

行業概覽

本節所提供有關我們所在行業的若干資料及統計數據，乃摘錄自政府官方來源。此外，本節及[編纂]其他部分所載的若干資料，乃摘錄自就本[編纂]我們委託編製的報告或弗若斯特·沙利文編製的弗若斯特·沙利文報告。⁽¹⁾我們相信本「行業概覽」一節資料的來源乃有關資料的合適來源，並在摘錄及轉載有關資料時力求審慎。我們並無理由相信該等資料存在嚴重錯誤或誤導成分，或當中遺漏任何事實致使該等資料存在嚴重錯誤或誤導成分。董事確認，經採取合理謹慎措施後，彼等並不知悉自弗若斯特·沙利文報告日期以來市場資訊出現任何不利變動而可能限制、抵觸本節資料或對本節資料的質量產生不利影響。然而，相關資料未經我們、聯席保薦人、包銷商或參與[編纂]的任何其他各方獨立核證，且並無就該等資料的準確性作出任何聲明。除另有所指外，本節所有數據及預測源自弗若斯特·沙利文報告。

有機食品市場

為什麼是有機？

於過往十年內，為提高產能及增加收益，在農業生產中向農民推廣使用合成化學物質。如今，目前使用的相關化學物質的安全性仍有大量不確定性。在現代傳統農業生產中

(1) 本「行業概覽」一節載有摘錄自就本[編纂]委託編製的報告或弗若斯特·沙利文編製的弗若斯特·沙利文報告。我們就編製及使用弗若斯特·沙利文報告向弗若斯特·沙利文支付的合約款項為人民幣1.09百萬元，且我們相信該等費用反映市場價格。

調查方法

在撰寫及編製弗若斯特·沙利文報告時，弗若斯特·沙利文亦採用了以下的方法：

- 詳盡的一手研究，包括與領先的行業參與者及業內專家討論行業的狀況。
- 液態奶消費調查收集了四個城市共1,200名受訪者的意見。透過是次消費者調查，弗若斯特·沙利文已獲得有關該等城市消費者的行為以及其對液態奶產品及有機液態奶產品的態度的資料。
- 二手研究涉及審閱公司報告、獨立調查報告及弗若斯特·沙利文本身調查數據庫的數據。
- 預測數據乃由根據宏觀經濟數據編製的過往數據分析及特定行業相關驅動因素綜合所得。

預測基準及假設

弗若斯特·沙利文乃根據下列基準及假設編製弗若斯特·沙利文報告：

- 中國經濟預期在未來十年內保持穩定增長；
- 中國社會、經濟及政治環境預期於預測期間維持穩定；
- 人均可支配收入增加、迅速的城市化、人均消費較發達國家低、健康意識不斷提高、對高檔產品的需求不斷增加及分銷網絡改善等主要市場驅動因素預期將促進中國乳品市場的發展；
- 主要驅動因素(包括中國居民的可支配收入不斷增加、消費者越來越重視健康及液態奶的消費群體不斷擴大)可望推動中國液態奶市場的發展。
- 市場調查於二零一四年六月完成。

關於弗若斯特·沙利文

弗若斯特·沙利文為獨立全球諮詢公司，於一九六一年在紐約成立。其提供行業調查及市場策略，並提供發展顧問服務及企業培訓。其在中國的行業覆蓋範圍包括汽車與交通、化工、材料及食品、商業航空、消費品、能源與電力系統、環境及建築技術、保健、工業自動化及電子工程、工業與機械及技術、媒體及電訊及金融服務。

行業概覽

使用抗生素、合成激素及轉基因生物提高產量亦會對人類及動物的健康造成隱患。尤其由於中國發生一系列食品污染事件，食品安全愈來愈受到中國消費者的關注。歐盟、美國及中國的有機認證標準主要採用禁止使用合成農藥或肥料、合成激素、抗生素、轉基因生物及推廣動物福利的共同原則。有關歐盟、美國及中國有機標準詳情，請參閱「中國的原料奶生產－有機原料奶－有機奶認證」。該等公認原則亦在若干程度上反映將任何對環境、動物及人類的潛在損害盡量減低的有機生產理念，並跟從生物機體的自然法，強調所有生命乃互相依賴及可持續性的價值。

下列釋義簡要敘述我們如今所知的有機食品概念。

- 「有機農業」－透過一系列流程建立起來的一整套系統方法，從而產生可持續性生態系統、安全食品、充分營養及動物福利。有機農業會盡量減少場外採購投入而採用管理辦法恢復、維持及加強生態平衡。
- 「有機食品」－使用有機耕作的方式生產的食品，限制使用合成殺蟲劑及肥料等現代合成物質。有機食品並非使用輻射、工業溶劑或轉基因技術加工而成。在製作有機食品的過程中亦禁止使用抗生素、合成激素及其他化學食品添加劑。

中國的有機食品市場

由於有機概念在中國較遲出現，有機食品並無在中國市場進行全面滲透。中國有機食品的人均開支於二零一三年僅為4美元。相比之下，有機食品較廣受西方國家的消費者接納。二零一三年，德國、美國及法國有機食品的人均開支分別為118美元、102美元及88美元。

全球有機食品零售市場由二零零九年的550億美元增至二零一三年的817億美元，複合年增長率為10.4%。於二零一三年全球逾160個國家消費有機食品。美國以及德國、法國及英國等歐洲國家均為有機食品消費大國。隨著全球消費者愈加注重有機食品，全球有機食品零售市場可望由二零一三年起按14.9%的複合年增長率增長，於二零一八年達致1,634億美元。屆時預計有機食品會愈來愈受歡迎，普通消費者均可消費。中國的有機食品市場增長迅速。中國有機食品零售市場由二零零九年的16億美元增至二零一三年的53億美元，預計於二零一八年達致240億美元。中國佔全球有機食品零售市場的份額亦預期增至二零一八年的14.7%，而二零零九年及二零一三年則分別為2.8%及6.4%。

行業概覽

未來趨勢及增長動力

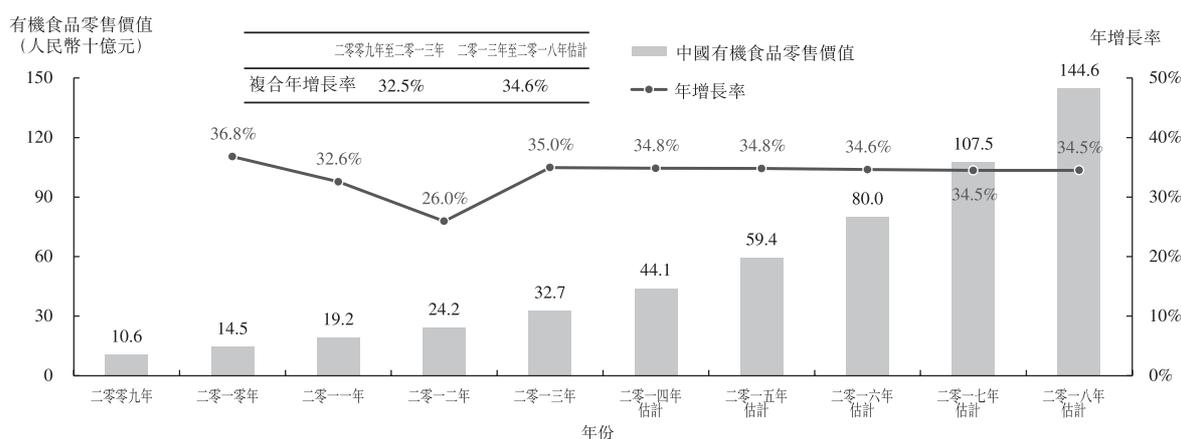
未來全球有機食品市場可能會繼續保持增長，主要的增長驅動因素來自於供求兩方面。需求方面。隨著消費者日益注重健康，近年來全球有機食品市場有所增長，未來可能會推動此市場繼續增長。預計有機食品的滲透率提高會增加其受歡迎程度及供應。隨著零售分銷渠道(包括更多實體店以及網上分銷渠道)的擴大可望配合市場發展。供應方面，於二零一三年，全球逾160個國家生產及消費有機食品。隨著國家政策及政府對有機食品的監管日趨成熟，更多供應商可能會涉足有機食品市場。在新產品開發上投入更多研發努力，為市場從業者提供巨大商機，亦可能在需求方面推動有機食品市場的發展。

基於相關增長驅動因素，預計中國有機食品市場會出現以下增長趨勢：

- **迅速市場增長。**隨著中國消費者可支配收入逐漸增加及對健康的意識日漸提高，中國有機食品市場過去數年增長迅速，並預期未來會繼續迅速增長。預計會有更多消費者食用有機食品。
- **供應增多。**儘管發展迅速，但中國有機食品市場仍然集中在大城市，尤其是一線城市。有機食品的分銷渠道與傳統食品相比亦有限。隨著分銷渠道(如網上渠道)的發展，有機食品預期會在中國更多城市及地區增加供應，這將促進有機食品市場的增長。
- **產品更多元化。**中國有機食品市場的產品類別有限，仍然落後於西方國家。中國目前的主要有機產品為有機牛奶、有機水果及有機蔬菜。有機肉(如牛肉及豬肉)及有機家禽在中國並不普遍。隨著中國有機食品市場的發展，可能會逐漸增加產品數量來豐富有機食品組合。

行業概覽

二零零九年至二零一三年，中國有機食品市場進入迅速增長階段。有機食品種類日漸增加及生活水平的提高促進了市場增長。二零零九年至二零一三年，中國有機食品零售市場由人民幣106億元增至人民幣327億元，複合年增長率為32.5%，並預期進一步增加至二零一八年的人民幣1,446億元，二零一三年至二零一八年間的複合年增長率為34.6%。下圖列示中國有機食品於二零零九年至二零一三年的消費情況及二零一四年至二零一八年的預測情況。相比之下，二零零九年至二零一三年，中國的食品零售市場價值以複合年增長率17.2%增長，而二零一三年至二零一八年則很可能會按複合年增長率13.8%擴展。



有機食品認證

有機認證為有機食品及其他有機農產品(包括有機牛奶及乳製品)的生產者的認證流程。有機認證擬為確保質量及防止欺詐，旨在監管及促進有機產品的銷售。各國認證規定不盡相同，通常在種植、加工、儲存、包裝及運輸等方面擁有一系列生產標準。中國最常採用的認證標準包括美國、日本、歐盟以及中國的認證標準。

中國乳製品行業

中國乳製品行業於二十世紀九十年代開始迅速增長，近年來保持增長勢頭。於二零一三年，中國乳製品市場(包括UHT及鮮奶、奶粉、酸奶及其他乳製品)的總零售價值為人民幣3,004億元，並預計以複合年增長率11.3%進一步增長至二零一八年的人民幣5,134億元。

行業概覽

行業價值鏈

中國乳製品行業供應鏈包括飼料種植及加工、奶牛養殖及乳製品生產及銷售。一條整合而可追溯的供應鏈被公認為能在飼料加工、擠奶、原料奶生產以及製成品運輸及儲存的質量控制中確保原料奶質量的有效解決方法，這是因為垂直整合業務模式能理順整條乳品產業價值鏈關鍵環節不同參與者之間的利益。下表載列中國主要乳品公司垂直整合程度的比較。(1)

	飼料種植	奶牛養殖及原料奶供應	乳製品市場
聖牧 ⁽²⁾	✓	✓	✓
輝山集團	✓	✓	✓
光明		✓	✓
現代牧業		✓	✓
新希望		✓	✓
衛崗		✓	✓
原生態		✓	
蒙牛集團			✓
伊利集團 ⁽²⁾			✓
三元			✓
完達山			✓

- (1) 「✓」表示截至二零一三年十二月三十一日，該參與者一半以上的草料由其對草料種植的管理及經營擁有控制權或重大影響力的草料種植區供應；其一半以上的原料奶由其對奶牛養殖及原料奶供應的管理及經營擁有控制權或重大影響力的奶源供應，並由其對乳製品的管理及經營擁有控制權或重大影響力的乳製品生產。
- (2) 截至二零一三年十二月三十一日，聖牧及伊利集團為中國僅有的兩家「全程有機」乳製品生產商，該詞的定義為對有機認證草料種植田的管理及經營擁有控制權或重大影響力及擁有有機認證奶牛場及加工能力的有機乳製品生產商。由於伊利集團的非有機奶的生產構成其業務的重要部分，且伊利集團的絕大部分草料及原料奶採購自第三方供應商，故不可視為垂直整合乳業公司。進一步詳情，請參閱下文「中國乳製品市場—高檔市場分部的滲透率不斷增加—「全程有機」乳製品市場」。

資料來源：弗若斯特·沙利文

在中國所有主要乳品公司中，聖牧為截至二零一四年五月三十一日中國唯一一間產品符合歐盟有機標準的垂直整合奶牛養殖公司。

增長驅動因素及未來趨勢

中國乳業的主要增長驅動因素及未來趨勢包括以下各項：

- 人均可支配收入增加。中國城鎮居民人均年可支配收入預期將由二零一三年的人人民幣26,955元增至二零一八年的人人民幣44,150元，複合年增長率為10.4%，而中國農村居民人均年可支配收入則預期將由二零一三年的人人民幣8,896元增至二零一八年的人人民幣15,907元，複合年增長率為12.3%。

行業概覽

- **快速城鎮化。**中國城鎮化率將由二零一三年的53.7%升至二零一八年的59.9%。城鎮化加速亦影響三四線城市及農村地區的消費品市場，原因是城市居民的心態及生活方式越為農村人口所接受。多種消費品(如乳製品)過去僅出現在城市市場，如今也較常在農村市場出現，這有助於消費品滲透至市場中更廣及更多層次。
- **人均消費量增加。**中國的人均乳製品消費量目前仍遠低於發達國家。二零一三年，中國人均乳製品消費量為每年約28.9公斤，而歐盟、美國及日本的人均乳製品消費量則分別達到每年84.6公斤、96.2公斤及58.0公斤。
- **健康意識不斷提高。**隨著中國人飲食習慣的轉變及健康意識不斷提高，乳製品已成為愈來愈多消費者日常飲食中的重要部分。預期這趨勢將推動中國乳製品消費的進一步增長。

中國奶牛養殖業

氣候及地域適合

奶牛養殖業務受氣候影響。一般而言，相對於濕熱天氣，奶牛更喜愛涼爽乾燥的天氣，這就是北方地區奶牛牧群規模普遍大於南方地區的原因。奶牛養殖業公認最適宜養殖奶牛的區域位於黃金奶源帶(北緯40度至47度)。多個全球領先乳業巨頭在黃金奶源帶周邊成立奶牛養殖公司，可為奶牛養殖業務提供充足的優質飼料，並可降低運輸成本。在中國，東北地區、內蒙古及新疆大部分地區均位於此區域內。

特別是，烏蘭布和沙漠位於內蒙古巴彥淖爾盟和阿拉善盟，總面積為11,000平方公里，是中國第八大沙漠，較中國傳統養殖環境具有多項優勢，包括污染少，細菌、病毒及害蟲的數量極少以及有利的氣候優勢。奶牛偏愛相對涼爽乾燥的天氣。沙漠地區陽光較強、日照時間長有助於草料作物生長，並有助於奶牛將植物蛋白轉化為動物蛋白，從而提高牛奶的鈣含量。下文為烏蘭布和沙漠的若干氣候優勢：

- **養殖奶牛的理想緯度帶。**烏蘭布和沙漠位於黃金奶源帶。
- **涼爽乾燥的氣候。**適宜奶牛生長的溫度介乎攝氏零度至零上15度，而烏蘭布和沙漠的溫度一般介乎零下30度至零上39度，年平均溫度為攝氏7.8度，年均降水量約

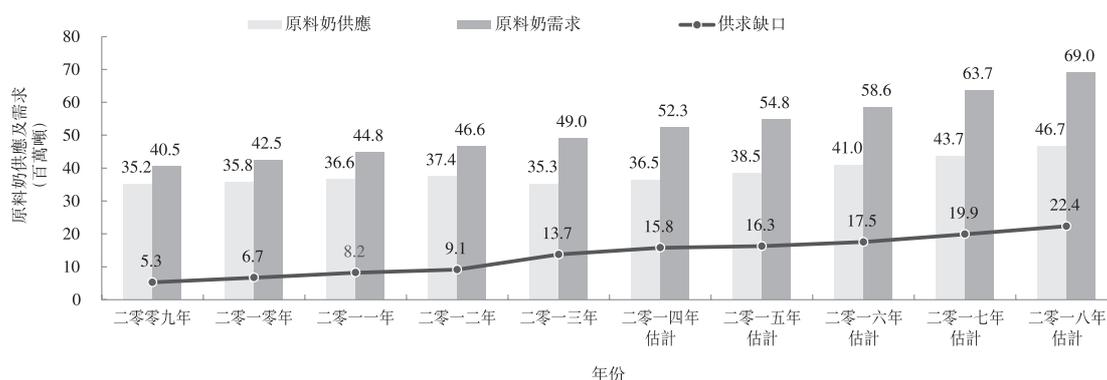
行業概覽

為103毫米。此外，沙漠地區的晝夜溫差有助於提高草料作物的質量。與此同時，中國的溫度一般介乎零下33度至零上43度，年平均溫度為10.2度。中國的年均降水量約為653.4毫米。

- **充足的日照。**烏蘭布和沙漠的年平均日照時長接近3,200小時，平均陽光輻射強度達6,280兆焦耳／平方米，而華中及華南地區的年平均日照時長為1,800至2,000小時，平均陽光輻射強度為4,250至5,000兆焦耳平方米。沙漠地區陽光較強、日照時間長有助於草料作物生長，並有助於奶牛將植物蛋白轉化為動物蛋白，從而提高牛奶的鈣含量。
- **土壤肥沃和水源充足。**烏蘭布和沙漠因黃河上游河段的沖積作用而形成，沙漠的沙層下堆積有厚厚一層適宜種植的肥沃土壤。根據內蒙古河套灌區管理總局的調查，烏蘭布和沙漠沙層下蓄水量約達57億立方米。黃河上游河段的河水十分清澈，從岩石、細砂和卵石層中滲出形成沙漠湖及地下蓄水層的過程中已得到淨化。

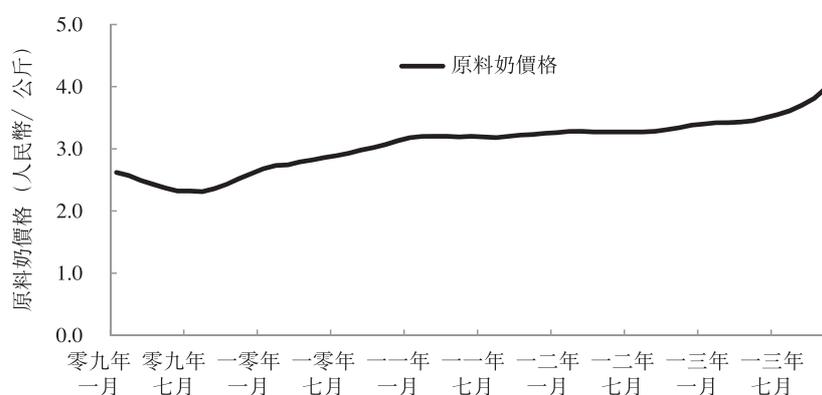
中國的原料奶生產

中國的原料奶需求過去數年一直穩步增加，由二零零九年的40.5百萬噸增加至二零一三年的49.0百萬噸，複合年增長率為4.9%。在中國消費者對乳製品需求不斷增加的帶動下，中國的原料奶短缺情況預期於二零一四年至二零一八年期間將會持續，二零零九年至二零一八年供需缺口將按17.4%的複合年增長率繼續擴大，而二零一三年至二零一八年原料奶需求將按7.1%的複合年增長率增加。



行業概覽

下圖說明自二零零九年一月至二零一三年七月中國的原料奶價格趨勢。



在中國原料奶市場中，有機原料奶於二零一三年的產量約為0.17百萬噸，佔原料奶總產量（為35.3百萬噸）的0.5%。有機原料奶在整個原料奶市場的市場規模預計未來將大幅增長。預計有機原料奶產量於二零一八年將達1.48百萬噸，相當於原料奶總產量的3.2%，二零一三年至二零一八年的複合年增長率為53.5%。

二零一三年中國非有機原料奶市場高度分散，前五大非有機原料奶生產商合共僅佔中國非有機原料奶總產量的5.1%。按非有機原料奶產量計，現代牧業排名首位，二零一三年生產700.0千噸非有機原料奶，佔整體市場的2.0%。聖牧於二零一三年生產約113.3千噸非有機原料奶，按二零一三年非有機原料奶產量計排名第八，市場份額為0.3%。

原料奶根據若干營養及安全標準大致可分為優質原料奶及傳統原料奶。優質原料奶可進一步分為有機原料奶及優質非有機原料奶。有關分類標準的進一步詳情，請參閱「中國的原料奶生產－優質原料奶」及「中國的原料奶生產－有機原料奶」。

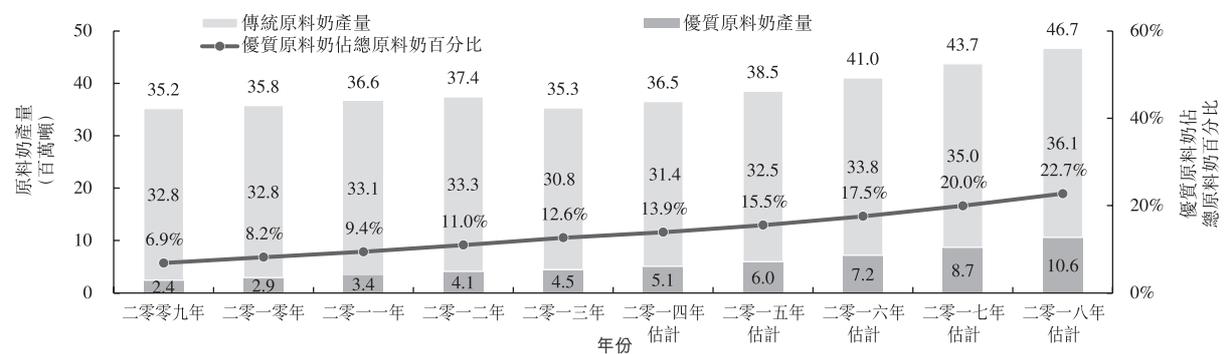
優質原料奶

優質原料奶，是指蛋白質含量高於3.2%，脂肪含量高於3.7%，菌落數低於100,000菌落單位／毫升，及體細胞數低於400,000菌落單位／毫升的原料奶。大中型牧場通常能夠利用先進的牧場管理和優質的奶牛品種，生產大部分優質原料奶。這些優質原料奶的質量通常遠高於中國國家標準。中國優質原料奶產量由二零零九年的2.4百萬噸迅速增至二零一三年的4.5百萬噸，複合年增長率為16.6%。優質原料奶產量佔原料奶總產量的比例亦由二零零九年的6.9%增至二零一三年的12.6%。鑒於高端乳製品在中國消費者中愈來愈受歡迎且中國

行業概覽

奶牛養殖市場的集中度不斷加強，二零一八年優質原料奶的產量有望增加至10.6百萬噸，佔原料奶總產量的22.7%，二零一三年至二零一八年的複合年增長率為18.9%。近年來，有機原料奶佔優質原料奶總產量的比例一直上升。二零一三年，有機原料奶佔優質原料奶總產量約3.9%，而二零零九年則為0.7%。預計有機原料奶產量的增速將快於優質原料奶總產量的增速並預期於二零一八年將佔優質原料奶總產量的13.9%。

下圖列示二零零九年至二零一三年中國原料奶產量及明細以及二零一四年至二零一八年的預測。



資料來源：中國國家統計局、弗若斯特·沙利文

於二零一三年，中國優質非有機原料奶總產量為4.3百萬噸。聖牧生產113,300噸優質非有機原料奶，佔同年相應市場份額的2.6%，位列中國八大優質非有機原料奶生產商之一。

有機原料奶

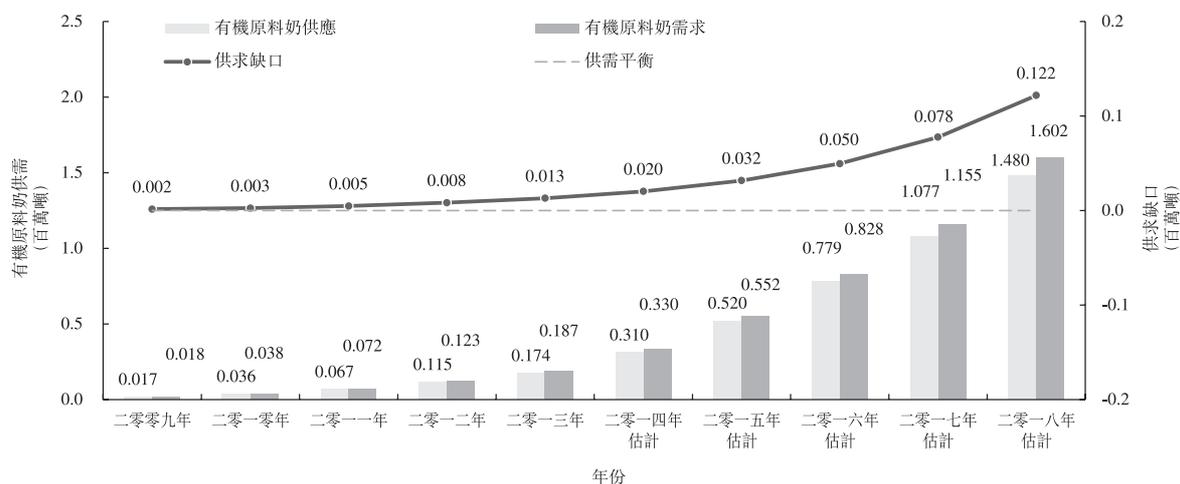
有機原料奶指無污染無添加並符合第三方認證機構的有機標準的原料奶。有機認證標準十分嚴格，並涉及漫長的審批過程，其要求集中於奶牛場、飼料及奶牛飼養。由於品質高，有機原料奶被歸類為優質原料奶。

中國的有機原料奶市場

有機原料奶數年前才在中國出現，而有機原料奶的產量(亦為有機原料奶的市場供應)已由二零零九年的17,000噸迅速增長至二零一三年的174,000噸，複合年增長率為79.6%。由於中國消費者越來越認識到有機概念及相關的健康及營養好處，未滿足的需求有望帶動市場的未來發展。中國的有機原料奶產量於二零一八年預期將達1.48百萬噸，二零零九年至二

行業概覽

二零一八年的複合年增長率為64.6%。此外，中國的有機原料奶市場預期將會維持供應不足，而供應缺口日後將會繼續擴大，於二零零九年至二零一八年的複合年增長率為62.4%。下表說明由二零零九年至二零一三年中國的有機原料奶的供需情況及二零一四年至二零一八年的預測。



中國有機原料奶的需求超過供應。有機原料奶需求於二零一三年達到187,000噸，並有望保持增長趨勢至二零一八年的1.60百萬噸，二零一三年至二零一八年的複合年增長率為53.7%。供應缺口於二零一三年為13,000噸，預期於二零一八年將增至122,000噸，原因是中國有機乳製品市場將會擴展，而更多有機乳製品(如有機酸奶及有機奶粉)將很有可能會獲取更大市場份額。

由於有機原料奶產品供求缺口不斷擴大，聖牧能以較高的平均售價出售其產品。二零一三年，聖牧有機原料奶的平均售價為每噸人民幣5,247元，遠高於同期原料奶行業平均價格每噸人民幣3,570元。

競爭格局

中國有機原料奶市場於二零一三年僅有少數的競爭對手。二零一三年前三大有機原料奶生產商的市場份額及排名載於下表，當中包括聖牧、伊利集團及內蒙古雲海秋林畜牧有限公司(雲海秋林)。截至二零一三年年底，以牧群規模計，聖牧為中國最大的有機奶牛養殖公司，共有30,621頭有機奶牛，於二零一三年約佔58.0%的市場份額。

行業概覽

以下圖表說明以二零一三年產量及牧群規模計，中國的前三大有機原料奶生產商。

排名	有機原料奶生產商	有機原料奶生產量 (千噸)	市場份額
1	聖牧	94.2	54.2%
2	伊利集團	40.2	23.1%
3	雲海秋林	16.7	9.6%
	前三大	151.1	86.9%
	其他	22.7	13.1%
	合計	173.8	100.0%

排名	有機奶牛養殖公司	有機奶牛牧群規模 (千頭)	市場份額
1	聖牧	30.6	58.0%
2	伊利集團	10.0	19.0%
3	雲海秋林	4.0	7.6%
	前三大	44.6	84.6%
	其他	8.1	15.4%
	合計	52.8	100.0%

資料來源：中國國家認證認可監督管理委員會、弗若斯特·沙利文

- 伊利集團。為中國最大的乳業公司之一，有多個系列的乳製品。伊利集團的有機乳製品以其高端系列「金典」進行銷售。
- 雲海秋林。雲海秋林為中國上游有機乳品市場的國內參與者，生產有機飼料及有機原料奶。二零一三年，雲海秋林以有機奶牛牧群規模及有機原料奶產量計排名第三。

進入門檻

以下為中國有機原料奶市場進入門檻的簡要概述。

- 自然資源及條件。有機原料奶行業需要多種自然資源條件，以確保產品的安全和質量，例如奶牛養殖的理想緯度帶、涼爽乾燥的氣候、充足的日照、土壤肥沃和水源充足。已結合該等自然資源及條件的有機牧場能出產符合有機標準的有機原料奶。然而，新進入市場者難以短期內整合該等自然資源。
- 認證。中國政府為有機養殖制訂非常高的標準。就有機原料奶生產商而言，每項生產流程均須遵從相應的要求。牧場必須無污染、合成農藥或抗生素。
- 轉換期。有機原料奶需要若干轉換期。例如，根據相應的有機認證要求，轉換有機飼料需要兩年的轉換期，而轉換有機奶牛則需要六個月的轉換期。

行業概覽

- 有機飼料供應有限。由於中國在供應奶牛養殖行業的有機飼料有限，因此亦對新進入市場者設置進入門檻。
- 資本密集。有機原料奶行業為資本密集型行業，進入有機原料奶行業需要大額及持續的資本投資。投資包括修建及維護牧場以及購買及飼養奶牛。
- 管理團隊。由於生產有機原料奶有嚴格的要求，故須要具備豐富的有機原料奶行業從業經驗。然而，在中國，有機原料奶行業屬新興行業，業內的市場參與者不多，故難以獲得富經驗的管理團隊。這對新進入市場者而言是另一進入門檻。

有機奶認證

下表載列二零一三年中國、歐盟、美國及日本對奶牛養殖有機認證的若干主要標準。

	奶牛場	餵養	飼養	生產
中國國標	遠離城市、工業及採礦區、交通幹線、被污染的區域等。 — 土壤環境符合GB15618 — 水質符合GB5684 — 空氣質量符合GB3095及GB9137 倘附近存在潛在污染風險，須設立緩衝區	至少2年轉換期(以下情況至少需要1年： 新開墾土地，三年以上未開墾土地，三年以上未使用違禁品的土地) 超過50%的飼料為自行供應或來自合作的有機農場禁止使用化學合成化肥	至少6個月轉換期 除緊急情況外，自然分娩並維持至少3個月的哺乳期 每頭奶牛於室內及室外的活動區域分別為6平方米及4.5平方米	使用最小量的非有機材料(不超過5%) 無轉基因添加劑
歐盟標準	附近不存在任何污染風險	播種前至少2年轉換期 超過60%的飼料為自行供應或來自合作的有機農場	至少6個月轉換期 每頭奶牛於室內及室外的活動區域分別為6平方米及4.5平方米	使用最小量的非有機材料(不超過5%) 無轉基因添加劑
美國標準	須設立緩衝區以保護奶牛場	3年轉換期 要求100%有機餵養於放牧季節有至少30%的飼料為乾物質 每頭奶牛放牧區>0.66畝	1年轉換期 所有奶牛均全年露天放養，有遮陽處、臨時庇護處、活動區域、新鮮空氣、清潔飲用水及直接日照	有機材料不得低於95% 製備有機產品時應僅使用機械或生物
日本標準	奶牛於牧場及露天活動區域吃草	首次放牧前3年轉換期要求100%有機餵養	至少6個月轉換期 每頭奶牛於室內及室外的活動區域分別為4平方米及4平方米	使用最小量的非有機材料(不超過5%) 生產、加工或疾病控制過程中應僅使用物理及生物方法

行業概覽

資料來源：GB/T 19630.1-2011、Ecocert集團、美國農業部、日本政府農林水產部

歐盟標準是世界上認可度最高的有機認證標準。截至二零一四年五月三十一日，聖牧是中國唯一一家符合歐盟有機標準的垂直整合乳品公司。

在中國，認證機構經過中國國家認證認可監督管理委員會批准後方可發出有機認證，截至二零一四年五月，獲批准的認證機構有25家，其中北京中綠華夏有機食品認證中心、南京國環有機產品認證中心及杭州萬泰認證有限公司為公認的有機奶認證機構，認證過若干主要中國乳製品公司的有機奶產品。例如，北京中綠華夏有機食品認證中心認證了聖牧的「聖牧」有機奶及蒙牛集團的「特侖蘇」有機奶，以及南京國環有機產品認證中心認證了伊利集團的「金典」有機奶。

中國乳製品市場

整體市場規模及增長

在中國，乳製品可分為四個類別：液態奶、奶粉、酸奶及其他乳製品。以零售價值計，中國乳製品的整個市場已由二零零九年的人民幣1,895億元增長至二零一三年的人民幣3,004億元，複合年增長率為12.2%。UHT及鮮奶產品佔主要部分，而市場已由二零零九年的人民幣709億元穩步增長至二零一三年的人民幣1,084億元，複合年增長率為11.2%。酸奶的增長迅速，由二零零九年的人民幣231億元增長至二零一三年的人民幣364億元，複合年增長率為12.1%。奶粉由二零零九年的人民幣806億元增長至二零一三年的人民幣1,318億元，複合年增長率為13.1%。其他乳製品主要包括奶油、芝士及煉奶。零售值於二零零九年至二零一三年間由人民幣149億元增加至人民幣238億元，複合年增長率為12.4%。

乳製品的零售總值可望於二零一八年增長至人民幣5,134億元，二零一三年至二零一八年的複合年增長率為11.3%。UHT及鮮奶的生產預期於二零一八年增長至人民幣1,764億元，複合年增長率為10.2%。酸奶的生產可望維持快速的增長趨勢，於二零一八年增長至人民幣619億元，複合年增長率為11.2%。奶粉及其他乳製品零售值可望達到人民幣2,335億元及人民幣415億元，複合年增長率為分別為12.1%及11.8%。

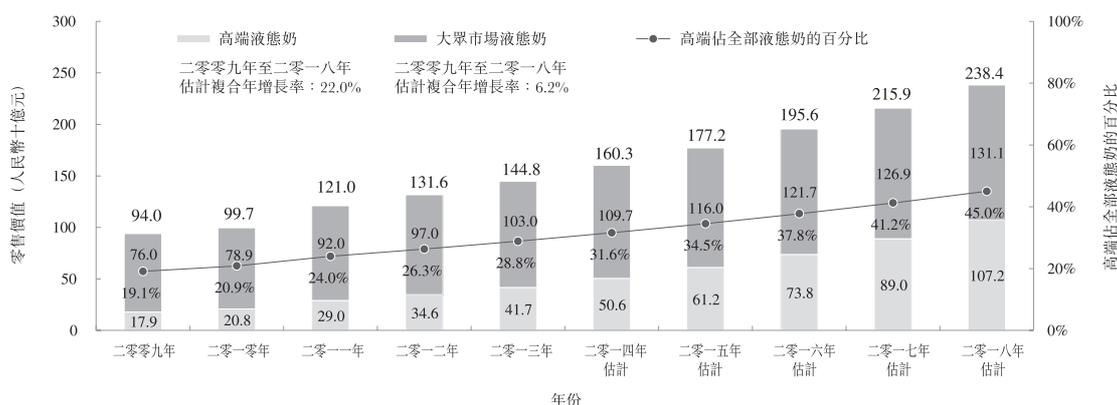
根據弗若斯特·沙利文報告，於二零一一年、二零一二年及二零一三年，按中國液態奶產品的零售價值計算，蒙牛集團居於首位，市場份額分別為25.3%、22.2%及22.8%。於二零一三年，按零售價值計算，蒙牛集團、伊利集團及另一領先的中國乳業公司為液態奶產品的三大生產商，總市場份額為55.4%。

行業概覽

高端市場分部的滲透率不斷增加

高端液態奶界定為零售價為每升人民幣12元以上的產品。高端液態奶通常以國內優質原料奶或進口乳品材料製造，間或與額外營養成分或功能相關聯。

下表說明二零零九年至二零一三年以零售價值計液態奶市場的明細及二零一四年至二零一八年的預測。中國的液態奶市場的零售價值自二零零九年至二零一三年按複合年增長率11.4%增長，並預期於二零一三年至二零一八年將進一步按複合年增長率10.5%增長。

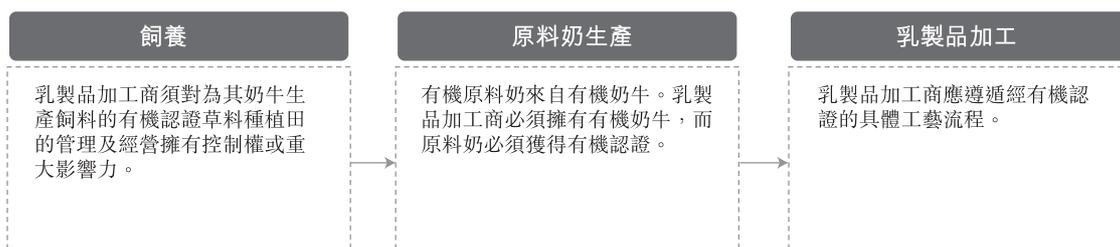


按二零一三年於中國的有機液態奶零售價值計算，聖牧是有機液態奶領域的主要生產商，擁有25.3%的市場份額。於二零一三年，中國有機液態奶的總零售價值為人民幣19億元，佔中國總液態奶市場的1.3%。

二零一三年，聖牧的有機液態奶平均售價為每噸人民幣23,211元，遠高於高端液態奶行業平均水平每噸人民幣15,840元，並高於有機液態奶行業平均水平每噸人民幣22,597元。

「全程有機」有機乳製品市場

「全程有機」乳製品指乳製品從飼養至原料奶生產及乳製品加工獲得有機認證。「全程有機」有機乳業公司為生產有機認證原料奶及有機認證乳製品的公司。此外，工藝流程必須遵循有機標準，而公司必須有能力控制及追蹤有機認證飼料。聖牧為截至二零一四年五月三十一日中國唯一一間符合歐盟有機標準的垂直整合全程有機的有機乳業公司。



行業概覽

截至二零一三年年底，中國僅有兩家「全程有機」有機乳製品生產商聖牧及伊利集團。中國的國際市場參與者數目不多，例如Arla Foods及Organic Valley。Arla Foods為總部設於丹麥的全球乳業公司。Arla的全程有機乳製品以其Arla Harmonie品牌銷售。Arla Foods已進入中國並在中國銷售全程有機乳製品。然而，該品牌在中國的滲透率並不高，Arla Foods的產品僅在中國少數城市銷售。

根據弗若斯特·沙利文進行的一項消費調查，90.2%的受訪者表示其喜好有機奶多於非有機奶，其中約88.3%的受訪者表示其喜好全程有機奶多於非有機奶，並願意支付較高的價格購買全程有機奶。隨著健康意識不斷提高及消費者可支配收入不斷增加，越來越多消費者追捧全程有機乳製品。相比之下，以零售市值計，有機奶產品於二零一三年僅佔中國全部乳製品的0.6%。

原材料價格

乳製品行業的原材料主要包括奶牛飼料及包裝材料。奶牛飼料主要包括牧草及精飼料，分別佔一隻奶牛每日飼料約不少於60%及不多於40%。

- 牧草主要類別包括玉米青貯、苜蓿及羊草。玉米青貯以蠟熟期後的玉米製成，通過在奶牛場的密封青貯地窖發酵。國內玉米青貯飼料的平均市場價格從二零零九年的每噸人民幣236.1元上升至二零一三年每噸人民幣410.0元。紫花苜蓿是一種草本豆科植物，廣泛種植於中國北部，含豐富蛋白質及礦物質，提供高能量及纖維。國內一級苜蓿的平均市價從二零零九年的每噸人民幣2,281.6元增至二零一三年每噸人民幣2,725.5元。羊草的平均市價由二零零九年的每噸人民幣650.0元增至二零一三年的每噸人民幣1,190.0元。
- 精飼料是低纖維飼料，以主要包括玉米、豆粕及棉籽粕等各種作物混合而成。玉米及豆粕是兩類於中國常用的精飼料。玉米及豆粕的年度平均市場價格從二零零九年的每噸人民幣1,698.6元及每噸人民幣3,701.0元增至二零一三年每噸人民幣2,452.5元及每噸人民幣4,298.2元。

中國液態奶產品市場的國內包裝材料領導者包括利樂、Greatview及SIG Combibloc。過去五年，250毫升裝的業內平均市價相當穩定，由二零零九年的每1,000盒人民幣205元微升至二零一三年的每1,000盒人民幣215元，該期間的複合年增長率為1.2%。由於其品質優良、信譽良好及獨一無二的專利技術，利樂的250毫升裝價格約較250毫升裝的業內平均市價高約30%至40%。