

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自我們委託弗若斯特沙利文編製的報告，以及不同官方政府刊物及可供查閱的其他公開刊物。我們委聘弗若斯特沙利文編製有關[編纂]的獨立行業報告弗若斯特沙利文報告。來自官方政府來源的資料並未經我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實且概無就其準確性發表聲明。

行業資料來源

我們委託弗若斯特沙利文對2020年至2029年期間中國羊奶粉市場、中國嬰幼兒配方羊奶粉市場及中國嬰幼兒FSMP市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為於1961年在紐約成立的一家獨立全球諮詢公司，提供行業研究及市場策略並提供成長諮詢及企業培訓。根據經公平磋商協定的服務協議，我們同意向弗若斯特沙利文支付佣金人民幣450,000元。除另有說明外，本節所載之所有數據及預測資料皆來自弗若斯特沙利文報告。

於編製報告時，弗若斯特沙利文已進行一手及二手研究，並藉助各種資料來源。一手研究乃通過對主要行業專家及參與者進行訪談而進行。二手研究則涉及對取自若干公開可得數據來源（如國家統計局、中國海關總署及其他行業協會）的市場數據進行分析。弗若斯特沙利文報告所載市場預測乃基於以下關鍵假設：(i)於預測期間內，預期中國整體社會、經濟及政治環境將維持穩定；(ii)於預測期間內，中國的經濟及工業發展很可能維持平穩增長；(iii)於預測期間內，相關行業的主要推動因素很可能會帶動中國羊奶粉市場、中國嬰幼兒配方羊奶粉市場及嬰幼兒FSMP市場的增長，如可支配收入和健康意識的提高、消費者需求的精細化和人口結構的多樣化、對易消化和低致敏營養的需求等；及(iv)並無可能對市場造成嚴重或根本性影響的極端不可抗力事件或行業法規。

董事確認，據董事作出合理查詢並採取審慎態度後所深知，自弗若斯特沙利文報告所載相關數據日期起，市場資料並無發生可能限制、抵觸或影響本節所載資料的重大不利變動。

中國乳製品市場概覽

乳製品的定義和分類

在中國，乳製品通常分為兩大類：液態奶和乾乳製品。液態奶主要包括超高溫滅菌（「超高溫滅菌」）奶、巴氏殺菌奶（也稱為鮮奶）和酸奶，並根據不同的加工方法進行分類。乾乳製品包括奶粉以及其他乾乳製品，如奶酪、黃油、奶油等。

行業概覽

中國乳製品的市場規模

就產量而言，中國乳製品產量從2020年的27.8百萬噸增至2024年的29.6百萬噸，複合年增長率為1.6%。在2024年至2029年的預測期內，預計總產量將溫和增長，到2029年達到31.0百萬噸，複合年增長率為0.9%。

作為乾乳製品中的重要品類，奶粉的應用場景相對廣泛。2020年至2024年間，奶粉零售額從人民幣2,488億元增長至人民幣3,200億元，複合年增長率達6.5%。隨著液態奶、乳製飲品及其他相關產品的持續多元化，乳製品消費正朝向更便利的方向發展，這可能對奶粉市場零售額的增長產生一定影響。因此，預期奶粉零售額在2029年達到人民幣2,915億元。然而，嬰幼兒配方奶粉市場的驅動因素與奶粉市場不同。嬰幼兒配方奶粉的消費者通常更重視產品品質與安全。因此，預期嬰幼兒配方奶粉市場未來將維持相對穩定的發展。中國乳製品市場向更加多元化和高附加值的乳製品產品的結構性轉型，與不斷變化的消費者偏好和持續高端化的走向相一致。

中國整體奶粉市場中度集中。本集團於2024年按零售額計算的市場佔有率約為1.5%，在最大奶粉公司中排名介乎第16至20名之間。

中國奶粉和羊奶粉市場概覽

奶粉的定義和分類

奶粉是通過乾燥工藝去除液態奶中大部分水分而製成的乳製品。其保留牛奶的核心營養成分，具有保質期長、便於運輸和配方靈活等優勢。奶粉消費覆蓋全年齡段人群，能滿足不同生命階段的各種營養與功能需求。中國的奶粉可分類如下：

- (i) 按奶源劃分：羊奶粉指以山羊奶和綿羊奶為原料製成的奶粉；牛奶粉指以牛奶為原料製成的奶粉；其他奶粉包括駱駝奶、馬奶、牦牛奶等。
- (ii) 按目標消費群體劃分：嬰幼兒配方奶粉指專為0-36個月兒童（第一至第三階段）而設的配方奶粉。兒童奶粉指專為36個月至15歲人群（第四階段）而設的奶粉。成人奶粉指專供18歲及以上人群的奶粉。

嬰幼兒配方奶粉通常指專為嬰幼兒設計的配方產品，其營養成分、適用年齡範圍及法規要求均有明確規定，主要用於滿足嬰幼兒不同階段的營養需求。2023年2月生效的嬰幼兒配方奶粉新國家標準，對添加成分、標示等各方面提出了更嚴格的要求，從而提高了行業准入門檻，並加速了小型品牌的退出。因此，2020年中國嬰幼兒配方奶粉零售額為人民幣2,128億元，而2024年為人民幣1,840億元。未來，隨著消費者持續重視精細餵養、科學配方及產品安全，加上高附加值產品類別滲透率不斷提升，預計至2029年嬰幼兒配方奶粉零售額將增至人民幣1,950億元，自2024年起複合年增長率為1.2%。

中國整體嬰幼兒配方奶粉市場中度集中，在監管日趨嚴格及消費者偏好不斷變化的背景下持續演變。本集團於2024年按零售額計算的市場佔有率約為2.0%，在中國整體嬰幼兒配方奶粉市場參與者之中排名介乎第11至15名之間。

一般而言，嬰幼兒配方奶粉市場主要指以乳製品為原料的市場，通常包含以牛乳及山羊／綿羊奶為基礎的產品。此外，中華人民共和國國家衛生健康委員會在嬰幼兒

行業概覽

配方食品的分類中，亦將產品區分為乳基與植物基兩類，前者主要以牛奶及乳蛋白製品為基礎，後者則主要以大豆及大豆蛋白製品為基礎。由於植物基產品並非以乳製品為基礎，因此通常不包含在奶粉的範疇內。

此外，本集團並未面臨來自植物基配方替代品的直接競爭，因為此類產品在原料來源、營養成分、監管標準及市場接受度方面，與嬰幼兒配方奶粉及嬰幼兒特殊醫療用途食品存在顯著差異。植物基配方奶粉目前在中國市場所佔份額相對較小，因此普遍被視為與本集團產品互補，而非直接競爭。

羊奶粉和牛奶粉的對比

對比維度	羊奶粉	牛奶粉
營養成分	乳清蛋白含量和乳鐵蛋白含量高於牛奶粉	與羊奶粉相比，酪蛋白含量較高
脂肪結構	脂肪球較小且膜結構較薄	較大的脂肪球且結構較緊密
致敏性相關	αs1-酪蛋白含量低，適合敏感體質人群	αs1-酪蛋白含量高，更易引發致敏反應
乳糖含量	低於牛奶粉；更適配乳糖不耐受群體	高於羊奶粉；可能引發乳糖不耐受群體不適
在嬰幼兒配方奶粉中的應用	多用於分段式高端嬰幼兒配方奶粉產品	作為主要基礎原料被廣泛使用
消費者意識	消費者認知度穩步提升	市場成熟度高，消費者接受度好
價格	原料奶供應有限，加工標準較高，價格相對較高	市場供應充足，價格相對較低

資料來源：弗若斯特沙利文

奶粉的價值鏈

中國奶粉市場的產業鏈由上游供應商、中游生產商和運營商以及下游銷售渠道和消費構成。上游參與者主要提供生乳、乳品原料、設備及輔助材料，為奶粉生產提供基礎。中游由奶粉製造商構成，負責對奶粉進行加工與生產。下游涵蓋多元化的銷售渠道，包括線上平台（品牌官方網站及電商平台）以及線下渠道（母嬰專營店、超市及大型超市等主要零售商，以及以雜貨店和獨立小店等的傳統渠道），最終將產品連接至終端消費者。



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

奶粉生產工藝對比

奶粉生產主要涉及三種加工方法：乾法、濕法和乾濕複合。

乾法工藝主要包括營養素預混料、全脂奶粉、脫脂奶粉、高脂乳清粉和其他乾原料。該方法操作簡便，且能更好地保持營養成分的穩定性。然而，由於微量營養素以乾粉形式直接添加，並且通常用量較少，故混合不均的可能性較高。

濕法工藝在生產過程中採用高溫殺菌，能有效降低微生物污染風險。營養素以液態形式混合，令營養素分佈相對均勻。然而，由於暴露於高溫和加工環境下，該工藝可能導致某些熱敏性營養素及生物活性成份流失較大。

相比之下，乾濕複合工藝結合了濕法和乾法的雙重優勢。它既利用了濕法的營養素分佈均勻的特點，又保持了乾法的營養素穩定性和操作靈活性。因此，乾濕複合工藝被廣泛認為是一種更優越且更適合的奶粉生產技術。

	乾法	濕法	乾濕複合工藝
定義	乾法指通過將各類固體原料在乾燥狀態下混合等方式生產奶粉的工藝。	濕法指將鮮奶與其他配方原料混合後，經噴霧乾燥而製成奶粉的工藝。	乾濕複合工藝包括除產品包裝外的全部濕法工序，以及對應的乾法工序。 乾濕複合工藝通過結合濕法工藝的營養均勻性與乾法工藝的操作靈活性，在最大化保留生物活性成份的同時提升生產效率。
營養素保留	★★★★☆	★★★★☆☆	★★★★★★
營養素分佈均勻度	★★★★☆☆	★★★★★★	★★★★★★
工藝複雜度	★★★★☆☆	★★★★★★	★★★★★★

資料來源：弗若斯特沙利文

羊奶粉的定義和分類

羊奶粉是指以山羊奶和綿羊奶為原料製成的奶粉。中國的羊奶粉可分類如下：

按奶源劃分：羊奶粉主要分為山羊奶粉和綿羊奶粉。山羊奶是目前市場上較常見的羊奶粉的來源，在中國飼養規模較大。綿羊奶因其獨特的營養價值及稀缺的資源屬性，近年來在國內外均受到日益廣泛的關注和投入。按目標消費群體劃分：羊奶粉主要分為嬰幼兒配方羊奶粉、兒童羊奶粉和成人羊奶粉（如面向中老年消費者的產品）。嬰幼兒配方羊奶粉須符合嚴格的配方註冊和營養標準。兒童羊奶粉主要用於補充生長發育所需的特定營養素。成人羊奶粉通常側重易消化、增強免疫或骨骼健康等功能，以滿足各消費群體的營養需求。

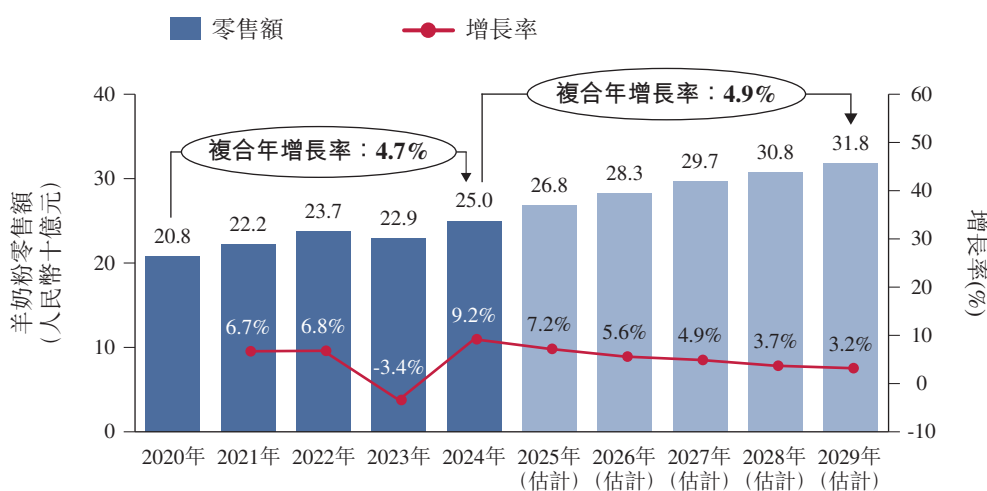
行業概覽

羊奶粉的市場規模

中國羊奶粉零售額持續穩定增長，表現優於整體奶粉市場。2020年至2024年間，羊奶粉零售額從人民幣208億元增長至人民幣250億元，複合年增長率達4.7%。這一持續增長主要由於相比傳統牛奶產品，消費者對於配方羊奶粉更溫和、更低致敏的認知提高。對此，國內領先品牌正加快對配方羊奶粉創新的投入，並得到自有奶源和垂直整合供應鏈的支持，利用羊奶粉的營養特性不斷擴充滿足不同需求的產品組合，這有助於強化產品質量與品牌信任。

羊奶粉屬整體奶粉市場中的分部，作為替代蛋白來源有望實現穩定增長。展望未來，預計到2029年，羊奶粉零售額將達致約人民幣318億元，反映出2024年至2029年的複合年增長率為4.9%。

羊奶粉零售額（中國），2020年至2029年（估計）



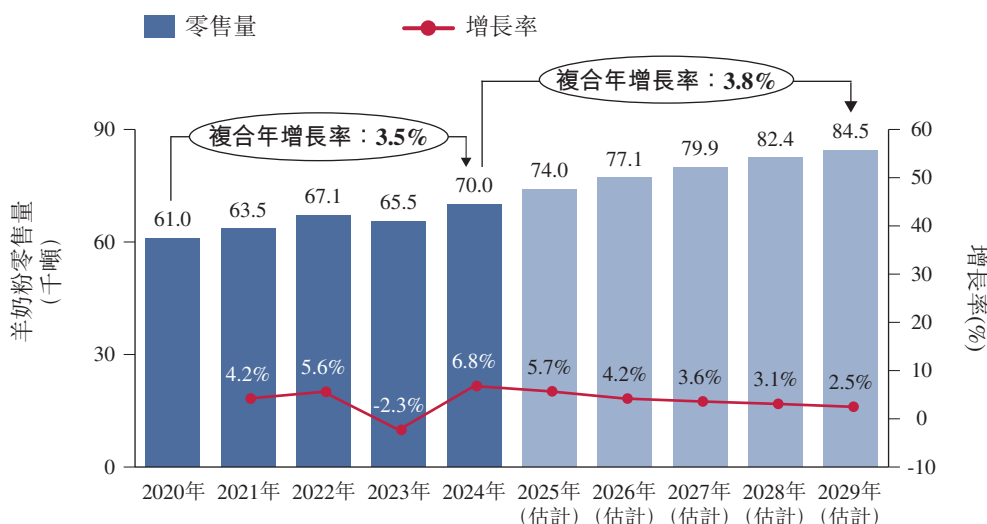
資料來源：國家統計局、中國乳製品統計數據、弗若斯特沙利文

相較於牛奶，羊奶具有較低的天然致敏性。其 α s1-酪蛋白（一種通常引發敏感人群致敏反應的蛋白質）含量較低，使得這種乳品能為對蛋白質過敏、乳糖不耐受或消化敏感的嬰幼兒、兒童以及成人提供更溫和且更易消化的選擇。羊奶中較小的脂肪球更易被吸收消化，進一步強化了對敏感人群的益處。這些特性使羊奶產品成為低致敏營養領域的優良產品。

2020年至2024年間，中國羊奶粉零售量保持穩定增長，從61.0千噸增至70.0千噸，期間複合年增長率為3.5%。展望未來，預計到2029年，羊奶粉零售量將達致約84.5千噸，反映出2024年至2029年3.8%的溫和複合年增長率。由於羊奶粉產品主要包括嬰幼兒配方羊奶粉，基於類似原因，羊奶粉整體零售額及零售量大致與嬰幼兒配方羊奶粉分部的表現趨勢一致。因此，該類別同樣受到監管轉變、市場整合及經銷效率暫時受到干擾所影響。有關詳情，請參閱本文件「行業概覽－中國嬰幼兒配方羊奶粉市場概覽－嬰幼兒配方羊奶粉市場規模」。

行業概覽

羊奶粉零售量（中國），2020年至2029年（估計）



資料來源：國家統計局、中國乳製品統計數據、弗若斯特沙利文

中國奶粉和羊奶粉市場的市場推動因素

可支配收入和健康意識的提高。隨著可支配收入持續增長及健康意識日益提升，中國消費者對多樣化且營養加強型奶粉產品的需求日益增加。此外，消費者對功能性效益、產品安全及原料品質的重視程度提高，正推動市場朝向更注重健康且經科學配方的產品發展。

消費者需求的精細化。消費者需求的更加精細化和細分化正不斷塑造中國羊奶粉市場。隨著消費者愈來愈重視飲食偏好、功能性效益及針對不同年齡層的營養需求，山羊奶粉與羊奶粉已獲得更廣泛的接受，特別是在乳糖不耐症或對牛奶蛋白過敏的消費者群體中。尤其隨著人口老化，其易於吸收的特性與營養優勢，更進一步推動了老年消費者對此類產品日益增長的需求。

數字化轉型與全渠道零售演進。數字消費正在重塑中國奶粉和羊奶粉市場的經銷。如今，消費者透過電商和社交平台獲取產品資訊並進行購買。直播、網紅營銷及線上評價已成為品牌建設的重要環節。對此，公司正加快對數字基礎設施與全渠道戰略的投入，以提升響應能力和覆蓋範圍。

政策支持與供應鏈升級。旨在推進國內奶業振興的政府舉措為奶粉行業發展提供強有力的政策支持。如《關於推進奶業振興保障乳品質量安全的意見》與《「十四五」奶業競爭力提升行動方案》等政策強調提升優質奶源自給能力、優化區域生產佈局、強化本土繁育與飼料能力建設，並推進規模化、標準化和數字化養殖模式。這些舉措有助於構建更具韌性的供應鏈，為中國奶粉及羊奶粉市場持續發展奠定了堅實的基礎。

行業概覽

中國奶粉和羊奶粉市場的未來趨勢

多元化的產品組合。在日益細分的消費者需求的驅動下，奶粉市場正朝着產品組合更加多元化方向演進。除傳統牛奶外，山羊奶、綿羊奶、駱駝奶和水牛奶等特色奶源產品因滿足不同的口味偏好與健康需求而受到青睞。另一方面，從嬰幼兒配方奶粉到中老年營養奶粉，產品覆蓋全年齡段，形成了全面的生命週期產品組合，拓寬了市場覆蓋面。

數字化轉型和可持續發展。公司正在加速整個價值鏈的數字化轉型，包括智能養殖、數字化供應鏈管理和基於數字平台的消費者互動。與此同時，可持續發展已成為核心重點，公司推進低碳養殖實踐、循環生產模式和環保包裝，以滿足監管要求和消費者期望。

對專業化產品的需求攀升：隨着消費者對飲食敏感性和個人健康需求認識的加深，專業化產品的需求持續增長。低致敏性、無乳糖及易吸收奶粉的需求迅速擴大。這一變化反映了個性化營養的轉型，奶粉正日益針對全生命階段的特定需求和健康問題。為應對這一趨勢，羊奶粉公司正通過拓展產品系列，推出針對特定需求的產品，以搶佔高價值市場份額。

行業整合與品牌集中度。市場正經歷以整合與品牌集中度不斷提高為標誌的結構性轉型。監管趨嚴、產品可追溯性和生產標準共同推高了市場准入門檻，並加速淘汰了小規模或不合規企業。領先奶粉和羊奶粉品牌憑藉其在研發、供應鏈整合與品牌資產方面的優勢擴大市場份額。這一趨勢正塑造更高集中度的競爭格局，其中規模、合規和消費者信任為關鍵制勝要素。

主要原材料的價格趨勢

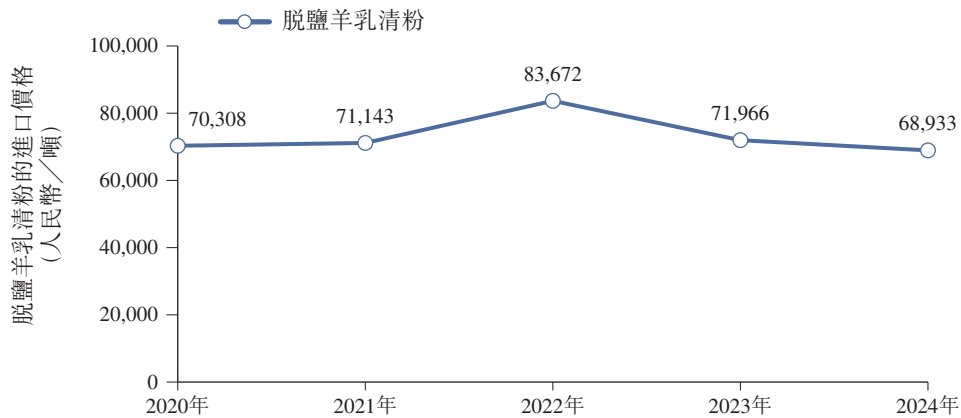
乳清蛋白是嬰幼兒配方奶粉中的關鍵營養成分，而脫鹽羊乳清粉是獲得乳清蛋白的一種主要原料形式，主要從歐洲國家進口。乳清蛋白具有分子量小、易消化吸收等優勢，同時富含乳鐵蛋白、免疫球蛋白等活性成分，有助於嬰幼兒的營養吸收和免疫發育。基於乳清蛋白在嬰幼兒成長中的重要作用，《食品安全國家標準嬰兒配方食品》(GB10765-2010)明確要求乳基嬰幼兒配方食品中乳清蛋白含量應不低於總蛋白的60%。過去五年，其進口價格呈現波動走勢—由2020年的每噸約人民幣70,380元上升至2022年的每噸人民幣83,672元的峰值，於2024年達到每噸約人民幣68,933元。

展望未來，在國內產能擴大、供應鏈更加成熟以及行業與最新監管框架保持一致的支撐下，預計價格將基本保持穩定。歐洲供應商之間日益激烈的競爭和國內生產技術的不斷進步預計亦將進一步對價格形成壓力，促使市場環境更加穩定理性。

一般而言，液態乳清價格與乳清粉價格密切相關，因為液態乳清是乳清粉的上游原料，而乳清粉通常是透過濃縮和烘乾液態乳清而製成。因此，液態乳清價格的變動通常會反映在乳清粉價格。

行業概覽

脫鹽羊乳清粉的進口價格（中國），2020年至2024年

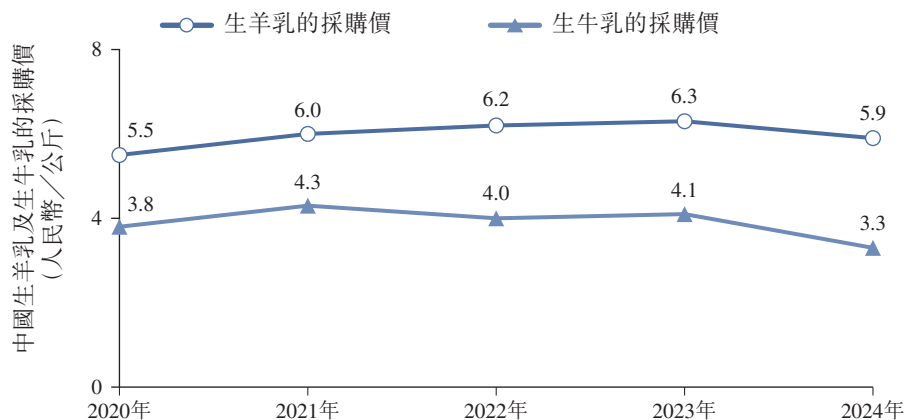


資料來源：海關總署、農業農村部、弗若斯特沙利文

由於全國山羊奶及綿羊奶的收購價格並未正式公布，可參考陝西省食品協會及陝西省乳品工業協會的數據，因山羊奶與綿羊奶的生產主要集中於陝西省。整體而言，山羊奶及綿羊奶的收購價格維持相對穩定，每年僅有輕微波動。2020年及2021年，山羊奶與綿羊奶的收購價分別約為每公斤人民幣5.5元及人民幣6.0元，並於2022年上升至約每公斤人民幣6.2元。2023年，價格為每公斤人民幣6.3元，並於2024年年底降至每公斤人民幣5.9元。

就生牛乳而言，2020年的收購價格為每公斤人民幣3.8元。2021年至2023年間，價格雖有波動，但波幅維持在每公斤人民幣1.0元的區間內；2024年價格則升至每公斤人民幣3.3元。

生羊乳及生牛乳的採購價（中國），2020年至2024年

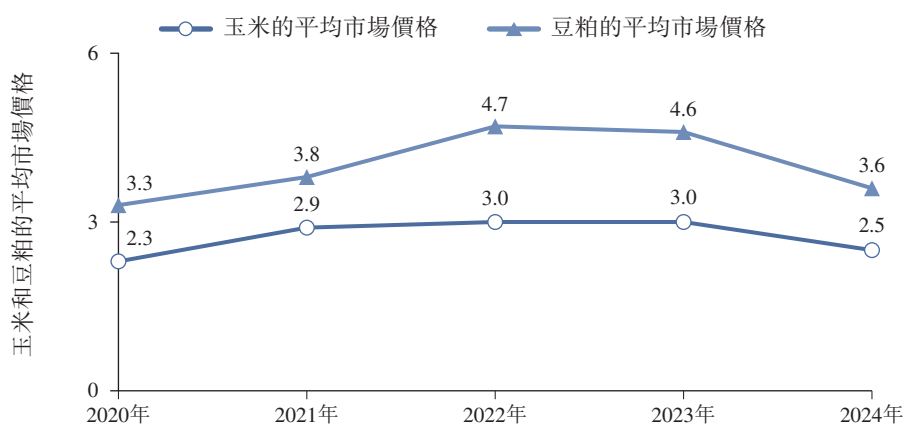


資料來源：海關總署、農業農村部、陝西省食品協會及陝西省乳品工業協會、弗若斯特沙利文

行業概覽

奶羊的飼料通常包含青貯玉米（由玉米製成）及豆粕。玉米和豆粕的平均市場價格受多種因素影響，包括供需狀況、天氣條件、政府政策、病蟲害及其他自然因素。2020年至2022年間，玉米和豆粕的平均市場價格分別從每公斤人民幣2.3元和人民幣3.3元上漲至每公斤人民幣3.0元和人民幣4.7元。這主要由於COVID-19疫情爆發導致的供應鏈及物流限制，以及因地緣政治風險導致豆粕進口抵達中國的時間延遲。2024年，玉米和豆粕的平均市場價格分別逐漸回落至每公斤人民幣2.5元及人民幣3.6元。展望未來，隨著供需逐漸趨於穩定，玉米和豆粕的平均市場價格預計將維持穩定。

玉米和豆粕的平均市場價格（中國），2020年至2024年



資料來源：農業農村部及弗若斯特沙利文

中國整體奶粉市場中度集中。本集團於2024年按零售額計算的市場佔有率約為1.5%，在最大奶粉公司中排名介乎第16至20名之間。

中國整體嬰幼兒配方奶粉市場中度集中，在監管日趨嚴格及消費者偏好不斷變化的背景下持續演變。本集團於2024年按零售額計算的市場佔有率約為2.0%，在中國整體嬰幼兒配方奶粉市場參與者之中排名介乎第11至15名之間。

中國羊奶粉市場的競爭格局

中國羊奶粉市場的競爭格局

中國羊奶粉市場中度集中，前五大公司佔2024年零售總額的55.6%。

按羊奶粉零售銷售價值計算，本公司是中國第二大羊奶粉公司，2024年零售額為人民幣35億元，市場份額為14.0%。

行業概覽

2024年按羊奶粉零售額劃分五大羊奶粉公司（中國）

排名	羊奶粉公司	羊奶粉零售額（人民幣十億元）	市場份額(%)
1	公司A	6.2	24.8%
2	本公司	3.5	14.0%
3	公司B	1.6	6.4%
4	公司C	1.5	6.0%
5	公司D	1.1	4.4%
	五大公司合計	13.9	55.6%
	合計	25.0	100.0%

附註：

1. 公司A是一家在香港上市的公司，總部位於湖南省長沙市。其主要從事奶粉產品的生產和經銷（包括嬰幼兒配方牛奶粉和羊奶粉），以及為兒童和成人而設的奶粉。
2. 公司B是一家私人公司，總部位於陝西省西安市。其主要從事羊奶粉產品的生產和經銷（包括嬰幼兒配方羊奶粉），以及為兒童和成人而設的奶粉。
3. 公司C是一家A股上市公司，總部位於內蒙古自治區呼和浩特市。其主要從事奶粉產品的生產和經銷，包括嬰幼兒配方牛奶粉和羊奶粉，以及為兒童和成人而設的奶粉。
4. 公司D是一家在香港上市的公司，總部位於北京。其主要從事奶粉產品的經銷（包括嬰幼兒配方牛奶粉和羊奶粉），以及為兒童和成人而設的奶粉。

資料來源：弗若斯特沙利文

羊奶粉公司的比較

在奶粉行業中，全產業鏈模式指對價值鏈中所有關鍵環節的全面控制與協調，包括上游奶源及核心原料管理、中游加工與配方開發，以及下游營銷與經銷。該模式使公司能夠確保奶源和核心原料的質量與安全，增強配方定制和創新能力，提高供應鏈效率和應對市場需求的能力。此外，該模式還通過實現端到端可追溯性、成本控制和更快速的產品上市週期，增強品牌競爭力。

在中國羊奶粉市場的業者中，本公司是業內少數擁有自建可控羊奶源牧場和脫鹽羊乳清自有加工工廠雙項供應能力的企業。截至2025年6月30日，本公司擁有最多的嬰幼兒配方羊奶粉註冊配方數量，反映其強大的內部配方能力、對奶源和核心原料的控制以及廣泛的經銷覆蓋範圍。

行業概覽

中國嬰幼兒配方羊奶粉市場概覽

嬰幼兒配方羊奶粉市場規模

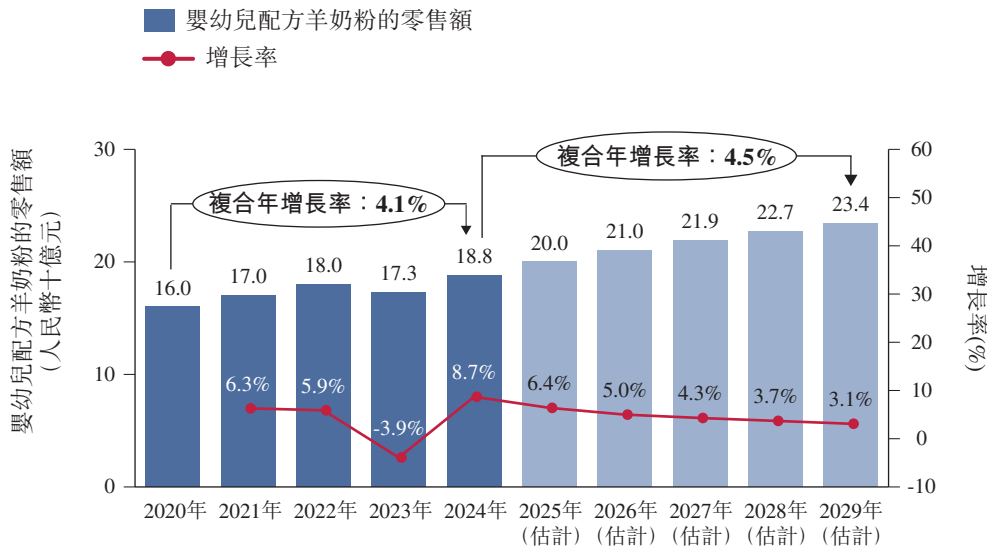
嬰幼兒配方羊奶粉是指專為0至36個月兒童(第一至第三階段)而設的配方，當中所使用的主要乳製品成分為羊奶。中國嬰幼兒配方羊奶粉零售額由2020年的人民幣160億元增加至2024年的人民幣188億元，複合年增長率為4.1%。該板塊受益於更為嚴格的監管審查，這提升了品牌專業性並加強了消費者信任。

鑒於嬰幼兒腸道屏障尚未完全發育成熟且對乳糖及部分蛋白質的消化能力有限，羊奶提供了一種更溫和且更有科學營養的替代方案。嬰幼兒及兒童常見的過敏性疾​​病包括食物過敏、花粉過敏、過敏性哮喘等。

儘管近年來沒有進行全國性的持續研究，但嬰幼兒過敏的發病率引起了越來越多的關注。潛在致敏因素包括母乳中的致敏蛋白、飲食種類的增加、不當的餵養方式以及過於衛生的生活環境。這些因素共同導致了嬰幼兒過敏現象的日益增多。隨着敏感度的提高，患有食物過敏的嬰幼兒可能會從用羊奶和羊奶嬰幼兒配方奶粉替代傳統奶粉中獲益。

鑒於牛奶是嬰幼兒最常見的致敏原之一，0至2歲兒童過敏患病率的上升預計將持續帶動對嬰幼兒配方羊奶粉的需求。展望未來，預計市場將持續擴張，預計到2029年零售額將達約人民幣234億元，2024年至2029年的複合年增長率為4.5%。

嬰幼兒配方羊奶粉的零售額(中國)，2020年至2029年(估計)



資料來源：國家統計局、中國乳製品統計數據、弗若斯特沙利文

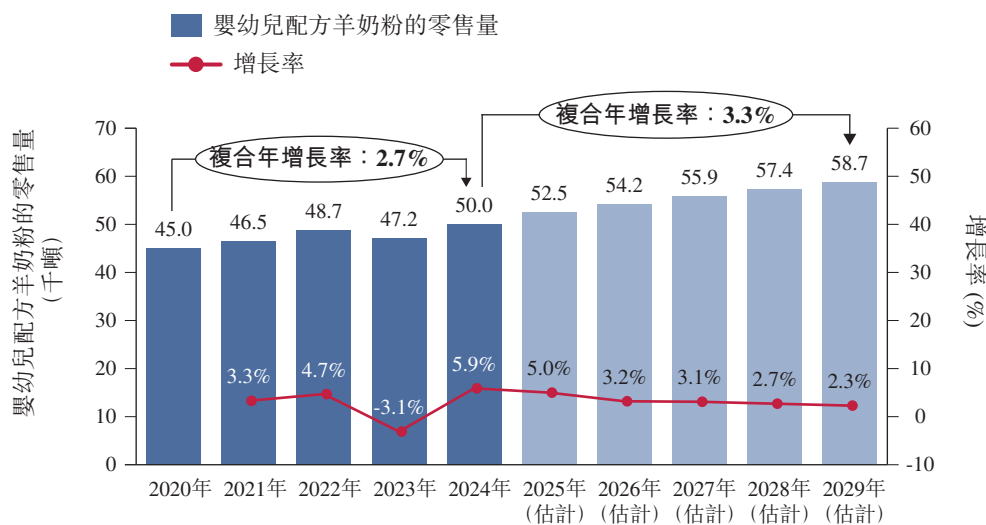
與牛奶配方奶粉相同，嬰幼兒配方羊奶粉也需遵循嚴格的監管和營養標準。然而，不同類別的配方奶粉在蛋白質成分、乳糖耐受性和消化率方面存在差異。由於蛋白質結構更為溫和且更易於消化，羊奶配方奶粉更適合消化系統敏感或蛋白質不耐受的嬰幼兒。

行業概覽

中國嬰幼兒配方羊奶粉的零售量由2020年的45.0千噸增長至2024年的50.0千噸，複合年增長率為2.7%。預計到2029年零售量將達約58.7千噸，2024年至2029年的複合年增長率為3.3%。

預計本集團所經營市場的增長率自2025年起將出現下滑，主要由於下列原因所致：a)預計增長自2025年起放緩，反映2024年的基數較高。隨著前期市場教育及渠道擴張，羊奶粉、嬰幼兒配方羊奶粉及嬰幼兒FSMP市場已達到一定規模。一般而言，隨著市場規模持續擴大，次年的增長率往往會趨於放緩。b)該行業已逐漸從人口驅動的定量增長，轉向定性增長。隨著市場日趨成熟，預期未來的增長將更多地由高端化、精細化餵養及功能性細分等驅動。儘管增長預期將趨於平緩，但這些因素預計仍將持續支撐市場擴張。

嬰幼兒配方羊奶粉的零售量（中國），2020年至2029年（估計）



資料來源：國家統計局、中國乳製品統計數據、弗若斯特沙利文

中國嬰幼兒配方羊奶粉市場的市場驅動因素

對易消化和低過敏原營養的需求。隨著消費者對消化健康和預防過敏的意識日益提高，對易消化和低過敏原乳製品的需求持續增長。羊奶的特點是中鏈脂肪酸（「MCFA」）含量更高和脂肪球更小，與牛奶相比，天然更易消化且更不易引發過敏反應。這些優勢推動了越來越多消費者選擇專為滿足各年齡層敏感人群營養需求而設計的嬰幼兒配方羊奶粉。

營養差異化與產品多元化。隨著中國乳製品市場日益多元化，嬰幼兒配方羊奶粉作為一款針對嬰幼兒的差異化產品，已逐漸獲得市場認可。該產品普遍被認為更易消化，且更能滿足嬰幼兒早期營養需求。隨著市場對更精準營養需求的增長，製造商持續優化配方成分，從而推動嬰幼兒配方羊奶粉市場的專業化與多元化發展。

行業概覽

監管改革提升產品溯源及推動需求。中國監管框架的持續完善在塑造嬰幼兒配方羊奶粉市場中發揮了關鍵作用。根據《嬰幼兒配方乳粉產品配方註冊管理辦法》，標注特定動物性來源的配方奶粉必須確保所有關鍵成分(包括生乳、乳粉和乳清粉)應全部來自該物種。該政策強化了可追溯性，減少了誤導性宣傳，並促進了原料來源和配方制定變得更為合規。監管清晰度不僅提升了消費者對羊奶配方奶粉的信任度，還為行業長期增長營造了更加規範和可持續的環境。

中國嬰幼兒配方羊奶粉市場的未來趨勢

品牌建設與消費者教育。由於相較牛奶產品，嬰幼兒配方羊奶粉在部分消費者群體中仍較為陌生，故預期教育和信任建立將在市場發展中發揮關鍵作用。各公司正投資品牌故事講述和科學傳播，強調調整乳清蛋白與酪蛋白的比例或採用部分水解技術等方法來降低過敏風險。清晰可信的消費者溝通預期將加速市場接受度。

持續產品改進與營養創新。製造商正持續優化產品配方以適應不斷變化的健康偏好。研發越來越側重於通過調整乳糖、脂肪酸和維生素的比例，更精準模擬人類母乳成分，以及開發針對不同生長階段和特定需求的專用配方。

功能性細分滿足精準營養需求。隨著科學餵養觀念日益普及，針對嬰幼兒特定需求而設計的精準營養產品需求持續上升。傳統通用配方正逐步被更加針對性設計的配方(包括低致敏、易吸收以及免疫支持配方等)所補充或替代。例如，高乳清蛋白羊奶粉配方專為消化系統柔弱的敏感嬰幼兒設計，正引領市場邁向更個人化、精細化的營養解決方案。

中國嬰幼兒配方羊奶粉市場的競爭格局

中國嬰幼兒配方羊奶粉市場的競爭格局

目前，嬰幼兒配方羊奶粉獲國家市場監督管理總局(SAMR)依據FSMP新國標核准註冊。其中國產品牌佔主導地位，在中國已註冊的嬰幼兒配方羊奶粉總數中佔90.0%以上。

中國嬰幼兒配方羊奶粉市場高度集中，2024年前五家公司佔60.8%的零售額。就嬰幼兒配方羊奶粉產品的零售額而言，本公司為中國第二大嬰幼兒配方羊奶粉公司，2024年實現人民幣33億元零售額，市場佔有率為17.6%。

行業概覽

按嬰幼兒配方羊奶粉零售額（中國）計的五大嬰幼兒配方羊奶粉公司（2024年）

排名	嬰幼兒配方羊奶粉公司	嬰幼兒配方羊奶粉的零售額（人民幣十億元）	市場份額（%）
1	公司A	5.6	29.9%
2	本公司	3.3	17.6%
3	公司E	1.0	5.3%
4	公司F	0.8	4.3%
5	公司D	0.7	3.7%
	共五家公司	11.4	60.8%
	合計	18.8	100.0%

附註：

1. 公司E是一家私人公司，總部位於湖南省長沙市。其主要從事奶粉產品的生產和經銷（包括嬰幼兒配方牛奶粉和羊奶粉）。
2. 公司F為一家總部在廣東省廣州市的香港上市公司，其主要從事生產和經銷嬰幼兒配方牛奶粉和羊奶粉等奶粉製品。

資料來源：弗若斯特沙利文

中國嬰幼兒配方羊奶粉市場的進入壁壘

國內脫鹽羊乳清粉產能有限。脫鹽羊乳清粉是嬰幼兒配方羊奶粉和兒童羊奶粉的關鍵成分，需採用精密加工技術精準去除礦物質的同時保留蛋白質完整性和營養價值。由於技術門檻高、質量標準嚴格，目前國內僅少數企業具備穩定的商業化生產能力。因此，國內供應持續緊張，市場高度依賴進口。這對缺乏成熟採購網絡的新進入者構成成本和採購挑戰，強化了准入壁壘。

建立一體化奶源供應系統。高品質嬰幼兒配方羊奶粉的生產依賴新鮮且可控的原料奶供應。擁有奶場或簽約奶場可以提高原料奶的質量保證和可追溯性。然而，中國的牧羊業高度分散，規模化和標準化程度較低。建立奶場需要大量投資和較長時間，而養殖和管理優質山羊的能力是公司核心競爭力的一項重要指標，構成准入行業的天然壁壘。

消費者認知度與品牌認可度壁壘。在嬰幼兒配方羊奶粉領域，消費者信任在購買決策中發揮主要作用，尤其是由於產品安全、營養完整性與科學驗證均受到高度關注。於該類別建立品牌認可度需在公眾教育、透明溝通、臨床支持及質量保證方面進行持續投資。知名品牌通常受益於長期消費者忠誠度和可靠信譽，而新進入者則可能會因知名度有限和信任基礎薄弱而面臨較長的市場接受週期。

產品註冊和審批。根據《嬰幼兒配方乳粉產品配方註冊管理辦法》，在中國銷售的所有嬰幼兒配方奶粉（包括羊奶粉）均須單獨註冊。每家工廠通常僅限註冊最多三個系列和九個配方。註冊流程十分嚴格，涵蓋配方設計、科學依據、工藝驗證、穩定性測

行業概覽

試及臨床或實證數據等環節。相較而言，具備研發能力並熟悉註冊審批流程的嬰幼兒配方羊奶粉公司，往往更能有效縮短產品上市週期並提升進入市場的成功率。

中國嬰幼兒FSMP市場概覽

特殊醫學用途食品的定義和分類

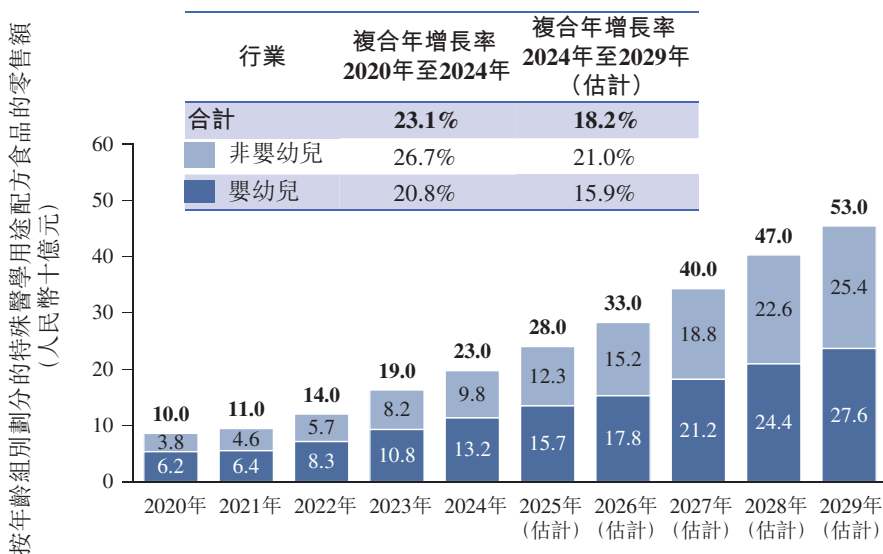
特殊醫學用途配方食品（「FSMP」）是指為滿足進食受限、消化吸收障礙、代謝紊亂或特定疾病狀態人群對營養素或膳食的特殊需要，專門加工配置而成的配方食品。根據《特殊醫學用途配方食品通則》，FSMP應該在醫師或臨床營養師的指導下使用。中國的FSMP製造商通常會遵循《特殊醫學用途配方食品標識指南》的規定，在標籤上顯著標示須在醫師或臨床營養師指導下使用的要求，以確保此項規定得到落實。FSMP主要分為三類：全營養配方食品、特定全營養配方食品和非全營養配方食品。根據年齡組別，FSMP可分為0-12個月嬰幼兒FSMP和1歲以上人群FSMP。

中國FSMP的市場規模

FSMP的零售額由2020年的人民幣100.0億元上升至2024年的人民幣230.0億元。於2024年，嬰幼兒FSMP佔特殊醫學用途食品零售總額的57.4%，零售額由2020年的人民幣62.0億元上升至2024年的人民幣132.0億元，複合年增長率為20.8%。就非嬰幼兒FSMP的零售額而言，其由2020年的人民幣38.0億元增加至2024年的人民幣98.0億元，複合年增長率為26.7%，而整體FSMP市場則為23.1%。

受政策扶持驅動，消費者認知度提升有助於市場增長，估計非嬰幼兒和嬰幼兒特殊醫學用途配方食品零售市場規模有望於2029年底分別增長至人民幣254.0億元和人民幣276.0億元，較2024年實現複合年增長率分別為21.0%和15.9%。

按年齡組別劃分的FSMP的零售額（中國），2020年至2029年（估計）



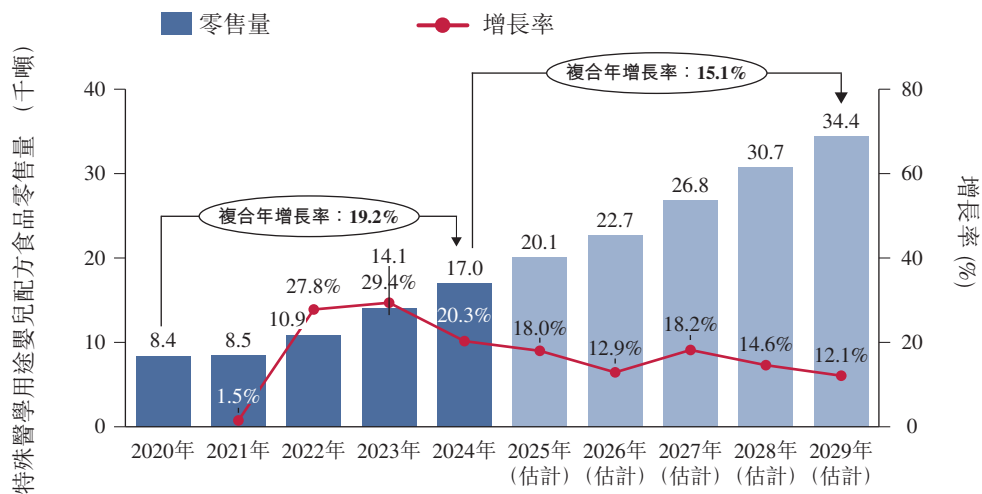
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

特殊醫學用途嬰兒配方食品零售量由2020年的8.4千噸增加至2024年的17.0千噸，自2020年起以19.2%的複合年增長率攀升。2025年4月，商務部、國家衛生健康委員會等其他十部門聯合發佈《促進健康消費專項行動方案》。該方案強調需優化市場上的特殊食品供給，要求深化特殊食品產品註冊備案制度改革，完善保健食品事前審評和事後評價機制。該方案同時鼓勵企業加強工藝研發、產品創新、品質管控，著力發展FSMP。

預計至2029年，特殊醫學用途嬰兒配方食品零售量將達34.4千噸，自2024年起的複合年增長率為15.1%。

特殊醫學用途嬰兒配方食品零售量（中國），2020年至2029年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

中國嬰幼兒FSMP市場的市場驅動力

嬰幼兒特殊餵養需求持續攀升。近年來，乳糖不耐受、低出生體重早產以及特定疾病狀態等嬰幼兒臨床營養問題日益受到關注。在這些特殊健康狀況下，嬰幼兒需要更精準的營養攝入，而傳統嬰幼兒配方奶粉難以滿足該等群體的特殊營養需求。因此，父母愈加傾向於為患有食物過敏或胃腸道功能障礙的嬰幼兒選擇更具針對性、配方更精準的產品。這種需求的轉變導致嬰幼兒FSMP市場持續增長。

較為有效的臨床效果：嬰幼兒FSMP在應對特定健康問題時，臨床實踐中往往顯示出積極的應用價值。由於奶粉是嬰幼兒日常營養的主要來源，當部分患有如胃腸道功能障礙或過敏等問題的嬰幼兒改用更為匹配的特醫配方奶粉後，醫生和家長普遍觀察到症狀有一定程度的改善。這類正向反饋有助於提升產品接受度，並促進市場增長。

行業概覽

消費者認知度持續提升。近年來，乳糖不耐症、早產以及若干醫療狀況等嬰幼兒臨床營養問題日益受到關注。由於傳統嬰幼兒配方奶粉無法完全滿足這些特殊需求，父母越來越傾向於為患有過敏或腸胃問題的嬰幼兒選擇更具針對性的產品。這也推動了嬰幼兒FSMP市場的持續增長。

監管政策。中國政府高度重視嬰幼兒FSMP產業的發展，並出台一系列監管與指導性政策，旨在確保產品安全與質量。例如，根據《特殊醫學用途配方食品註冊管理辦法》，對罕見病、臨床急需的配方、尚未獲批的新產品類別實行優先審評。此外，國家於2025年發佈的最新修訂版《特殊醫學用途嬰兒配方食品通則》(GB 25596-2025)計劃於2027年3月16日正式實施。該標準明確了技術要求、原料標準及標籤規範，推動行業向更加標準化、規範化方向發展。同時，新標準通過優化註冊流程的效率與透明度、減輕企業負擔，進一步鼓勵更多企業投身於嬰幼兒FSMP的研發與生產等優化若干措施。

中國嬰幼兒FSMP市場的未來趨勢

產品功能多元化。嬰幼兒FSMP正由解決基礎疾病向服務更多樣化群體拓展，包括早產兒、低出生體重嬰幼兒等。2025年更新的嬰幼兒FSMP規則對必需成分及可選成分的要求進行修訂，以進一步保障產品的安全與功效。為更好滿足臨床實踐及消費者多樣化需求，此次修訂新增六大品類，包括生酮配方、抗反流配方及脂質代謝障礙配方，並分別附有特定關鍵技術要求。這些變化清楚表明，嬰幼兒FSMP功能多樣化的增長趨勢。

集成多渠道開發。隨著銷售渠道持續多元化，嬰幼兒FSMP的分銷正逐漸擴展至醫院和專科診所等傳統醫療渠道之外。企業在保持專業醫療推薦為核心的基礎上，積極拓展零售藥店、母嬰專賣店等非醫療銷售通路，以提升產品的市場觸達。具體而言，線上平台的發展提升了產品可及性與購買便利性，從而推動市場持續增長。

產品升級與研發技術的進步。產品開發日益著重於精準的原料篩選、營養成分配比以及蛋白質水解和生物活性成分強化等關鍵技術，藉此支持母乳低聚糖(「HMO」)、益生元、益生菌及微量營養素靶向強化等應用，以更好地滿足特定嬰幼兒群體的個性化營養需求。此外，預期會逐步提出基於數據分析的個人化營養解決方案，助力公司通過推出更具差異化的產品組合來提升市場競爭力。

行業概覽

中國嬰幼兒FSMP市場的競爭格局

中國嬰幼兒FSMP市場高度集中，2024年前五大公司合共佔零售額的90.8%。就嬰幼兒FSMP的零售額而言，於2024年，本公司在中國排名**第五**，達人民幣6.0億元，市場份額為4.5%。

按嬰幼兒FSMP零售額（中國）計的五大嬰幼兒FSMP公司，2024年

排名	特殊醫學用途嬰兒配方食品公司	特殊醫學用途嬰兒配方食品市場的零售額 (人民幣十億元)	市場份額 (%)
1	公司G	7.0	53.0%
2	公司H	2.3	17.4%
3	公司I	1.3	9.8%
4	公司J	0.8	6.1%
5	本公司	0.6	4.5%
共五家公司		12.0	90.8%
合計		13.2	100.0%

附註：

1. 公司G為一家總部在瑞士沃韋的瑞士證券交易所上市公司，其主要從事生產和經銷嬰幼兒及成人等的特殊醫學用途配方食品。
2. 公司H為一家總部在法國巴黎的泛歐交易所上市公司，其主要從事生產和經銷嬰幼兒及成人等的特殊醫學用途配方食品。
3. 公司I是一家總部在中國青島市的私人公司，其主要從事生產和經銷嬰幼兒及成人等的特殊醫學用途配方食品。
4. 公司J為一家倫敦證券交易所上市公司的全資附屬公司，總部在美國埃文斯維爾，專注於生產和經銷嬰幼兒FSMP。

資料來源：弗若斯特沙利文

中國嬰幼兒FSMP市場的准入壁壘

監管和批准壁壘。嬰幼兒FSMP在進入市場前，都要進行嚴格的監管審閱和批准程序，通常包括臨床試驗驗證、符合營養成份標準和安全性評估。例如，在中國，只有獲國家市場監督管理總局批准的產品才可作為嬰幼兒FSMP上市。審批流程通常比較費時且須投入大量資源，並須具備特定的監管專業知識，給該行業的新進公司設置了巨大的准入壁壘。

技術與專業能力壁壘。中國嬰幼兒FSMP的生產和研發對技術和專業能力要求極為嚴苛。部分產品需要通過水解及酶解作用等特殊工藝，將大分子蛋白分解為小分子，以滿足存在消化吸收障礙的嬰幼兒需求。缺乏技術積累與專業人才的新進入者，通常難以滿足嚴格的工藝與監管要求，從而受限於市場准入。