

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

委託歐睿國際編製的報告

本公司委託獨立市場研究及顧問公司歐睿國際分析二零零七年至二零一四年間中國嬰幼兒食品及嬰幼兒護理用品市場，特別是調查嬰幼兒配方奶粉及兒童益生菌沖劑市場，並就此編撰報告。歐睿國際編撰本集團所委託的報告時並無受本集團影響，已於二零一零年七月發出報告。本集團向歐睿國際支付人民幣300,000元，而本集團認為該收費符合市場水平。

歐睿國際的獨立研究採用一手及二手研究方法從中國多個來源獲取資料。一手研究包括訪問嬰幼兒食品及嬰幼兒護理用品行業的領先參與者、分銷商、零售商、全國或地區產業貿易協會、政府、半官方及其他部門觀察員。二手研究包括收集及審議公司報告、獨立研究報告及歐睿國際本身研究資料庫的數據。由於此研究並未建立數據模型，故未採用任何參數。另一方面，歐睿國際收集及獲得的歷史數據乃基於過去5至13年對嬰幼兒食品及嬰幼兒護理用品行業的持續追蹤，並無任何假設。為確保預測準確，歐睿國際採用調查市場規模、發展趨勢等方面的定量及定性預測標準慣例，這些慣例基於對過往市場發展的全面深入審查，將有關資料與既有的政府或行業數據進行反覆核查，及與行業參與者及專業人士的實地訪談。

在編製行業報告時，歐睿國際假設其所依賴的資料及數據為完整及準確。歐睿國際確認，其概不知悉有任何情況可能令其相信上述假設為不公平、不合理及不完整，亦不知悉有任何情況可能令其相信行業報告內任何預測資料為不可靠、不準確或不完整。

所有一手及二手研究來源乃經初步標準化、查核及驗證，確保歐睿國際分析所用的研究資料來源穩健。所有來源及意見已進行主要分析，據此比較數據、意見及假設得出一組數據和結論。透過上述措施及程序，已作出合理努力確保有關統計數據可靠及準確。

根據與歐睿國際進行的訪問，[●]概無發現任何事情將導致對行業報告內預測數據的可靠性產生任何疑問。董事已確認，行業報告內有關至二零一四年止期間的預測數據與董事本身對市場的理解及其本身對該等數據的預測大致相符。

中國經濟

中國經濟增長

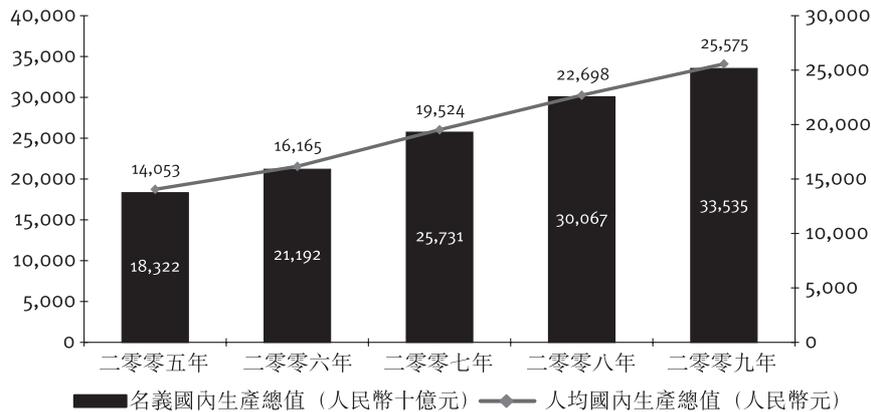
自中國政府於二十世紀七十年代末推行經濟改革以來，中國經濟取得大幅迅速增長。根據中國國家統計局的資料，中國的名義國內生產總值由二零零五年的人民幣183,220億元

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

增至二零零九年的人民幣335,350億元，複合年增長率為16.3%。自二零零五年至二零零九年，中國人均國內生產總值亦由人民幣14,053元增至人民幣25,575元，複合年增長率為16.1%。下圖載列二零零五年至二零零九年中國名義國內生產總值及人均國內生產總值：

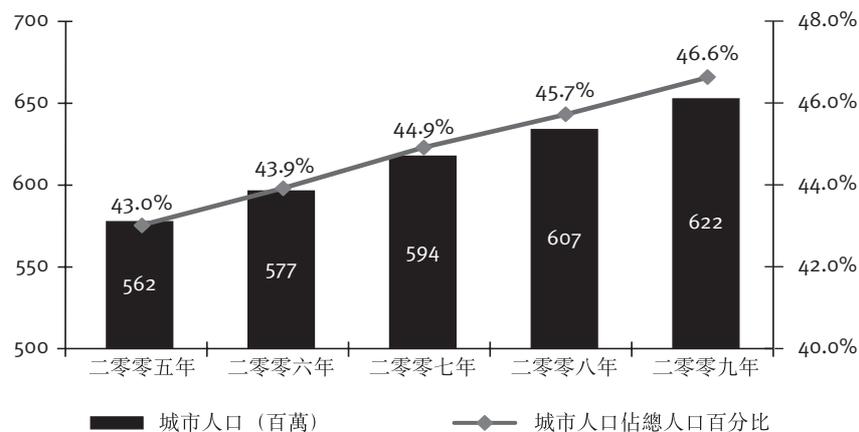
中國名義國內生產總值及人均國內生產總值的增長



資料來源：中國國家統計局

中國城市化發展

隨着經濟迅速發展，中國城市化進程加速。根據中國國家統計局資料，中國城市總人口自二零零五年至二零零九年增長約六千萬人，複合年增長率為2.6%。於二零零五年，城市人口約佔總人口43.0%。根據中國國家統計局資料，城市人口佔總人口比例於二零零九年增至約46.6%。下圖載列中國自二零零五年至二零零九年城市人口數：



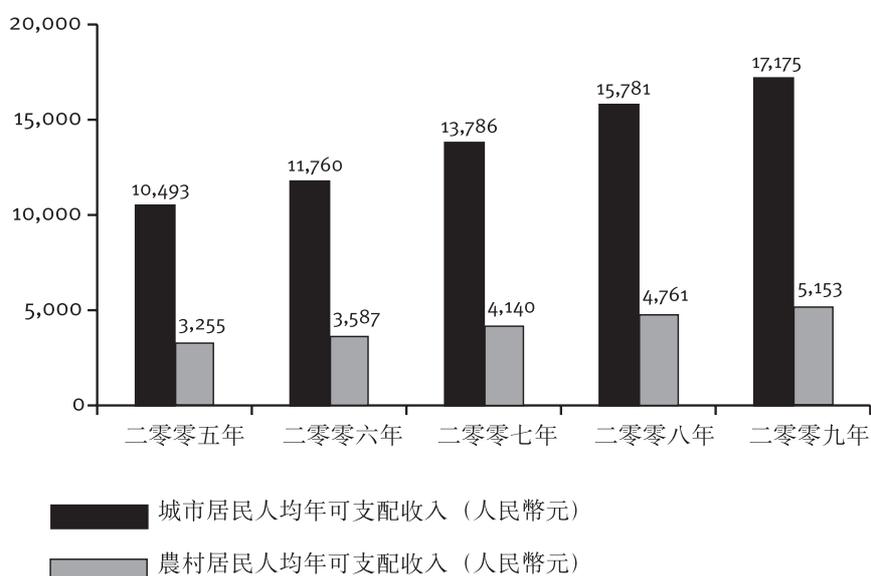
資料來源：中國國家統計局

行業概覽

中國城市及農村家庭可支配收入增長

隨著經濟快速增長，中國城市及農村住戶的個人收入亦不斷增加。根據中國國家統計局，自二零零五年至二零零九年，城市居民的全年人均可支配收入由人民幣10,493元增至人民幣17,175元，複合年增長率為13.1%。同期，農村居民的全年人均可支配收入由人民幣3,255元增至人民幣5,153元，複合年增長率為12.2%。人均收入增加顯示中國消費者購買力不斷上升，因此，中國消費者購買更高端產品的能力增加。下圖載列二零零五年至二零零九年中國城市及農村居民的全年人均可支配收入：

中國城市及農村家庭的人均年可支配收入



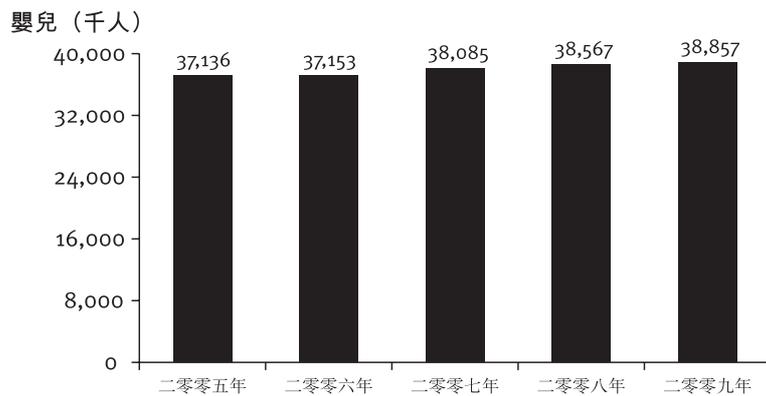
資料來源：中國國家統計局

行業概覽

中國嬰幼兒人數

於二零零五年至二零零九年間，中國的出生率維持在相對穩定的水平。於此期間，新生兒至36個月大的嬰幼兒人數由約37百萬增至約39百萬，複合年增長率為1.1%。我們認為中國嬰幼兒人數於未來數年將繼續以相對穩定的水平增長。下圖載列二零零五年至二零零九年中國嬰幼兒人數：

中國嬰幼兒人數



資料來源：歐睿國際

益生菌沖劑行業

概覽

益生菌被認為是服用後有利於人類健康的活性微生物。根據聯合國糧農組織／世界健康組織目前所採用的定義，益生菌是「數量足夠時有利於宿主健康的活性微生物」。據資料記載的益生菌的多項特定保健效用包括緩解慢性腸道炎疾病、預防及治療病原菌引起的腹瀉、泌尿生殖道感染及過敏性疾病。益生菌沖劑特別適合免疫系統尚在發展中的低齡嬰幼兒和兒童。益生菌最常作為發酵食品的特別添加的活性物質而被消費，如酸奶、豆奶或飲食沖劑。

益生菌沖劑以益生菌菌株製成，創造及準備益生菌菌株需要先進技術、大量實驗、科學證明以及嚴格的環境控制及環境。目前，全球領先的菌株供應商為Danisco、Chr. Hansen及Lallemand。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

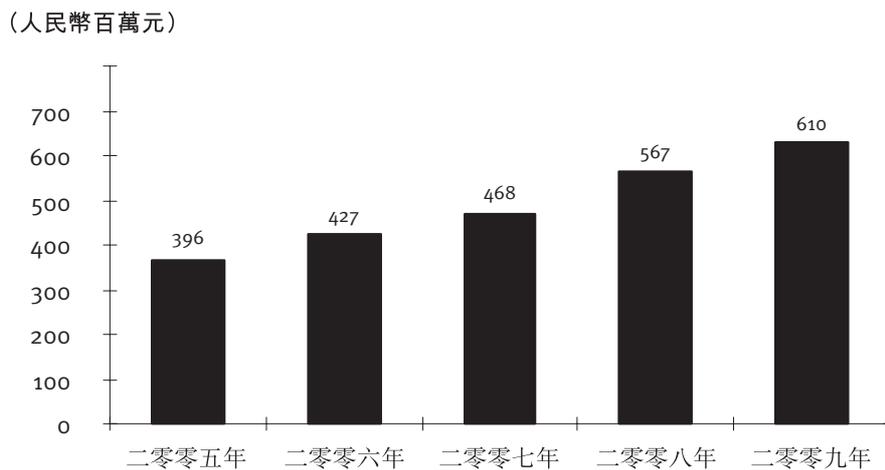
行業概覽

中國益生菌沖劑市場

中國益生菌沖劑市場目前由其產品貼有經國家食品藥品監督管理局批准的保健食品標誌的品牌佔據領導地位。該等品牌在大多數推廣活動稱其益生菌沖劑是保健食品。因此，益生菌沖劑的發展與中國保健品行業的發展緊密相連。由二零零零年至二零零四年，中國保健品行業歷經多次整頓，其實際市場規模增長受到限制。自此，中國政府逐步形成更為嚴格的監管及更高的產品標準，以有效監管市場。

經多年嚴格監管，市場逐漸復蘇，於二零零五年至二零零九年，中國益生菌沖劑市場實現迅猛增長，零售銷售總額由約人民幣396百萬元增至人民幣610百萬元，複合年增長率為11.4%。下圖載列中國益生菌沖劑市場由二零零五年至二零零九年的零售總額規模：

中國益生菌沖劑市場的零售總額規模



資料來源：歐睿國際

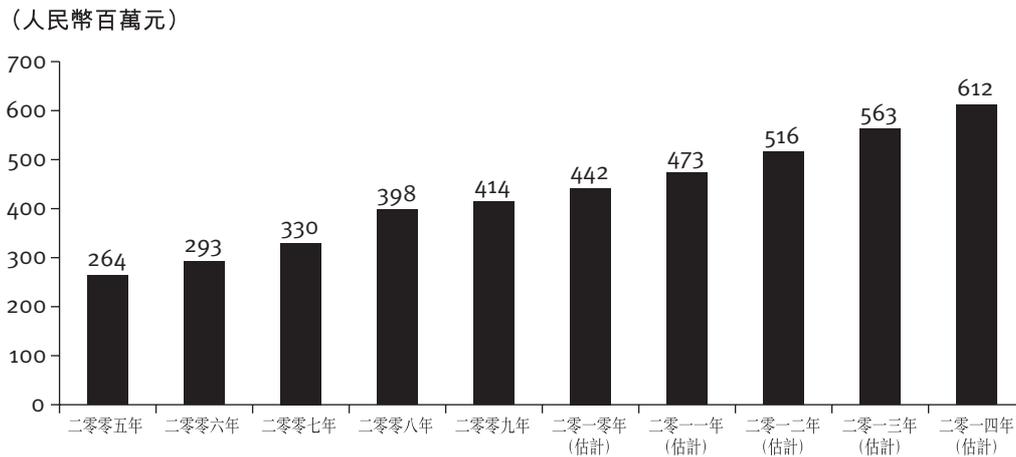
行業概覽

中國兒童益生菌沖劑分部對比

目前，被認為可提升免疫能力的兒童益生菌沖劑的主要消費群體為中國嬰幼兒及兒童。部分產品亦加入牛初乳及DHA，以進一步增加保健功能。

二零零五年至二零零八年，兒童益生菌沖劑分部的增長快於成人分部。儘管於二零零九年增長趨勢放緩，已轉變為穩定增長，但這與成熟市場的發展趨勢相吻合。據估計，二零一四年兒童分部的零售銷售市場將達人民幣612百萬元，二零一零年至二零一四年期間的複合年增長率為8.5%。下圖載列二零零五年至二零一四年中國兒童益生菌沖劑的市場發展趨勢：

中國兒童益生菌沖劑市場的市場預測



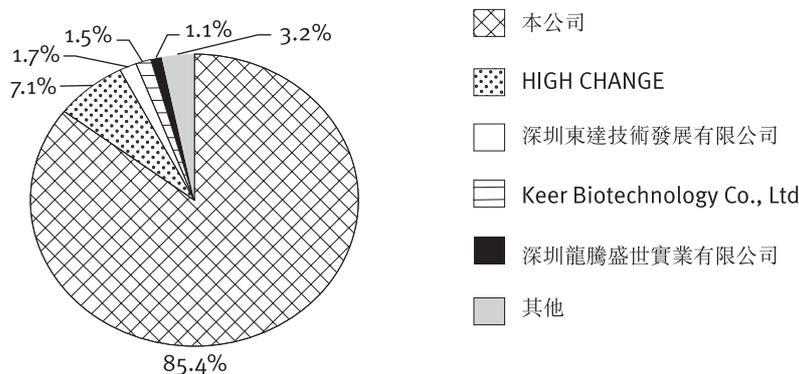
資料來源：歐睿國際

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

中國兒童益生菌沖劑市場競爭

本公司一直是中國兒童益生菌沖劑市場的最大公司並佔據領導地位。根據歐睿國際的估計，於二零零九年，我們的兒童益生菌沖劑的零售總額佔85.4%的市場份額。HIGH CHANGE為第二大公司，佔7.1%的市場份額，之後依次是深圳東達技術發展有限公司、Keer Biotechnology Co., Ltd及深圳龍騰盛世實業有限公司。五大供應商的總零售銷售額佔中國兒童益生菌沖劑市場的96.8%。下圖載列二零零九年不同品牌兒童益生菌沖劑佔益生菌沖劑的估計市場份額：



資料來源：歐睿國際

嬰幼兒食品行業概覽

全球嬰幼兒食品行業

嬰幼兒食品包括嬰幼兒配方奶粉及其他嬰幼兒食品(如速食嬰幼兒食品、乾製嬰幼兒食品及其他)。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

根據歐睿國際的資料，於二零零九年，按零售價值總額計算中國嬰幼兒食品市值為4,986百萬美元，僅次於美國，為世界第二大嬰幼兒食品市場。本公司相信，按零售銷售價值計算，中國有潛力於近年成為世界最大市場的國家。下表載列二零零五年至二零一四年八個選定國家的歷史及預計零售銷售總額：

(年度，百萬美元)

	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年 (估計)	二零一一年 (估計)	二零一二年 (估計)	二零一三年 (估計)	二零一四年 (估計)	複合年 增長率 (零五年至 零九年)
中國	1,751	2,285	3,055	4,192	4,986	5,836	6,876	8,051	9,300	10,631	29.9%
美國	5,573	5,815	6,212	6,392	6,504	6,449	6,409	6,381	6,375	6,437	3.9%
法國	1,481	1,554	1,781	1,980	1,829	1,872	1,919	1,968	2,021	2,082	5.4%
日本	995	928	914	1,065	1,026	1,011	996	982	968	955	0.8%
德國	879	902	1,028	1,117	1,007	999	995	995	994	994	3.5%
英國	730	767	871	893	906	931	950	964	975	982	5.6%
韓國	537	560	562	472	465	447	431	415	400	386	-3.5%
印度	243	256	305	319	332	352	374	396	420	445	8.2%

資料來源：歐睿國際

根據歐睿國際的資料，由於中國經濟增長強勁及家庭可支配收入增加，由二零零五年至二零零九年，中國的嬰幼兒食品全年人均消耗量按28.4%的複合年增長率大幅增長。然而，二零零九年中國的嬰幼兒食品全年人均消耗量仍分別僅為法國及美國的六分之一及四分之一，顯示中國嬰幼兒食品市場仍有巨大增長潛力。下表載列二零零五年至二零零九年八個選定國家嬰幼兒食品的全年人均消費：

(年度，美元)

	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	複合年增長率 (零五年至 零九年)
中國	47	62	80	109	128	28.4%
法國	648	678	770	851	784	4.9%
美國	456	470	495	501	503	2.5%
德國	411	429	498	554	506	5.4%
南韓	377	409	420	354	349	-1.9%
英國	351	360	402	408	415	4.3%
日本	315	304	305	361	353	2.8%
印度	3	3	4	4	5	8.3%

資料來源：歐睿國際

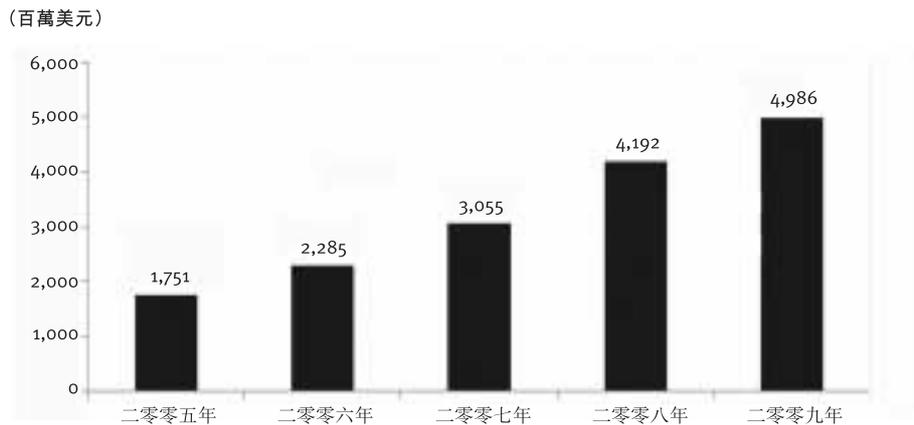
行業概覽

中國嬰幼兒食品行業

根據歐睿國際的資料，二零零九年，嬰幼兒配方奶粉佔中國嬰幼兒食品市場份額近90.0%，而其他嬰幼兒產品則佔餘下的10.0%市場份額。由於嬰幼兒配方奶粉可能是嬰幼兒獲得營養，以幫助腦部及骨骼發育以及提高免疫力的唯一來源，故嬰幼兒配方奶粉產品主導現今中國嬰幼兒食品市場。

由於中國經濟快速發展，城鄉居民人均可支配收入增加，中國嬰幼兒食品市場發展迅猛。中國嬰幼兒食品的零售銷售總額由二零零五年約1,751百萬美元增至二零零九年4,986百萬美元，複合年增長率達29.9%。中國嬰幼兒食品的零售銷量由二零零五年約192,500噸增至二零零九年403,900噸，複合年增長率達20.4%。從中國嬰幼兒食品市場的平均售價上升方面分析，零售銷售額增長的幅度高於零售銷量增長。下圖載列於二零零五年至二零零九年期間中國嬰幼兒食品市場的零售銷售總額及零售銷量的增長趨勢：

中國嬰幼兒食品市場的零售額

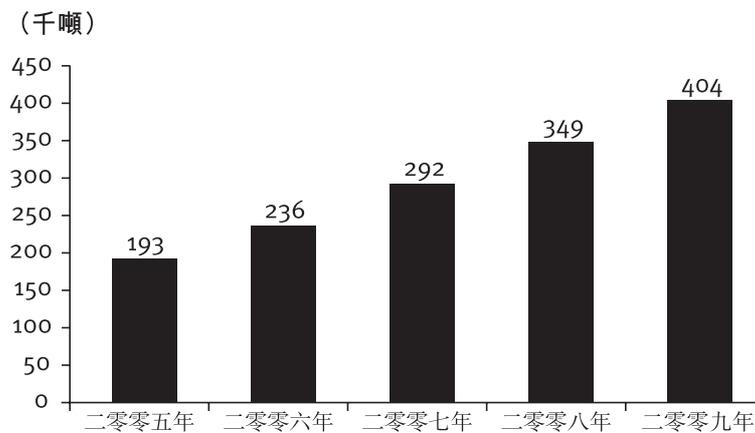


資料來源：歐睿國際

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

中國嬰幼兒食品零售銷量



資料來源：歐睿國際

根據歐睿國際，我們的嬰幼兒食品於二零零九年在中國所佔的市場份額為1.11%。

中國嬰幼兒配方奶粉行業

概覽

中國是世界上人口最多的國家，亦是世界上嬰幼兒配方奶粉市場增長最快的國家之一。中國雙薪家庭的增加趨勢及嬰幼兒配方奶粉產品提供便利及全面的營養價值，導致越來越多的中國母親接受嬰幼兒配方奶粉作為其嬰幼兒的母乳的代替品。

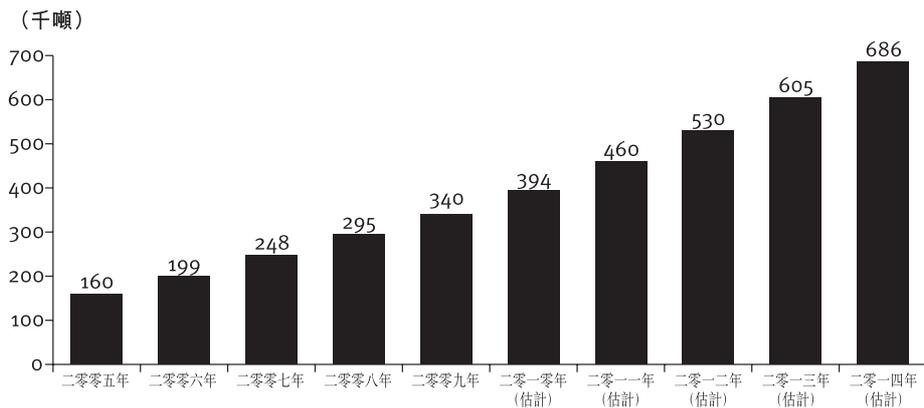
中國嬰幼兒配方奶粉行業因其不斷城市化、可支配收入的增加及在職母親人數增加的緣故而迅速擴大。中國嬰幼兒配方奶粉零售總銷量由二零零五年約160,200噸增加至二零零九年的340,300噸，複合年增長率為20.7%。由於中國嬰幼兒配方奶粉市場的增長主要是因高端及超高端嬰幼兒配方奶粉產品以較高的價格銷售，故預計中國嬰幼兒配方奶粉市場的價值的增加較配方奶粉零售量相應的增長的速度為高。根據歐睿國際的資料，零售銷量於

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

二零一四年估計將達致685,600噸，與二零一零年相比，複合年增長率為14.9%，而於二零一四年零售額估計將達致人民幣69,401百萬元，與二零一零年相比，複合年增長率為17.2%。下圖載列中國於二零零五年至二零一四年的嬰幼兒配方奶粉的零售銷量實際及估計發展趨勢：

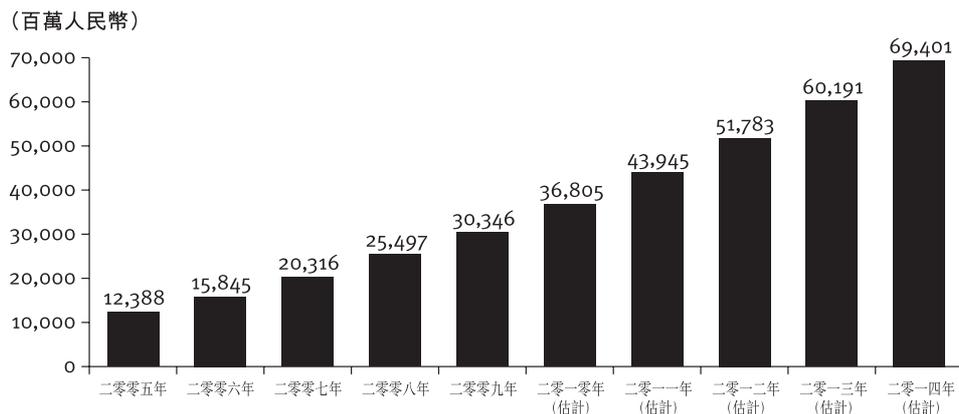
中國嬰幼兒配方奶粉市場的零售總銷量



資料來源：歐睿國際

下圖載列中國於二零零五年至二零一四年的嬰幼兒配方奶粉的零售銷售總額的實際及估計發展趨勢：

中國嬰幼兒配方奶粉市場的零售銷售總額



資料來源：歐睿國際

行業概覽

由於二零零八年最後一個季度發生三聚氰胺事件導致二零零九年的按年增長速度放慢。由於三聚氰胺事件已影響中國大多數嬰幼兒及兒童的健康，許多父母已對國內生產的嬰幼兒配方奶粉失去信心。自三聚氰胺事件以來，中國的領先品牌花費龐大資源說服中國人相信其乳製品的安全。中國的消費者信心水平逐漸從二零零八年爆發的危機中恢復。由於事件後價格普遍上漲，二零零八年仍有25.5%的高增長率。然而，於二零零九年，價值規模增長率下降到19.0%，證明中國市場仍處於復蘇的狀態。

我們認為，中國市場的嬰幼兒配方奶粉品牌按零售價格大致可分為四類：

- 低端價位嬰幼兒配方奶粉—每900克零售價格低於或等於人民幣100元；
- 中端價位嬰幼兒配方奶粉—每900克零售價格介乎人民幣101元至人民幣200元；
- 高端價位嬰幼兒配方奶粉—每900克零售價格介乎人民幣201元至人民幣300元；及
- 超高端價位嬰幼兒配方奶粉—每900克零售價格高於或等於人民幣301元。

根據歐睿國際，在中國嬰幼兒配方奶粉市場，不同價格和質量的嬰幼兒配方奶粉產品並無正式的行業分類。因此，上述分類乃根據董事對中國的瞭解和經驗以及歐睿國際對中國嬰幼兒配方奶粉市場進行市場研究後釐定。根據歐睿國際進行的市場研究所取得的資料，嬰幼兒配方奶粉產品的零售價介乎約每900克人民幣70元至約每900克人民幣380元或以上。鑒於這個價格範圍及研究所涉及的产品零售價分佈，董事認為，從市場彙集的不同產品的價格可以大致劃分為以上四個類別，惟有關分類目前未必採納為行內分類。

中國嬰幼兒配方奶粉市場目前由高端價位及中端價位嬰幼兒配方奶粉市場分部主導，二零零九年的價值分別約為人民幣11,501百萬元及人民幣12,624百萬元。於二零零九年，高端價位及中端價位分部合併佔中國嬰幼兒配方奶粉市場規模總額的79.5%。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

我們專注推廣超高端價位及高端價位嬰幼兒配方奶粉。隨著中國經濟蓬勃發展，超高端價位分部在中國冒起並逐步發展。消費者認為，超高端價位及高端價位嬰幼兒配方產品較低端價位的類似產品更安全優質。大部分超高端及高端嬰幼兒配方產品產自發達國家或採用進口成分，通常添加特別成分。因三聚氰胺事件導致客戶喜好改變推動了超高端價位分部的發展，若干領先生產商開始將產品定價提至較高水平。於二零零九年，超高端價位分部的價值為人民幣1,214百萬元，與二零零五年相比，複合年增長率為48.8%。

目前，超高端價位及高端價位分部的消費者大部分位於購買力較高的城市。在中國經濟發展前景、中國家長在三聚氰胺事件後對健康問題更加關注、生活水平提高以及家庭購買力提升的推動下，我們預計超高端價位分部將於未來數年成為增長最快的市場，其次為高端價位分部。根據歐睿國際的估計，超高端價位分部的價值規模將於二零一四年預計達到人民幣3,817百萬元，二零一零年至二零一四年的複合年增長率為21.2%。下表載列所示期間按價格水平劃分的中國嬰幼兒配方奶粉市場價值的實際及估計規模明細：

中國嬰幼兒配方奶粉市場價值規模明細

(年度，人民幣百萬元)

	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年 (估計)	二零一一年 (估計)	二零一二年 (估計)	二零一三年 (估計)	二零一四年 (估計)	複合年 增長率 (零五至 零九年)
嬰幼兒配方奶粉產品	12,388	15,845	20,316	25,497	30,346	36,805	43,945	51,783	60,191	69,401	25.1%
按年增長百分比		27.9%	28.2%	25.5%	19.0%	21.3%	19.4%	17.8%	16.2%	15.3%	-
包括：											
超高端價位	248	317	437	688	1,214	1,767	2,307	2,770	3,262	3,817	48.8%
按年增長百分比		27.9%	37.8%	57.6%	76.3%	45.5%	30.6%	20.1%	17.8%	17.0%	-
高端價位	4,509	5,831	7,527	9,765	11,501	14,060	16,941	20,014	23,342	26,997	26.4%
按年增長百分比		29.3%	29.1%	29.7%	17.8%	22.2%	20.5%	18.1%	16.6%	15.7%	-
中端價位	4,769	6,211	8,086	10,454	12,624	15,311	18,325	21,594	25,160	29,010	27.6%
按年增長百分比		30.2%	30.2%	29.3%	20.8%	21.3%	19.7%	17.8%	16.5%	15.3%	-
低端價位	2,862	3,486	4,266	4,590	5,007	5,668	6,372	7,405	8,427	9,577	15.0%
按年增長百分比		21.8%	22.4%	7.6%	9.1%	13.2%	12.4%	16.2%	13.8%	13.7%	-

資料來源：歐睿國際

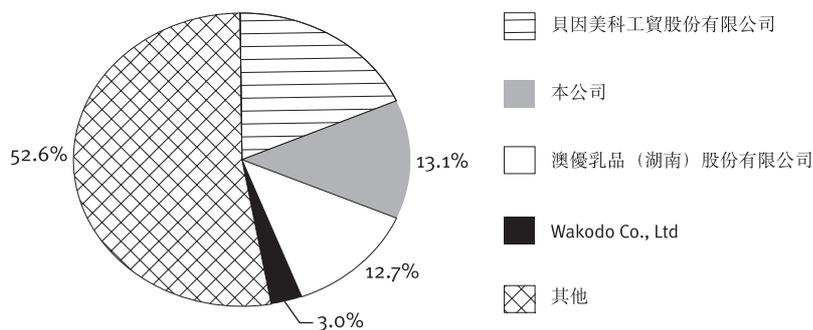
本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

中國嬰幼兒配方奶粉行業超高端價位分部的競爭

根據歐睿國際的資料，於二零零九年在中國嬰幼兒配方奶粉行業超高端價位分部內，本公司定位為第二大品牌，市場份額為13.1%。四大供應商的零售銷售總額佔中國超高端價位嬰幼兒配方奶粉市場的47.4%。我們繼續致力在超高端價位分部佔據領先地位的同時，亦爭取在高端價位分部獲得更高市場佔有率。

下圖載列超高端價位嬰幼兒配方奶粉市場於二零零九年的市場份額：



資料來源：歐睿國際

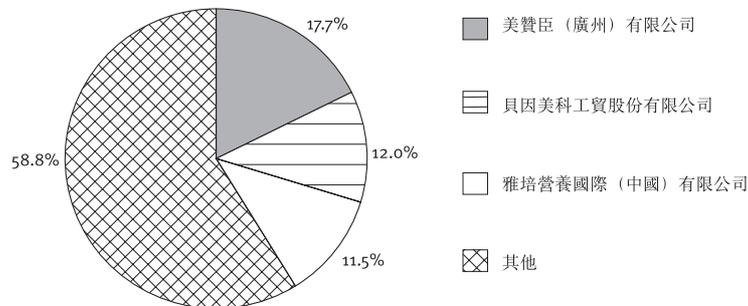
中國高端嬰幼兒配方奶粉行業的競爭

根據歐睿國際的資料，就銷售額而言，中國嬰幼兒配方奶粉行業的高端價位分部的前三大供應商是美贊臣(廣州)有限公司、貝因美科工貿股份有限公司及雅培營養國際(中國)有限公司。美贊臣及雅培為國際品牌，而貝因美為國內品牌，其嬰幼兒配方奶粉乃由海外

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

採購並進口至中國的奶粉製造。於二零零九年，三大品牌的總銷售價值佔高端價位嬰幼兒奶粉分部銷售額41.0%。於二零零九年，本公司佔高端價位分部市場價值的1.3%。下圖載列二零零九年中國高端價位嬰幼兒配方奶粉的市場份額：



資料來源：歐睿國際

中國的三聚氰胺事件及其他近期事件

在中國甘肅省16名嬰幼兒進食河北三鹿集團生產的嬰幼兒配方奶粉被診斷出腎結石後，三聚氰胺事件於二零零八年七月十八日被公開報道。發生此事件後，中國政府的調查表明其他21家中國公司生產的嬰幼兒配方奶粉產品亦含有三聚氰胺。據了解，三聚氰胺已導致中國上千名嬰幼兒出現健康問題。國家質檢總局公佈，21家國內乳製品公司生產的756個嬰幼兒配方奶粉產品批次中有42個批次含有三聚氰胺。此次事件削弱了消費者對採用採購自中國奶場的牛奶生產的配方奶粉的信心，導致該等產品的購買量大幅下降，進而導致國內產量減少。

我們相信，中國許多在三聚氰胺事件前原先購買以國內採購的奶粉生產的嬰幼兒配方奶粉產品的消費者已轉向使用採購自國外的奶粉生產嬰幼兒配方的品牌，因為國外生產的奶粉被視為更優質的產品。

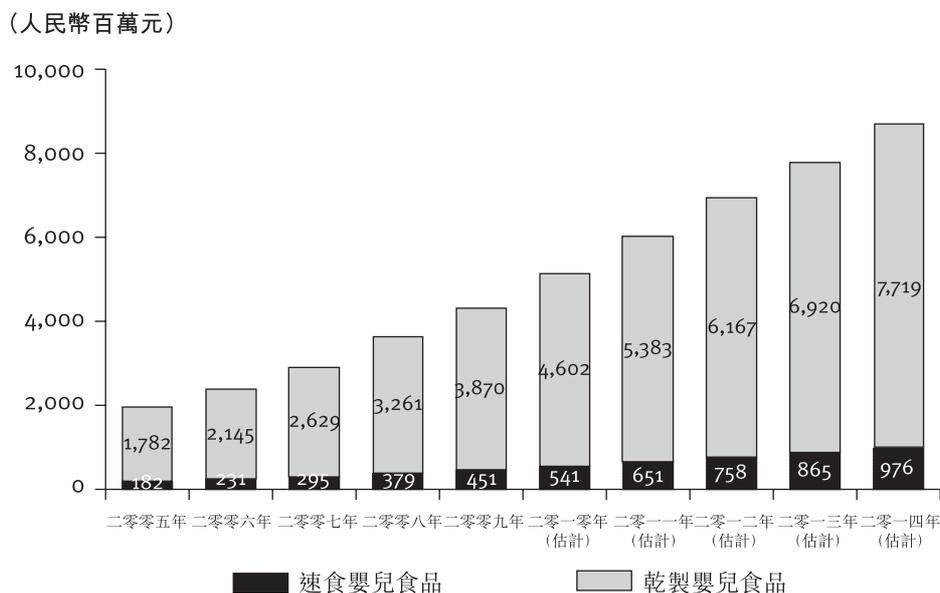
行業概覽

中國其他嬰幼兒食品行業

其他嬰幼兒食品包括速食嬰幼兒食品、乾製嬰幼兒食品及其他，而乾製嬰幼兒食品在市場佔主導地位。速食嬰幼兒食品為瓶裝或罐裝毋須任何烹飪（加熱除外）而出售的嬰幼兒食品。該類別包括嬰幼兒酸奶、冷凍甜點、湯、冰淇淋。乾製嬰幼兒食品指食用前須加水且通常以小包裝的食品。穀物製品及脫水湯為該類中的主要產品。

於二零零九年，其他嬰幼兒食品市場的零售銷售總額為人民幣4,321百萬元，自二零零五年至二零零九年期間複合年增長率為21.8%。於該期間，乾製嬰幼兒食品類別有相當大地擴展，且發展更迅速。於二零零九年，乾製嬰幼兒食品的零售額達致人民幣3,870百萬元。隨著中國經濟發展良好，中國家庭購買力的提高，預計嬰幼兒的飲食結構變得豐富。自二零一零年至二零一四年，估計中國其他嬰幼兒食品市場的總零售額由約人民幣5,143百萬元增至人民幣8,695百萬元，複合年增長率為14.0%。下圖載列二零零五年至二零一四年中國其他嬰幼兒食品市場的實際及估計價值規模明細：

中國其他嬰幼兒食品市場的價值規模明細



資料來源：歐睿國際

根據歐睿國際的資料，我們的其他嬰幼兒食品於二零零九年在中國所佔的市場份額為1.71%。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

中國嬰幼兒護理用品行業

中國嬰幼兒護膚及護髮用品市場

嬰幼兒護膚及護髮產品包括嬰幼兒洗護用品、嬰幼兒護髮產品、嬰幼兒護膚品亦有嬰幼兒防曬產品。

中國嬰幼兒護膚及護髮市場的零售銷售總額由二零零五約人民幣1,886百萬元增至二零零九年人民幣2,880百萬元，複合年增長率達11.2%。於四種嬰幼兒護膚及護髮產品中，嬰幼兒護膚用品近年增長最快，其後依次為嬰幼兒洗護用品、嬰幼兒護髮產品及嬰幼兒防曬產品。不久將來，嬰幼兒護膚產品預期將會保持其快速增長速度，而嬰幼兒護髮產品則於二零一零年至二零一四年間預期趕超嬰幼兒洗護用品，成為增長速度第二快。於二零一四年，嬰幼兒護膚及護髮市場的零售銷售總額預期達約人民幣5,011百萬元，當中嬰幼兒護膚用品、嬰幼兒洗護用品、嬰幼兒護髮產品及嬰幼兒防曬產品依次估計各佔整個市場49.2%、37.2%、11.9%及1.7%。下表載列中國嬰幼兒護膚及護髮市場於二零零五年至二零一四年期間的實際及估計發展趨勢市場預測：

中國嬰幼兒護理市場的市場預測

(年度，人民幣百萬元)

	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年 (估計)	二零一一年 (估計)	二零一二年 (估計)	二零一三年 (估計)	二零一四年 (估計)	複合年 增長率 (零五年至 零九年)
嬰幼兒護膚及護髮產品	1,886	2,081	2,363	2,700	2,880	3,164	3,516	3,937	4,433	5,011	11.2%
按年增長百分比		10.3%	13.6%	14.3%	6.6%	9.9%	11.1%	12.0%	12.6%	13.0%	-
包括：											
嬰幼兒洗護	723	804	910	1,039	1,102	1,205	1,332	1,482	1,659	1,864	11.1%
按年增長百分比		11.2%	13.2%	14.2%	6.0%	9.4%	10.5%	11.3%	11.9%	12.4%	-
嬰幼兒護髮	234	257	288	325	343	374	416	468	529	599	10.1%
按年增長百分比		9.7%	12.3%	12.7%	5.7%	9.1%	11.2%	12.4%	13.0%	13.3%	-
嬰幼兒護膚	891	979	1,119	1,285	1,380	1,526	1,704	1,918	2,169	2,464	11.6%
按年增長百分比		9.8%	14.3%	14.8%	7.4%	10.6%	11.7%	12.5%	13.1%	13.6%	-
嬰幼兒防曬	38	42	46	52	55	59	64	69	76	85	9.3%
按年增長百分比		8.6%	11.3%	12.3%	5.0%	7.5%	8.3%	9.1%	10.1%	10.9%	-

資料來源：歐睿國際

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

一次性尿褲及一次性尿布／尿片市場

中國一次性尿褲及一次性尿布／尿片市場的零售銷售總值於二零零九年達約人民幣16,811百萬元，當中一次性尿布／尿片佔近97.6%。

一次性尿布／尿片分部可分為三類，當中包括(i)新生兒尿布／尿片，適用體重為2至5公斤的新生兒；(ii)標準尿布／尿片，適用體重為6至10公斤的嬰幼兒或兒童；及(iii) 幼兒尿布／尿片，適用體重超逾11公斤的嬰幼兒及兒童。其中，標準尿布市場份額最大，其零售總值於二零零九年約人民幣8,870百萬元，佔中國一次性尿布／尿片市場的54.0%，而新生兒尿布及幼兒尿布則各佔29.1%及16.8%。二零一四年的一次性尿布／尿片市場份額分析預期與二零零九年相若。下表載列中國一次性尿布／尿片市場於二零零五年至二零一四年期間的實際及估計零售金額以及按年遞增值：

中國一次性尿布／尿片市場的市場預測

(年度，人民幣百萬元)

	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年 (估計)	二零一一年 (估計)	二零一二年 (估計)	二零一三年 (估計)	二零一四年 (估計)	複合年 增長率 (零五年 至零九年)
一次性尿布／尿片	4,807	6,809	9,921	13,265	16,413	19,983	23,936	28,437	33,509	38,824	35.9%
按年增長百分比		41.7%	45.7%	33.7%	23.7%	21.8%	19.8%	18.8%	17.8%	15.9%	—
包括：											
幼兒	796	1,131	1,628	2,203	2,762	3,407	4,135	4,979	5,945	6,981	36.5%
按年增長百分比		42.1%	44.0%	35.3%	25.3%	23.4%	21.4%	20.4%	19.4%	17.4%	—
新生兒	1,417	2,017	2,962	3,914	4,780	5,744	6,787	7,954	9,243	10,558	35.5%
按年增長百分比		42.3%	46.9%	32.1%	22.1%	20.2%	18.2%	17.2%	16.2%	14.2%	—
標準	2,594	3,661	5,331	7,148	8,870	10,832	13,013	15,505	18,321	21,285	36.0%
按年增長百分比		41.2%	45.6%	34.1%	24.1%	22.1%	20.1%	19.1%	18.2%	16.2%	—

資料來源：歐睿國際

由於嬰幼兒紙尿褲及護墊分別於二零一零年五月及二零一零年七月才推出市場，故我們於中國嬰幼兒護理行業的市場份額甚小。