奶是乳制品的一种。乳制品是牛奶行业的主要产品，根据生产工艺和产成品维度的不同，可以分为液态奶和干乳制品两大类。液态奶包括饮用奶和酸奶，是人们日常生活中消费量最大的乳制品之一。干乳制品则包括奶粉、炼乳、奶酪等，具有较长的保质期和便于储存的特点。

资料来源：观研天下整理

进入2018年以来，为调整奶业产品供需结构平衡、增强产业竞争力，推进奶业振兴，保障乳品质量安全，提振消费者对国产乳制品信心，国务院办公厅提出了《国务院办公厅关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》；农业农村部等九部委联合印发《关于进一步促进奶业振兴的若干意见》，要求以实现奶业全面振兴为目标，优化奶业生产布局，创新奶业发展方式，建立完善以奶农规模化养殖为基础的生产经营体系，密切产业链各环节利益联结，提振乳制品消费信心，力争到2025年全国奶类产量达到4,500万吨，切实提升我国奶业发展质量、效益和竞争力。

2020年以来受益于城镇化不断推进、冷链技术水平的不断提升、城乡居民可支配收入及消费者对乳制品营养认可度的不断增加，我国乳制品制造业进入高速发展时期，产量增长明显。数据显示，1990年我国乳制品年产量30万吨，仅为2010年代年产量的1%左右。2022年我国乳制品产量为3,117.7万吨，同比增长3%，达历史新高。同时乳制品质量保持稳定，乳制品抽检合格率多年保持在99%以上。

数据来源：观研天下整理

销售量整体呈现增长趋势。尤其是2020-2021年受疫情影响，人们对于健康饮食的重视程度不断提升，从而使得我国乳制品销售量明显增加。数据显示，2021年我国乳制品销量3035万吨,同比增长9.1%。

数据来源：观研天下整理

2、酸奶市场发展情况

酸奶在乳制品产品线中的存在感一直不弱。近年作为一种能够维持胃肠道健康、促进消化功能同时又具有酸甜口味的乳制品，酸奶受到消费者的青睐。尤其在在乳制品市场较为混乱的时期，三聚氰胺等食品安全事件频发，导致消费者对于乳制品食品安全有更为审慎的考量。而后酸奶被纳入健康食品的范畴之内，人们对酸奶的需求提升，酸奶市场迎来了一次轰轰烈烈的爆发。到2021年酸奶占乳制品市场的25%左右，市场规模超千亿。数据显示，2016-2022年我国酸奶市场规模由1046亿元增长至1713.30亿元。

数据来源：观研天下整理

但近几年来，受益于居民健康意识提升，乳制品需求逐渐向白奶集中，而刚需属性偏弱、饮料属性更强的酸奶和乳饮品需求持续下滑。使得我国酸奶在2014年达到销量巅峰后逐步出现下滑。数据显示，2023年我国酸奶销量为1787万吨，同比下降0.40%；销售额为1191亿元，同比增长5.30%。

与此同时，随着消费市场的变化，酸奶行业正在经历一场前所未有的降价潮。此前随着经济的发展和水平的提高，酸奶市场的规模也在不断扩大。尤其在年轻人中，酸奶的消费量逐年攀升。而且相对于鲜奶市场，酸奶的用户群更为广泛，无论是老人还是小孩，都能找到适合自己的酸奶产品。正因此，近年来很多酸奶品牌都卖出了不错的品牌溢价。一些高端酸奶品牌凭借其独特的口感、配方和原料，赢得了消费者的青睐。

但近年来，随着消费者对价格的敏感度不断提高，酸奶行业的降价潮已经悄然来临。蒙牛、伊利、光明、安慕希、简爱等知名品牌纷纷调整价格策略等，通过降低价格来吸引更多的消费者。例如伊利的畅轻、君乐宝的酸奶都降到了五元以下。这一变革不仅揭示了市场竞争的激烈，更反映了消费者对于酸奶品质和功能的更高追求。而降价作为市场调节的一种方式，正在推动酸奶市场的消费升级。估计随着折扣化、低价为王的消费趋势越来越明显，酸奶市场的竞争格局也在发生变化。

回顾2023年低温酸奶的整体价格情况可以发现，市场份额排名前十的品牌旗下top3的sku中，均出现了不同程度的降价。例如天友酸奶的160g的天友大红枣酸奶实际零售均价（在考虑了促销、折扣、满减等之后的实际真实成交价格）较标签价的降价幅度达到了14%到22%之间。

简爱酸奶1.08kg的简爱Hi原味裸酸奶家庭装的降价幅度最高，在2023年期间，其实际零售均价较标签价的降幅维持在7%到18%之间。此外，450g的简爱超级桶风味酸乳原味的降价幅度也一度从3%降至12%。

卡士3.3原味鲜酪乳三联杯100g*3从2023年年初开始，其平均零售价格较标签价的降幅便从9%，一路降至了12月份的13%。而卡士酸奶鲜酪乳发酵乳原味120g*3的价格降幅则从8%一路跌至11%。

根据相关分析，酸奶市场降价的背后，一是随着原材料价格的下跌，生产成本有所降低；二

是市场竞争加剧，为了争夺市场份额，一些企业不得不采取降价策略；三是为了应对消费者对价格更加敏感的需求变化，一些企业也在积极寻求降低成本和提高效率的方法。

总的来说，酸奶此次集体降价表明着高价酸奶的时代或许已经成为历史。消费趋势的变化、市场竞争的加剧，都在推动酸奶市场朝着更加多元、平民化的方向发展。未来随着消费者需求的不断变化，酸奶行业也将不断迭代，适应市场的发展变化，实现可持续发展。

三、行业细分市场情况

1、常温酸奶市场

常温酸奶又称巴氏杀菌热处理酸奶，是一种经过乳酸菌发酵后，再经过高温灭菌处理而制成的乳制品。与低温酸奶相比，常温酸奶不需要冷藏，常温下保质期在100天以上。

常温酸奶是目前我国酸奶市场中占据主要市场，其2021年零售规模占比约67%。2013-2019年是常温酸奶的黄金发展期，年复合增长率为45.7%。但疫情后常温酸奶出现下滑。到2023年，我国常温酸奶的行业规模为461亿，同比下降5.80%。

数据来源：观研天下整理

2、低温酸奶市场

低温酸奶是先将鲜奶进行灭菌后，再放入乳酸菌等进行发酵，乳酸菌及其他菌种尚未完全被消灭，故低温酸奶需保存在2-6℃的环境下，以保证乳酸菌得以存活，同时抑制其他菌种的生长。相比较常温酸奶，保质期比较短。目前我国规模较大的低温酸奶企业主要有蒙牛、伊利、光明、君乐宝、朴诚乳业、乐纯生物等。其中蒙牛和伊利在我国低温酸奶市场中的占比较大，已经成为行业内头部企业。

近几年我国经济社会快速发展，居民消费结构逐渐升级，对乳制品的营养成分、口感等方面关注度不断提升。低温酸奶作为一种口感优良、营养价值丰富的奶制品，市场需求逐渐提高。但具体来看，进入2020年，由于疫情导致线下商超人流下降、叠加居民存款和抗风险想法增强，使得消费需求意愿下降。数据显示，2022年我国低温酸奶产量和需求量分别为206.2万吨和207.3万吨，较2021年小幅度波动下降。2023年1-9月我国低温酸奶线下渠道销量下滑10.2%，销售额同比下滑8.7%。

数据来源：观研天下整理

与此同时随着2023年消费行业整体低迷，低温酸奶市场同质化严重、过度营销等问题逐渐暴露，越来越多的消费者开始注重性价比和多元化，步入“10元时代”的低温酸奶市场逐渐失速，越来越多的消费者转向性价比更高的产品，低温酸奶市场回归理性。近年我国低温酸奶整体市场规模持续波动。数据显示，2022年我国低温酸奶市场规模约388.84亿元，较2021年下降6.5%左右。

数据来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国酸奶行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国酸奶行业发展概述

第一节 酸奶行业发展情况概述

- 一、酸奶行业相关定义
- 二、酸奶特点分析
- 三、酸奶行业基本情况介绍
- 四、酸奶行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、酸奶行业需求主体分析

第二节 中国酸奶行业生命周期分析

- 一、酸奶行业生命周期理论概述
- 二、酸奶行业所属的生命周期分析

第三节 酸奶行业经济指标分析

- 一、酸奶行业的赢利性分析
- 二、酸奶行业的经济周期分析
- 三、酸奶行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球酸奶行业市场发展现状分析

第一节全球酸奶行业发展历程回顾

第二节全球酸奶行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲酸奶行业地区市场分析

一、亚洲酸奶行业市场现状分析

二、亚洲酸奶行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲酸奶行业市场前景分析

第四节北美酸奶行业地区市场分析

一、北美酸奶行业市场现状分析

二、北美酸奶行业市场规模与市场需求分析

三、北美酸奶行业市场前景分析

第五节欧洲酸奶行业地区市场分析

一、欧洲酸奶行业市场现状分析

二、欧洲酸奶行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲酸奶行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界酸奶行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球酸奶行业市场规模预测

第三章 中国酸奶行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对酸奶行业的影响分析

第三节中国酸奶行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对酸奶行业的影响分析

第五节中国酸奶行业产业社会环境分析

第四章 中国酸奶行业运行情况

第一节中国酸奶行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国酸奶行业市场规模分析

一、影响中国酸奶行业市场规模的因素

二、中国酸奶行业市场规模

三、中国酸奶行业市场规模解析

第三节中国酸奶行业供应情况分析

一、中国酸奶行业供应规模

二、中国酸奶行业供应特点

第四节中国酸奶行业需求情况分析

一、中国酸奶行业需求规模

二、中国酸奶行业需求特点

第五节中国酸奶行业供需平衡分析

第五章 中国酸奶行业产业链和细分市场分析

第一节中国酸奶行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、酸奶行业产业链图解

第二节中国酸奶行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对酸奶行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对酸奶行业的影响分析

第三节我国酸奶行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国酸奶行业市场竞争分析

第一节中国酸奶行业竞争现状分析

一、中国酸奶行业竞争格局分析

二、中国酸奶行业主要品牌分析

第二节中国酸奶行业集中度分析

一、中国酸奶行业市场集中度影响因素分析

二、中国酸奶行业市场集中度分析

第三节中国酸奶行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国酸奶行业模型分析

第一节中国酸奶行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国酸奶行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国酸奶行业SWOT分析结论

第三节中国酸奶行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国酸奶行业需求特点与动态分析

第一节中国酸奶行业市场动态情况

第二节中国酸奶行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节酸奶行业成本结构分析

第四节酸奶行业价格影响因素分析

- 一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国酸奶行业价格现状分析

第六节中国酸奶行业平均价格走势预测

一、中国酸奶行业平均价格趋势分析

二、中国酸奶行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国酸奶行业所属行业运行数据监测

第一节中国酸奶行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国酸奶行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国酸奶行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国酸奶行业区域市场现状分析

第一节中国酸奶行业区域市场规模分析

一、影响酸奶行业区域市场分布的因素

二、中国酸奶行业区域市场分布

第二节中国华东地区酸奶行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酸奶行业市场分析

(1) 华东地区酸奶行业市场规模

(2) 华南地区酸奶行业市场现状

(3) 华东地区酸奶行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区酸奶行业市场分析

(1) 华中地区酸奶行业市场规模

(2) 华中地区酸奶行业市场现状

(3) 华中地区酸奶行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区酸奶行业市场分析

(1) 华南地区酸奶行业市场规模

(2) 华南地区酸奶行业市场现状

(3) 华南地区酸奶行业市场规模预测

第五节华北地区酸奶行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区酸奶行业市场分析

(1) 华北地区酸奶行业市场规模

(2) 华北地区酸奶行业市场现状

(3) 华北地区酸奶行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区酸奶行业市场分析

(1) 东北地区酸奶行业市场规模

(2) 东北地区酸奶行业市场现状

(3) 东北地区酸奶行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区酸奶行业市场分析

(1) 西南地区酸奶行业市场规模

(2) 西南地区酸奶行业市场现状

(3) 西南地区酸奶行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区酸奶行业市场分析
 - (1) 西北地区酸奶行业市场规模
 - (2) 西北地区酸奶行业市场现状
 - (3) 西北地区酸奶行业市场规模预测

第十一章 酸奶行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国酸奶行业发展前景分析与预测

第一节中国酸奶行业未来发展前景分析

一、酸奶行业国内投资环境分析

二、中国酸奶行业市场机会分析

三、中国酸奶行业投资增速预测

第二节中国酸奶行业未来发展趋势预测

第三节中国酸奶行业规模发展预测

- 一、中国酸奶行业市场规模预测
 - 二、中国酸奶行业市场规模增速预测
 - 三、中国酸奶行业产值规模预测
 - 四、中国酸奶行业产值增速预测
 - 五、中国酸奶行业供需情况预测
- ### 第四节中国酸奶行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国酸奶行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国酸奶行业进入壁垒分析

- 一、酸奶行业资金壁垒分析
- 二、酸奶行业技术壁垒分析
- 三、酸奶行业人才壁垒分析
- 四、酸奶行业品牌壁垒分析
- 五、酸奶行业其他壁垒分析

第二节酸奶行业风险分析

- 一、酸奶行业宏观环境风险
- 二、酸奶行业技术风险
- 三、酸奶行业竞争风险
- 四、酸奶行业其他风险

第三节中国酸奶行业存在的问题

第四节中国酸奶行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国酸奶行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国酸奶行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国酸奶行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节酸奶行业营销策略分析

- 一、酸奶行业产品策略
- 二、酸奶行业定价策略
- 三、酸奶行业渠道策略

四、酸奶行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698571.html>