

经济日报携手京东发布数据——

## 乳品消费进入“鲜”时代

## 凭什么打动“中国胃”

李 瞳

“种草”国潮已成为一种时尚，在乳品市场更是如此。数据显示，2020年国产牛奶成交额同比增长90%，远高于进口牛奶成交额增速。关注度、增长点都有了，“凭什么打动‘中国胃’”成为摆在各大乳品企业面前的必答题。

打动“中国胃”，需要更安全的乳类产品。对于消费者而言，安全永远是选择一款产品最重要的因素；对于企业来说，没有质量，一切都是负数。只有确保“从牧场到餐桌”全链条安全高质，“中国胃”才能永葆健康。

打动“中国胃”，需要更好满足细分需求。低糖低脂、养生健康、新奇口味……不同以往，这一届消费者的需求可谓五花八门。而只有满足这些新需求，企业才能抢占先机，拿下细分赛道

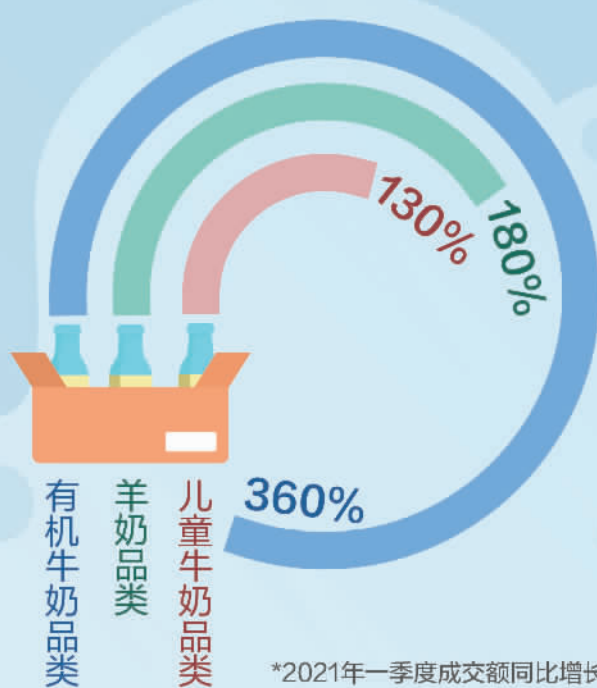
的胜利。

打动“中国胃”，需要更丰富的技术支持。当前，乳品行业呈现出新的发展趋势。一方面为满足日益增长的新需求，乳类产品种类井喷式增长，产业链不断延长；另一方面消费者对“新鲜”的要求变得近乎苛刻。因此，要想在丰富产品与提供“新鲜”之间找到平衡，更丰富的技术支持必不可少。在线上，要用好互联网平台拓展消费场景，满足消费者“定制购”需求；在线下，要利用越来越完善的物流渠道，提高配送速度与效率，实现新鲜乳品“小时达”。

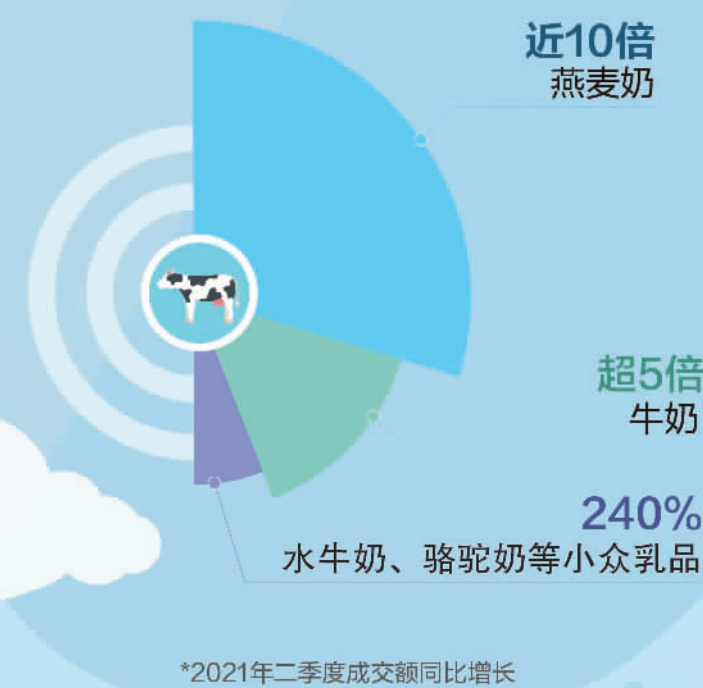
未来，随着我国乳品市场发展不断提速，相信乳类企业能够推出更多好产品，打动更多“中国胃”。

说数

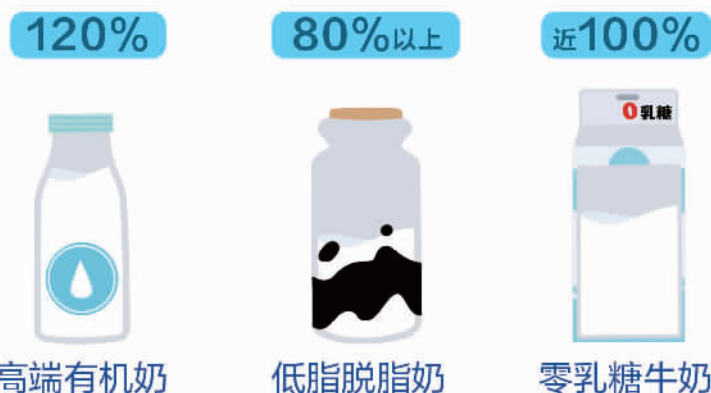
## “小众”不小



## 新疆产业带牛奶迎来爆发

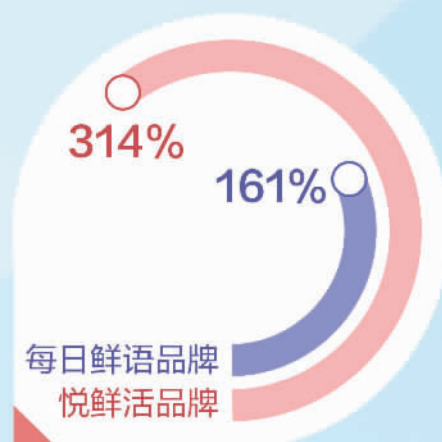


## 新品后来居上

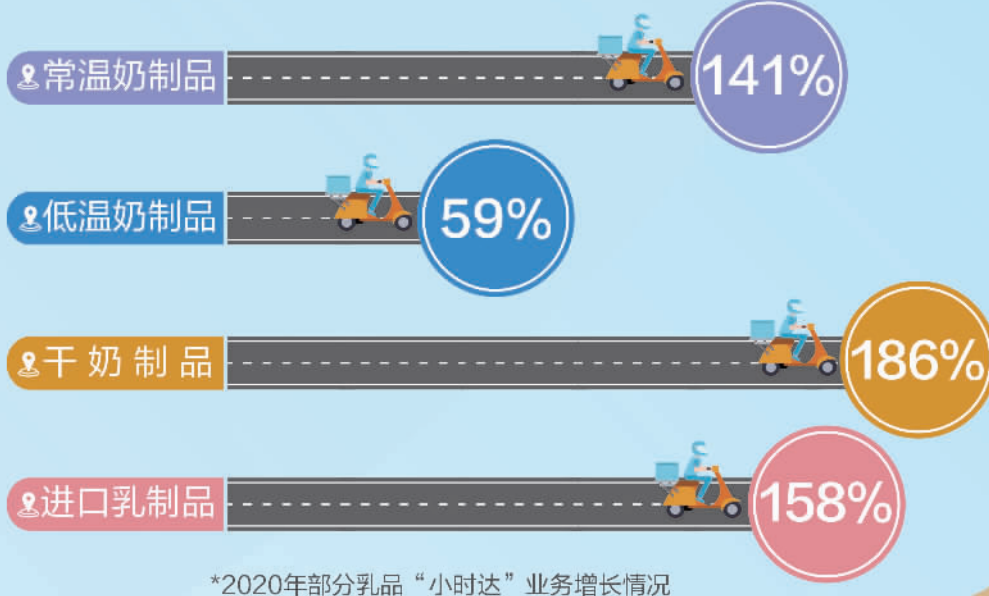


## 新模式带来新增长

## 低温乳品“定期购”得到认可



## 乳品也能“小时达”



## 2020年

## 牛奶成交额同比增长

80%

## 国产牛奶成交额同比增长

90%

## 进口牛奶成交额同比增长

60%

## 国货更受青睐

