



2026年中国功能性乳品行业研究报告——从营养补充到功能精准化，乳业结构性增长的新引擎

报告解读

2026 年中国功能性乳品行业研究报告—— 从营养补充到功能精准化，乳业结构性增长 的新引擎

- 一、研究背景评估
- 二、范围与边界确认
- 三、核心摘要提炼
- 四、关键数据抓取与呈现
- 五、风险与机遇诊断

一、研究背景评估

项目	说明
研究机构	勤策消费研究
机构权威性说明	勤策消费研究是专注于全球消费洞察与市场研究的专业机构，长期追踪食品饮料、乳品等消费品行业。报告数据来源包括魔镜分析+、欧睿国际、艾瑞咨询、尼尔森 IQ、企业财报（伊利、蒙牛、光明、新乳业等）及行业专家访谈，数据多元且可交叉验证，在消费品细分领域具有较高的研究可信度。
样本数量	报告未明确给出具体样本量，其数据主要基于宏观统计数据、第三方机构数据及企业财报，属于行业总量与趋势分析。
研究时间范围	核心数据覆盖 2023-2025 年，并对 2026-2029 年及 2034 年进行预测。
权威性评估	中高（数据来源多元，引用多个权威第三方机构）
时效性评估	高（2026 年发布，覆盖 2025 年最新数据及未来多年预测）

二、范围与边界确认

维度	说明
细分行业	主要研究 功能性乳品行业 ，涵盖常温功能奶、低温酸奶、有机认证乳品、A2 奶、益生菌乳品、乳铁蛋白乳品等。细分赛道包括低温鲜奶、低温酸奶、常温功能奶等。
地域市场	以 中国大陆市场 为核心，分区域分析华东、华南、华北、西南、中西部等市场特征，并对比美国、欧洲、日本等国际市场。
用户群体	功能性乳品消费者（特别关注消化敏感人群、婴幼儿/孕妇、银发族、健身人群、办公族等），乳制品生产企业（伊利、蒙牛、光明、新乳业、认养一头牛等），投资机构。

三、核心摘要提炼

功能性乳品逆势突围，成为乳业结构性增长新引擎。2025 年中国乳制品整体承压（牛奶销售额-6.4%，酸奶-5.8%），但功能性乳品赛道高速增长：低温奶线上销售额 39.6 亿元(+15.8%)，低温酸奶 9.93 亿元 (+27.1%)。预计 2026-2029 年功能性乳品将保持 15%-20%的复合增长率。

四大功能成分驱动市场：A2 β -酪蛋白、益生菌、乳铁蛋白、有机认证。A2 奶全球市场规模预计 2034 年达 28.1 亿美元（CAGR8.3%），亚太占比 44%；益生菌乳制品占益生菌市场约 80%；乳铁蛋白添加已成婴幼儿奶粉标配；有机乳品满足高端安全需求。

竞争格局“双雄领跑，新锐突围”。伊利、蒙牛合计市占率约 50%，认养一头牛低温乳制品线上销售额同比高增 123%达 3.2 亿元。渠道上，冷链基础设施完善推动低温奶线上化、即时零售化；下沉市场增速超 40%，县域市场超 60%爆发。

核心观点总结表：

层面	核心结论
市场表现	功能性乳品逆势增长，低温酸奶增速 27.1%领跑，低温奶+15.8%。
功能赛道	A2 奶（易吸收）、益生菌（肠道健康）、乳铁蛋白（免疫）、有机（安全）四大赛道。
竞争格局	伊利、蒙牛“两超”主导，认养一头牛等新锐品牌差异化突围。
渠道趋势	冷链完善推动低温奶线上化、即时零售化（预计 2026 年占比超 30%）。
区域增量	中西部及县域市场增速 40%-60%+，是最大增量蓝海。
未来预测	2026-2029 年 CAGR15%-20%，2029 年功能性乳品规模约 1400 亿元。

四、关键数据抓取与呈现

数据内容	数值	数据来源
2025 年低温奶线上销售额及同比增速	39.6 亿元, +15.8%	本报告第 4 页
2025 年低温酸奶线上销售额及同比增速	9.93 亿元, +27.1%	本报告第 4 页
认养一头牛 2025 年低温乳制品线上销售额增速	+123%	本报告第 9 页
全球 A2 奶市场规模预测 (2034 年)	28.1 亿美元 (CAGR8.3%)	本报告第 9 页
中国益生菌行业市场规模 (2025 年, 乳制品类目)	848 亿元 (占比约 80%)	本报告第 10 页
2025 年牛奶/酸奶整体销售额同比	牛奶-6.4%, 酸奶-5.8%	本报告第 3 页
中西部三四线城市功能性乳品增速	超 40%	本报告第 15 页

五、风险与机遇诊断

类型	说明
主要挑战与风险	<ol style="list-style-type: none"> 消费需求疲软: 2025 年牛奶整体销售额下降 6.4%, 若宏观经济恢复不及预期, 功能性乳品作为可选消费可能承压 (P4, P19)。 原奶价格反弹风险: 当前原奶价格较 2021 年高点回落 30.6%提供成本红利, 但若产能出清完成、价格反弹将压缩利润 (P11, P19)。 同质化竞争与价格战: A2、有机、益生菌概念快速复制, 产品差异化缩小, 头部品牌可能发起价格战 (P17)。 A2 奶源稀缺性: 仅 35-40%奶牛天然生产 A2 牛奶, 牛群转换需 2-4 年, 供应瓶颈制约扩张 (P17)。 冷链成本高企: 低温奶冷链物流成本占比 15-20%, 远高于常温奶的 5-8%, 侵蚀利润 (P17)。 消费者教育不足: 29%消费者对 A1/A2 蛋白差异认知不足, 夸大宣传面临监管合规风险 (P17)。
被低估的潜在增长机会	<ol style="list-style-type: none"> 低温酸奶高速增长: 增速 27.1%领跑行业, 功能细分 (控体/美容/助眠) +形态创新 (便携/零食化) 双轮驱动 (P4, P10)。 A2 奶增量空间: 全球 CAGR8.3%, 亚太占比 44%最大市场, 有机 A2+奶粉形态是增量方向 (P9, P18)。

类型	说明
	<p>3. 下沉市场蓝海: 三四线城市增速超 40%, 县域市场超 60%爆发, 伊利、蒙牛加速下沉, 本地夫妻店接入即时零售 (P15, P18) 。</p> <p>4. 即时零售渠道: 预计 2026 年低温奶即时零售占比将突破 30%, 直播带货+小时达组合提升转化 (P14) 。</p> <p>5. DTC 订阅模式: 订购入户模式复购率高, 私域运营构建护城河, 区域龙头有先发优势 (P14, P18) 。</p> <p>6. 复合功能产品: 从单一功能走向复合功能 (有机 A2+益生菌、高蛋白+低脂), 满足精细化需求 (P17, P20) 。</p> <p>7. 新锐品牌差异化突围: 认养一头牛 (+123%)、简爱、卡士等以细分定位切入, 增速领先, 潜在并购或上市标的 (P6, P18) 。</p>