

2020年进口乳制品展液态奶品展暨24届FHC环球食品展

产品名称	2020年进口乳制品展液态奶品展暨24届FHC环球食品展
公司名称	中汇（广州）国际会展有限公司
价格	.00/个
规格参数	FHC食品展:每年一届 进口乳制品展:液态奶展 奶酪展:上海进口食品展
公司地址	广州市越秀区水荫路117号
联系电话	13026876846

产品详情

2020年乳制品展、2020年奶粉展、2020年进口羊奶粉展、2020年进口奶制品产品展、2020年液态奶展、2020年乳业展、2020年奶制品展览会，2020年奶酪展、2020年进口奶粉展、2020年上海环球食品展、2020年奶制品展览会有哪些、2020年大型专业奶制品展览会、2020年下半年大型食品展、2020年FHC食品展举办时间地点、2020年环球食品展时间地点、2020年博华食品展展位价格表、2020年FHC环球食品展展位图

FHC第二十四届上海环球食品展

2020年11月10-12日

上海新国际博览中心

展位咨询：黄丹女士 13726786560（同微信）

2019FHC全球乳制品论坛顺利结束，非常感谢15位业内顶尖专家的分享及指导，为仍处于蓬勃发展中的乳业又提出新的方向，促进了乳品行业在全球的良性发展，吸引了400多位观众莅临现场。

其中ECdataway数据威——任拓数据科技（上海）有限公司（Nint）作为专业的电商大数据服务商，也是本次论坛的协办单位之一，对乳制品市场进行了详细的分析。

任拓数据科技（上海）有限公司（Nint）拥有超过10年的发展史，基于海量电商大数据，进行多维度交叉分析，获得更严谨的数据洞察，累计为1000多家品牌电商与30000多家店铺提供数据服务。

电商全局研究

在2018年，中国网络零售交易市场总额达9.0万亿元，销售额同比增速为24.0%，并保持稳定双位数增长；电商供应模式逐渐从C2C转为B2C，其中B2C市场份额持续上涨，占比更是达到60%，而网络零售市场规模将持续扩大。

中国网络零售规模达9.0万亿元，

保持稳定双位数增长

乳制品行业分析

2018年7月-2019年6月主要B2C平台食品饮料行业今年规模达2,238亿元，销售额同比增速为32.3%，维持双位数增长；其中乳制品规模达296.5亿元，销售额同比增速为24.5%，稳居第三。

乳制品规模稳定增长至296.5亿元

乳制品下奶粉与液态奶两大品类渠道分布较为均匀，市场份额与销售额同比增速天猫略高于京东；奶粉以婴幼儿为大宗，销售额占比53.6%，成人奶粉有着较大的增长空间；液态奶则以纯牛奶为主，占领20.9%的销售额，同比增速也高于酸奶含乳饮料等。

奶粉与液态奶均以天猫平台销售为主，婴幼儿牛奶粉在天猫、京东占比接近，纯牛奶与含乳饮料在天猫增速快。

天猫是婴幼儿奶粉与纯牛奶的主要销售平台

乳制品行业分析——奶粉

2018年7月至2019年6月奶粉规模达189.4亿元，同比增速更是达24.9%；且奶粉需求基本没有季节性差异，仅在电商大促期间，如双十一，618，销售会有明显峰值。婴幼儿奶粉市场份额高，竞争十分激烈，主要品牌份额接近。

婴幼儿奶粉市场份额高，

成人奶粉增速加快显示需求提高

婴幼儿奶粉国产品牌持续发力，体现其极高的市场潜力，而来自爱尔兰、新西兰奶源的牛奶也颇受青睐。

除了婴幼儿奶粉及纯牛奶受到消费者的喜爱之外，成人奶粉也逐渐出现在人们眼前，其营养价值颇受关注，进口品牌的市场潜力也大于国产品牌。

成人奶粉进口品牌美可卓份额及增速突出竞品

乳制品行业分析——液态奶

2018年7月至2019年6月液态奶规模达104.4亿元，同比增速达22.2%；且液态奶需求基本没有季节性差异，仅在电商大促期间，如双十一，618，销售会有明显峰值。纯牛奶的市场份额最大，进口奶源牛奶存在发力点，国内奶源逐渐被消费者重拾信心。

纯牛奶份额最大，驱动整体类目增长

随着消费者对健康、轻体的需求越来越明显，纯牛奶低脂/谷物产品也随之增长。

纯牛奶低脂/谷物产品增长凸显出

消费者对于健康/轻体的需求

酸奶的口味更加多元化，选择性也更多，所以位居第二；其中含乳饮料由乳酸性饮品驱动品类增长。

含乳饮料多为国产品牌，TOP3品牌占据市场的5成。

含乳饮料多为国产品牌，Top 3品牌占市场5成

*本篇内容来自ECdataway数据威，仅限本公众号使用，未经允许不得转载，复制，和使用文章里的数据及内容，谢谢配合。

2020年11月10-12日，我们不见不散！