

## 行業概覽

本節載有取自政府官方刊物及行業資料來源的若干資料及統計數字，以及一份弗若斯特沙利文獲委託編寫的報告。我們相信，該等資料來自適當的來源，並且在摘錄及轉載資料時已採取合理審慎態度。我們並無理由相信，該等資料在任何重大方面屬虛假或誤導，或遺漏任何事實致使資料虛假或誤導。獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或其各自的任何聯屬人或顧問或參與[編纂]的任何其他人士（弗若斯特沙利文除外）並無獨立核實該等資料，亦不就其準確性發表聲明。董事相信，在合理審慎的情況下，自發表弗若斯特沙利文報告當日起，市場資料並無重大不利變動而可能令本節所載資料存在保留意見、互相抵觸或受到影響。

### 資料來源

我們委託獨立市場研究顧問公司弗若斯特沙利文就中國母嬰營養品行業由二零一七年至二零二七年進行分析及編製報告。我們同意向弗若斯特沙利文支付700,000港元的費用，而我們認為該費用反映此類報告的市場水平。

我們於本文件包含了若干源自弗若斯特沙利文報告的資料，皆因我們相信有關資料有助有意投資者加深對中國母嬰營養品行業的理解。弗若斯特沙利文的獨立研究包括從各種中國母嬰營養品行業來源所得的初級及次級研究。初級研究涉及與領先的行業參與者及行業專家進行深入訪談。次級研究涉及根據弗若斯特沙利文自身的研究數據庫檢視公司報告、獨立研究報告及數據。

編製及撰寫研究時，弗若斯特沙利文已根據以下基礎及假設闡明預測：(i)中國經濟很可能於未來十年維持穩定增長；(ii)國家及地區的社會、經濟及政治環境很可能於預測期間維持穩定；及(iii)預期中國母嬰營養品行業將藉包括國民健康及營養意識提高、消費者的購買力增強及中國文化中渴望孩子茁壯成長等主要行業推動因素帶動增長。

### 關於弗若斯特沙利文

弗若斯特沙利文成立於一九六一年，在全球擁有逾45間辦事處及逾3,000名行業顧問、市場研分析師、技術分析師及經濟師。弗若斯特沙利文的服務包括技術研究、獨立市場研究、經濟研究、企業最佳常規諮詢、培訓、顧客研究、競爭情報及企業策略。弗若斯特沙利文自九十年代起已覆蓋中國市場。弗若斯特沙利文於中國擁有七間辦事處，並擁有母嬰營養品行業的專家及市場業者的直接聯繫，而其行業顧問平均擁有超過三年經驗。

### 董事確認

董事經合理查詢後已確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料並無不利變動而可能使本節所載資料有所保留、互相抵觸或受到影響。

### 中國營養品行業概覽

#### 市場規模分析

就零售銷售價值而言，中國營養品市場規模由二零一七年的約人民幣1,489億元增加至二零二二年的約人民幣2,358億元，複合年增長率為9.6%。

---

## 行業概覽

---

受惠於近年物流系統及電商平台發展迅速，中國營養品的網上滲透率由二零一七年的約18.8%增加至二零二二年的約36.9%，預計將於二零二七年增加至約48.4%。由於客戶在營養品及食品安全方面的謹慎購物習慣審慎選購，預計中國營養品的線下市場規模將保持穩定增長。線下實體店的實際產品更容易給客戶帶來真實感，客戶可以與銷售人員面對面溝通，得到即時反饋。

### 選定三、四線城市營養品市場規模分析

廣東省、江蘇省、山東省、浙江省及安徽省三、四線城市的營養品市場具增長潛力。受惠於較低端城市的較低生活成本(尤其是住宿)，廣東省、江蘇省、山東省、浙江省及安徽省的三、四線城市的消費者足以應負舒適生活，並擁有中上階層的生活格調。這五個省份被認為是中國的經濟發達省份。廣東省、江蘇省、山東省、浙江省及安徽省的一線及二線城市人均年度可支配收入水平介乎約人民幣33,000元至人民幣73,000元，而上述五個省份的三線及四線城市人均年度可支配收入介乎約人民幣25,000元至人民幣64,000元。

廣東省、江蘇省、山東省、浙江省及安徽省的三、四線城市營養品的總市場規模由二零一七年的約人民幣120億元增加至二零二二年的人民幣383億元，複合年增長率為約26.2%，表現令人讚歎。受收入水平不斷上升及健康意識提高的刺激，預計廣東省、江蘇省、山東省、浙江省及安徽省三、四線城市的營養品的市場規模將繼續增長，並於二零二七年達到約人民幣1,233億元。

### 進口營養品的市場規模

就進口價值而言，中國進口營養品市場規模由二零一七年的約人民幣148億元穩步增加至二零二二年的約人民幣400億元，複合年增長率為約22.0%。由於進口營養品往往被視為高品質產品，因此改變生活方式及追求更健康、更美好的優質生活，在推動中國消費者購買進口營養品方面發揮關鍵作用。中國營養品的進口價值增長趨勢將會持續，預期於二零二七年達到人民幣683億元。

## 中國母嬰營養品行業概覽

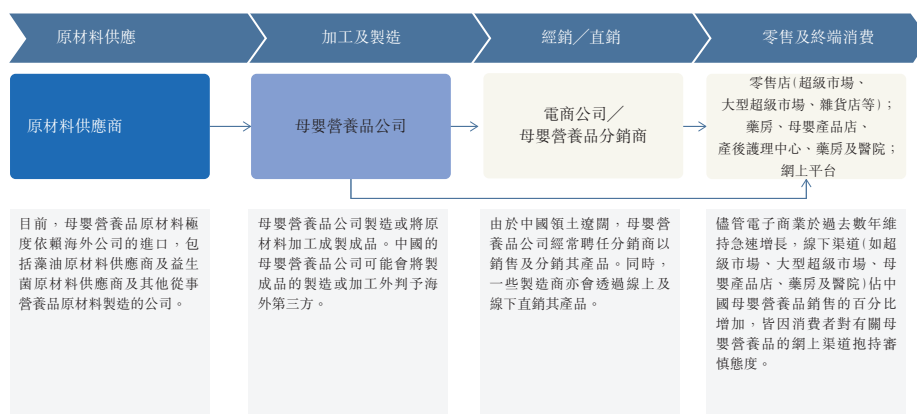
### 定義

營養品為口服產品，含有一種或多於一種成分，如DHA、維生素、益生菌或其他含有鈣質、鐵質等的補充品，或結合以上補充品，目的為替客戶補充營養。母嬰營養品是為準備懷孕、生育的母親及早期育兒階段的母親和兒童(0-6歲兒童)補充日常飲食以外的營養。

## 行業概覽

### 行業的價值鏈分析

#### 母嬰營養品行業的價值鏈

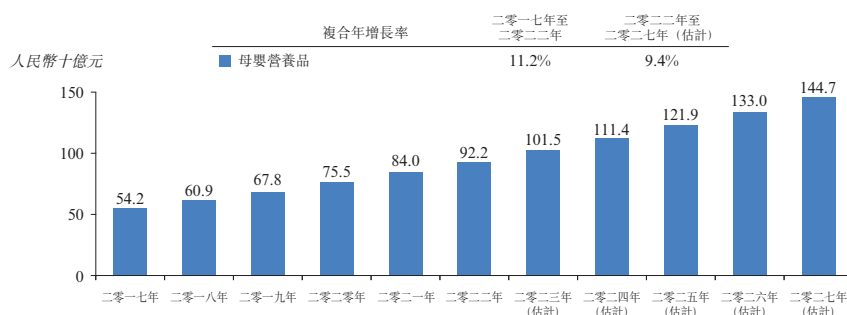


資料來源：弗若斯特沙利文

### 市場規模分析

#### 母嬰營養品行業的市場規模

##### 中國母嬰營養品行業的市場規模，按零售銷售價值計算，二零一七年至二零二七年(估計)



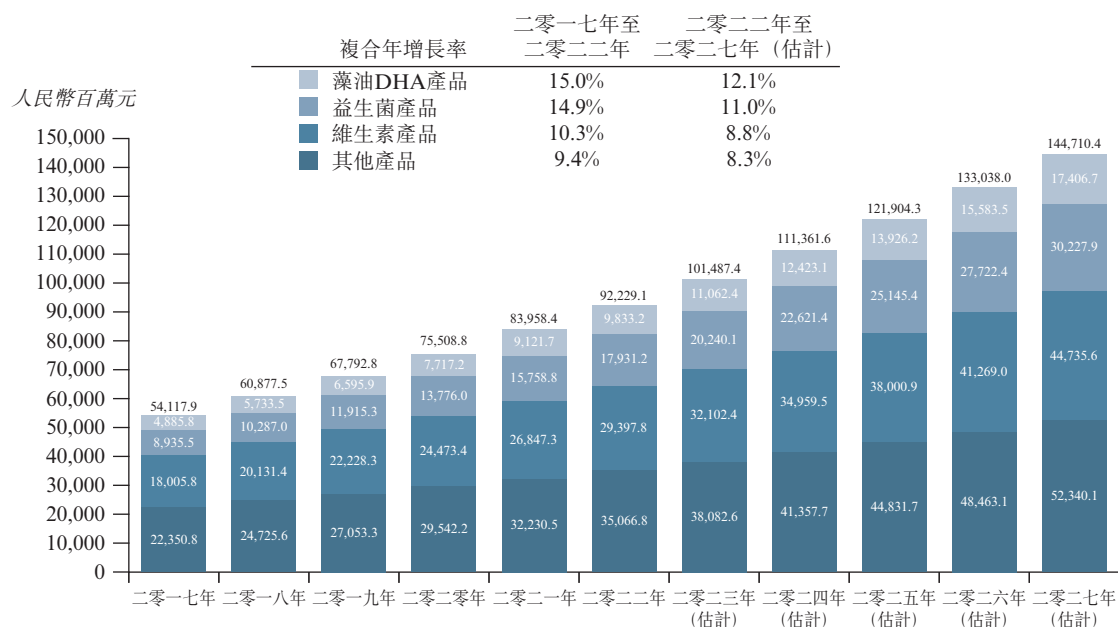
資料來源：弗若斯特沙利文

於二零一七年至二零二二年期間，母嬰營養品行業的市場規模由二零一七年的約人民幣542億元穩步增加至二零二二年的約人民幣922億元，複合年增長率約為11.2%，主要由於健康及營養意識提高、消費者的購買力增強，以及「望子成龍」的中國文化。隨着市場變得成熟，預測母嬰營養品行業的市場規模將繼續增長，並按零售銷售價值計，於二零二七年底前達到約人民幣1,447億元，複合年增長率約為9.4%。雖然出生率下降可能會對母嬰營養品行業產生負面影響，惟大眾越來越重視到母體營養對嬰幼兒健康及發展的多方面重要性，刺激了母嬰營養品的需求。同時，一九九零年代及一九九五年代出生的父母已成為核心消費群體，他們普遍強調科學、體貼的育兒方式。因此，母嬰營養品的消費已有所上升，並預期將繼續大幅上升。

## 行業概覽

### 母嬰營養品行業的市場規模明細

#### 中國母嬰營養品行業的市場規模明細，按零售銷售價值計算，二零一七年至二零二七年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

在二零一七年至二零二二年期間，按零售額計算，母嬰藻油DHA分部在中國所有母嬰營養品中增長速度最快，從二零一七年的約人民幣4,885.8百萬元增加至二零二二年的約人民幣9,833.2百萬元，複合年增長率為約15.0%。與此同時，益生菌分部的市場規模由二零一七年的約人民幣8,935.5百萬元增加至二零二二年的人民幣17,931.2百萬元，複合年增長率為約14.9%。相比於其他母嬰營養品，藻油DHA及益生菌產品的增長迅速，乃主要由於消費者的健康意識提高、消費能力上升、生物科技的新發展，以及多年來的消費者教育。預測藻油DHA及益生菌產品將保持高增長率，二零二七年的零售額將分別達到約人民幣174億元及人民幣302億元。

### 中國母嬰DHA藻油行業概覽

#### 定義

DHA指二十二碳六烯酸，為必需脂肪酸，而藻類、若干魚類、海洋動物油等均含有DHA。DHA被認為對嬰兒及幼童的發展（尤其是他們的大腦及眼睛）至關重要。此外，根據若干觀察性研究，DHA攝取不足亦與老年人士出現認知下降有關。老年人士定期攝取DHA可大大減低罹患阿茲海默症及其他與年齡有關的認知下降的風險。

DHA的成品可以液體、軟膠囊及粉狀的形式製造，以達致下游客戶的不同需求，惟大部分均製成軟膠囊。

## 行業概覽

按現時來源，DHA可分類為魚油DHA及藻油DHA。根據多間大學及獨立實驗室的科學化調查結果，就各類別的效用而言，藻油DHA較為適合孕婦及幼童，而魚油DHA則較為適合老年人士。此外，日本最近排放的核污染廢水也引起了中國對魚類相關產品的關注。

### 分類

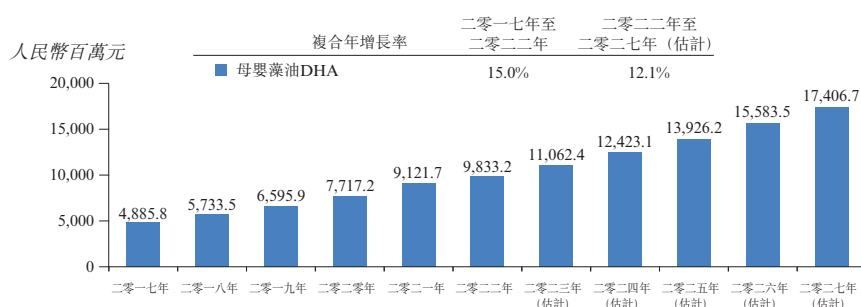


資料來源：弗若斯特沙利文

### 市場規模分析

#### 母嬰藻油DHA行業的市場規模

中國母嬰藻油DHA產品行業的市場規模，按零售銷售價值計算，二零一七年至二零二七年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

中國母嬰藻油DHA市場於過去五年(二零一七年至二零二二年)持續增長，零售銷售價值由二零一七年的約人民幣4,885.8百萬元增加至二零二二年的約人民幣9,833.2百萬元，複合年增長率為約15.0%。得益於全方位渠道於過去數年的急速發展，終端客戶的銷售渠道大幅擴大及多元化，覆蓋原先單靠線下店鋪無法應付的區域。此外，消費升級及對藻油DHA的認識增加也是可歸因因素。

受到中國穩定及健全的經濟所支持，母嬰藻油DHA市場增長預期將繼續維持上升趨勢，市場規模於二零二七年達到約人民幣17,406.7百萬元，二零二二年至二零二七年期間的複合年增長率為約12.1%。面對消費升級，於中國市場購買的母嬰藻油DHA產品的平均價格估計將相應地增加。從需求端開始，攝取藻油DHA的益處於中國市場逐步培養，增加產品的滲透率，尤其是滲透至較低級別城市，顯示未來有上升需求。

#### 母嬰藻油DHA行業的市場劃分

根據藻油DHA產品的原產地，母嬰藻油DHA市場可劃分為由國際業者及國內業者推出的產品，當中標籤了國內品牌的產品可進一步劃分為引入本地生產及進口藻油DHA原材料的產品。



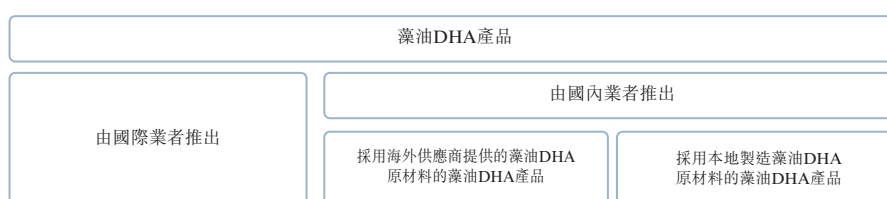
## 行業概覽

### 國際業者

由國際業者推出的母嬰藻油DHA產品乃透過國與國之間的跨境貿易作交易，主要商業模式包括企業對企業及企業對消費者，其為中國市場內最常透過網上渠道進行買賣的產品。由於母嬰相關產品的食品安全備受關注，由國際業者推出的產品在中國市場日漸普及。

### 國內業者

至於由國內品牌推出的母嬰藻油DHA產品(包括進口成品及國內加工)，質量因產品而異，當中藻油DHA原材料的供應商被視為主要指標。具體而言，以海外供應商提供的藻油DHA原材料製成的產品較以本地生產的藻油DHA原材料製成的產品優勝。



資料來源：弗若斯特沙利文

## 中國母嬰藻油DHA行業的市場驅動因素

### 購買力增加

根據中國國家統計局的資料，中國的人均可支配收入由二零一七年的約人民幣26,000元增至二零二二年的約人民幣36,900元，複合年增長率為約7.3%，顯示中國消費者的購買力有所增加。因此，中國消費品銷售由二零一七年的約人民幣34.7萬億元增至二零二二年的約人民幣44.0萬億元。隨著可支配收入及購買力上升，中國消費者更趨向關注健康問題，並更樂意購買營養品，希望維持或改善其身體狀況。受惠於國內消費者的收入及購買力攀升，中國母嬰藻油DHA市場大有可能於可見未來進一步蓬勃發展。

### 對藻油DHA的認識增加

隨著新媒體的發展，大眾通過來自生活上各方面的大量資訊(如朋友間口耳相傳、多元化平台上的廣告宣傳)，對藻油DHA的認識逐漸增加。此外，生活素質提升的步伐空前迅速，大眾對有關健康(特別是與孕婦和兒童有關的)的話題甚為關注。生活素質迅速改善能從中國若干經濟指標中反映，如上文所示，人均可支配收入及消費品開支由二零一七年至二零二二年均錄得增長。一方面隨著人們對健康、環保、社會責任等的意識提高，促進提高生活素質，另一方面，品牌商正培養市民大眾對攝取藻油DHA所獲得益處的認識，以期擴大其目標客戶的範圍。

## 中國母嬰藻油DHA行業的未來趨勢

### 擴展網上渠道

母嬰藻油DHA的網上渠道於過去數年錄得快速增長，而有關趨勢預期將會持續數年。母嬰藻油DHA的網上渠道逐漸家喻戶曉，主要受人們口耳相傳推動，偏好進口產品多於國

---

## 行業概覽

---

內製造產品。此外，消費者更傾向於根據社交媒體平台上朋友或KOL的舉薦直接購買產品。

主要營養品品牌近年對營銷及推廣的投資均有所增加，旨在加強彼等的品牌認可(尤其在不同社交媒體平台進行網絡行銷及推廣)並吸引線上銷售渠道的流量。例如，其中一個主要營養品品牌產生的營銷及推廣開支約佔其全年收益22%。投放至網絡行銷渠道的行銷及推廣費用水平，與網上渠道確認的銷售額之間存在相關性，前提是需採取正確的營銷策略及管道。

### 監管體系漸趨成熟

由於國際標準所規定的註冊程序繁複，且監管制度不一，母嬰藻油DHA市場的發展遭到嚴重窒礙，使推出來自其他國家的產品遇上阻力。終端客戶別無他法，只能購買未有取得認證或通過檢測的產品，此舉更有礙保證母嬰藻油DHA的整體品質。展望未來，監管制度和市場本身皆逐步發展得更為成熟和具效益，使更多國內和國際業者投身有關市場。

### 中國母嬰藻油DHA行業的機遇

#### 下線城市潛力龐大

母嬰藻油DHA市場於一線城市(包括上海、北京、廣州及深圳)相對地較成熟及飽和，已培養出預防性健康護理的意識，並要求產品升級。相較之下，DHA市場於較低級別城市在製造商鋪天蓋地營銷新產品創新、提升效率及產品安全之下日漸成形。就先行者而言，較低級別城市具誘人潛力，值得開發。

#### 全渠道零售

為能與更多客戶群聯繫，母嬰營養品公司嘗試令其銷售渠道變得多元化。由於相較線下購物，互聯網為客戶提供更佳的價格透明度、更便利的購物經驗及詳細的產品資料，預期母嬰藻油DHA的分銷渠道將經歷變革，成為全方位渠道零售，網上渠道的銷售收益比例有所增多。具體而言，企業培養公眾對母嬰藻油DHA的認識，並透過醫院、藥房及母嬰店鋪等線下渠道提升產品忠誠度，而網上渠道則專注買賣成交。

#### 生產多樣化

有機概念席捲整個食品相關行業，其被視為食品質量的保證，尤其是在一線城市，大眾對食品素質一絲不苟，比起基因改造原材料，更偏好自然生態多樣性的來源。以有機原材料作取代或成為製造商的機遇。除原材料的種類繁多外，包裝、產品外觀、產品味道及產品元素控制亦為業界提供機遇，能夠把握則可能帶來遞進增長，尤其是兒童及孕婦的市場。

## 行業概覽

### 中國母嬰藻油DHA行業面臨的威脅

#### 產品質量參差

過去數年，監管機構已持續檢測孕婦和兒童產品中若干可能含有未經批准成分的藻油DHA。因應有關調查結果，客戶可能對食用藻油DHA感到抗拒或更為謹慎，窒礙母嬰藻油DHA市場的發展。有關問題須由業界翹楚和政府攜手合作，為母嬰藻油DHA市場訂立嚴格的業內標準方能解決。另一方面，該等購自非官方渠道的藻油DHA產品應當受到規管及監控，以保證中國的整體產品質量。

#### 中國的母嬰藻油DHA行業排名

於二零二二年，藻油DHA產品的零售總額約為人民幣9,833.2百萬元，其貢獻自國際業者提供的藻油DHA產品、國內業者使用海外供應商提供的藻油DHA原材料生產的藻油DHA產品，以及國內企業應用本地生產的藻油DHA原材料提供的產品，分別佔約38.7%、27.5%及33.8%。考慮到母嬰相關產品的食物安全備受關注，普羅大眾更傾向購買國際企業及國內企業使用海外供應商提供的藻油DHA原材料推出的產品，以二零二二年的零售銷售價值計算，其份額合共佔66.2%。

#### 藻油DHA產品於二零二二年的零售銷售價值總額

	藻油DHA產品 於二零二二年的 零售銷售價值總額 (人民幣百萬元)	市佔率 (%)
國際業者	3,805.5	38.7%
國內業者(原材料由海外供應商供應)	2,704.1	27.5%
國內業者(原材料由國內供應商供應)	<u>3,323.6</u>	<u>33.8%</u>
總計	<u><u>9,833.2</u></u>	<u><u>100%</u></u>

資料來源：弗若斯特沙利文

於二零二二年，在國內品牌中由海外供應商提供的藻油DHA原材料製成的中國母嬰藻油DHA產品的市場規模就零售銷售價值而言為約人民幣2,704.1百萬元。二零二二財政年度，該特定市場就零售銷售價值而言被視為集中。約有30名業者瓜分市場，其中具規模的業者有限，因而位居市場領導地位。已同國際知名藻油DHA供應商建立穩固合約關係的領軍業者於中國佔據龐大的市場份額，並因其產品已樹立聲譽及獲得認可而受惠。二零二二財政年度，五大品牌銷售藻油DHA產品連同海外供應商提供的藻油DHA原材料所得價值總額約為人民幣1,756.3百萬元，佔整體相關市場64.9%。



## 行業概覽

### 二零二二年中國五大採用 海外供應商提供的藻油DHA原材料的藻油DHA國內品牌

排名	品牌名稱	二零二二年藻油DHA 產品的零售額 (人民幣百萬元)	二零二二年的市場份額
1	紐曼思	608.1	22.5%
2	品牌A	447.2	16.5%
3	品牌B	354.2	13.1%
4	品牌C	195.6	7.2%
5	品牌D	151.2	5.6%
	前五名	1,756.3	64.9%
	其餘	947.8	35.1%
	總計	2,704.1	100%

資料來源：弗若斯特沙利文

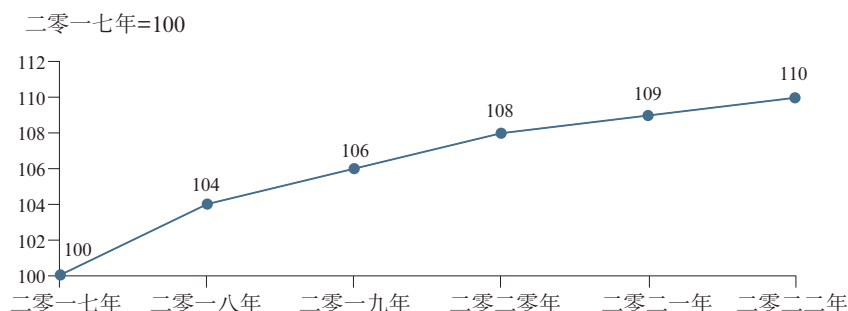
於二零二二財政年度，本集團的零售額約為人民幣608.1百萬元，排名第一，市佔率約為22.5%。

#### 藻油DHA原材料的過往價格趨勢

採購的主要目的為將藻油DHA原材料或成品整合成多種形式銷往國內外，且其價格於中國市場聯動。就藻油DHA行業而言，藻油DHA原材料的價格乃經平衡供需及匯率而釐定，其中於二零一七年至二零二二年的複合年增長率為約1.9%。藻油DHA原材料的價格主要由不斷提高的知名度及中國消費升級驅動，預期於往後數年繼續呈上升趨勢。

於藻油DHA行業，供應商與下游品牌商訂立的藻油DHA原材料合約主要為長期固定合約。換言之，從需求端而言，各品牌商對藻油DHA原材料的定價有所不同，此乃由兩大原因造成。第一，就持續時間及起始時間而言，業內不存在標準化合約，導致承擔原材料價格波動風險的週期多樣化。第二，下游品牌商的議價能力不一，擁有大量訂單的品牌商能夠與供應商磋商獲得特許價格，甚至制定補充條款，從而共同承擔採購中的潛在風險。

#### 二零一七年至二零二二年中國市場藻油DHA原材料價格指數



資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 母嬰益生菌行業概覽

#### 定義及種類

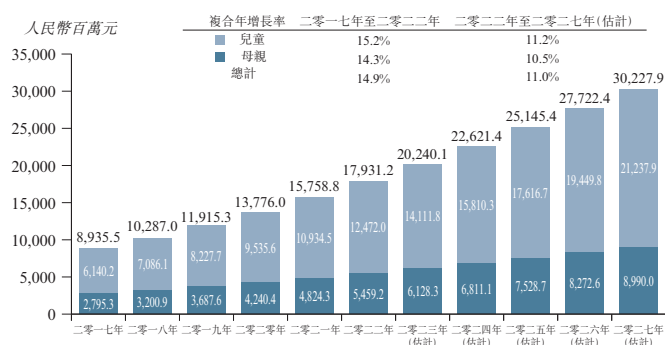
益生菌是活體微生物，只要攝取數量得宜，將對宿主健康有益。這些微生物通常是細菌，但也包括若干酵母菌。益生菌有助在腸道菌群中維持健康的微生物平衡，因此經常被稱為「有益」或「有善」的細菌。乳酪、牛奶酒及酸菜等多種食物均含有益生菌，亦可作為補充品服用。益生菌對健康的潛在好處包括改善消化、增強免疫功能，以及預防和治療若干腸胃功能失調。由於功能多樣，益生菌已成為最受歡迎的功能性食品添加劑之一。

益生菌的最終產品形態可為液體及粉末狀，從而滿足終端客戶的不同需求。日常生活中，乳製品佔益生菌食品約80%，主要是酸奶及乳酸飲料產品。最常食用的益生菌菌株有兩大種類：雙歧桿菌及乳酸菌。各益生菌株對人體有不同效用。

隨著保健意識的加強及益生菌產品保健功能的推廣力度加大，中國消費者（嬰幼兒、兒童及成人），尤其在大中城市，開始關注益生菌產品。益生菌補充品特別適用於嬰幼兒，因為彼等的免疫系統正在發育。

#### 母嬰益生菌行業市場規模分析

中國母嬰益生菌行業的市場規模，按零售銷售價值計算，  
二零一七年至二零二七年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

於二零一七年至二零二二年，中國母嬰益生菌行業的市場規模以雙位數複合年增長率約14.9%增長，增幅主要由兒童益生菌分部發展驅動。按零售銷售價值計，兒童益生菌的市場規模由二零一七年的約人民幣6,140.2百萬元增至二零二二年的約人民幣12,472.0百萬元，複合年增長率約為15.2%。較高收入家庭對保持消化系統健康及增強兒童免疫系統方面的強烈需求及日益提高的意識支撐了這一快速增長。預測增長趨勢會於未來五年持續，原因是加速滲透線上渠道，使更多低線城市的消費者可以接觸到優質益生菌產品。中國兒童益生菌產品的零售銷售價值預期於二零二七年將達約人民幣21,237.9百萬元。

---

## 行業概覽

---

### 中國母嬰益生菌行業主要驅動因素

#### 利好政策環境

中國於二零一七年發佈「國民營養計劃(二零一七年至二零三零年)」，首次提出「將營養融入所有健康政策」。隨後，習近平主席於第十九次全國代表大會報告中正式提出「健康中國二零三零」策略。自此，有關合理營養的多項相聯政策密集出台，為益生菌產品創造利好環境及機遇。對益生菌產品研發的直接大力投資已帶動更有效菌種的發展，從而推動益生菌營養品市場的發展。

#### 腸道健康漸受關注

消費者對維護腸道健康的意識日益加強，預期將加速益生菌市場的增長。人體70%免疫系統依靠腸道維持強健，從而保持身體健康，並降低肥胖。益生菌與腸道中的有害細菌對抗，幫助治療包括腸炎、泌尿生殖器官感染及抗生素相關腹瀉等疾病。正如成人及青少年的消化道菌群會失調，嬰幼兒則更易如此。因此，服用益生菌產品幫助抵禦包括腸胃炎及腹瀉等多種嬰幼兒病症對嬰幼兒而言至關重要。

### 中國母嬰益生菌行業的未來趨勢

#### 產品創新

母嬰益生菌市場受口味及功能性材料的創新不斷推動。該等食品及材料的製造商特別重視平衡功能性益處與口味。科技進步有助產品開發，可掩蓋部分功能性材料的異味及延長功能性材料的保質期。舉例而言，有效的微囊化讓製造商能夠隱藏胺基酸及其他材料的苦味。此外，包裝、設計及標籤亦有所創新。生產過程更快捷，使產品可更快交付至零售商，促進母嬰益生菌行業的發展。

#### 益生菌的廣泛應用

益生菌多數作為功能性食品及飲品攝取。然而，其用途逐漸擴展至護膚和個人護理界別。美國皮膚病學會及英國皮膚病學期刊曾進行及發表多項臨床研究，肯定了益生菌對改善皮膚狀況的好處。臨床研究證實益生菌構成保護層，防止皮膚發炎、受紫外線影響及脫水。市場業者開始認可益生菌在個人護理方面的潛力，並相繼引入相關產品。

#### 競爭格局概覽

中國母嬰益生菌行業的競爭日趨激烈，愈來愈多公司進入該市場。市場上有著規模不一的大量業者，格局相對分散。目前有六大知名品牌母嬰益生菌供應商，紐曼思包括在內。除上述知名業者外，眾多小型公司亦紛紛進入市場，其中又以電商領域的發展最為蓬勃。該等公司借助網上平台來接觸更廣泛的受眾，並提供多種益生菌產品。業者在價格、品質、創新、聲譽及分銷各方面競爭。

---

## 行業概覽

---

公司間的競爭可能迫使彼等降低其產品價格，從而對其利潤及市場增長造成負面影響。近年來，市場上經常出現合併、收購及策略聯盟的情況。有些業者大力投資研發，以增強產品組合，搶佔市場份額。與此同時，其他業者以線上銷售、多層次營銷及分銷網絡來加強競爭優勢。整體而言，隨著更多公司進入市場，並透過產品創新、營銷策略以及與保健商家合作來突圍而出，預計中國母嬰益生菌行業的競爭會繼續加劇，格局將保持分散。