

行業概覽

除另有指明外，本節及本文件其他章節所載資料和統計資料來源自多份官方及政府刊物、公開可得的市場研究來源以及我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。我們相信有關資料來源恰當，且我們已合理審慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面失實或存在誤導成分，或遺漏任何事實而致使有關資料在任何重大方面失實或存在誤導成分。本公司、聯席保薦人、聯席代表、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、參與[編纂]的任何其他各方(弗若斯特沙利文除外)或彼等各自的任何董事、高級職員、代表、聯屬人士或顧問並未獨立核實有關資料，亦未就其正確性、準確性、完整性發表任何聲明。所載列的若干資料及統計資料(包括摘錄自中國官方和政府刊物以及來源者)未必與第三方在中國境內外編製的其他資料和統計資料一致。

資料來源

就[編纂]而言，本公司已委聘獨立第三方弗若斯特沙利文對中國天然健康食品市場進行研究。弗若斯特沙利文為一間於1961年在紐約成立的全球諮詢公司，在全球各地設有40多個辦事處，擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟師。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、客戶研究、競爭情報及企業策略。自二十世紀九十年代以來，弗若斯特沙利文的服務已遍及中國市場。弗若斯特沙利文在中國設有四個辦事處，與大部分熟悉天然健康食品行業的專家和市場參與者直接聯繫，其行業顧問平均擁有五年以上經驗。本公司向弗若斯特沙利文支付人民幣0.6百萬元作為編製報告及客戶調查的費用，我們相信費用與市場現行費率一致。

本公司委託編製的弗若斯特沙利文報告包括本文件所引述的中國食品行業及其細分行業資料以及其他市場及經濟資料。弗若斯特沙利文為編製弗若斯特沙利文報告收集有關市場數據時，採用案頭研究及訪問業界人士等方式。案頭研究涉及整合來自公開數據及刊物的資料，包括中國政府機構的官方數字和公告以及我們的主要競爭對手就業界及企業參與者資料公佈的市場研究。其亦訪問有關機構，以取得客觀真實的數據以及前景預測。由於(i)採用從眾多中國政府機構的官方數字和公告乃一般市場慣例；及(ii)訪問所得資料僅供參考，而本報告的調查結果並非基於該等訪問的結果，弗若斯特沙利文認為資料來源屬可靠。於編纂及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採納以下假設：(i)未來十年中國經濟可能保持穩定增長；(ii)預測期間，中國社會、經濟及政治環境可能保持穩定，從而確保中國食品行業穩健發展；及(iii)預測期間並無發生任何戰爭或大規模災難。

行業概覽

除另有注明者外，本節所有資料及預測均摘錄自弗若斯特沙利文報告。董事經行使合理程度的謹慎後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料並無任何可能對本節所披露資料施加約制、產生抵觸或影響的不利變動。

中國食品行業概覽

中國食品行業涵蓋一系列針對食品加工、轉化、製備、保存和包裝的活動。食品行業總收入由2013年的人民幣9.2萬億元增至2017年的人民幣12.1萬億元，複合年增長率為7.1%。食品行業的發展與中國經濟發展密切相關。隨著中國名義國內生產總值及中國消費者可支配收入均有所增長，中國食品行業近年發展迅速。弗若斯特沙利文報告顯示，2017年至2022年食品行業的收入預期將按6.8%的複合年增長率增長，到2022年將達到人民幣16.8萬億元。下表載列所示期間中國食品行業的收入。



資料來源：弗若斯特沙利文

根據弗若斯特沙利文的資料，中國的食品行業可分為三大細分行業，即農產品食品加工、食品製造，以及酒、飲料和精製茶製造。

農產品食品加工指對來自農業領域的原材料和中間產品進行加工，包括碾米、磨粉和煉油等活動。農產品食品加工市場在中國食品行業佔據最大份額。該市場的收益由2013年的人民幣5.9萬億元增至2017年的人民幣7.4萬億元，複合年增長率為5.8%，預計到2022年達到人民幣9.8萬億元，相當於自2017年起按5.8%的複合年增長率增長。該市場於2017年佔中國食品行業約61.2%。

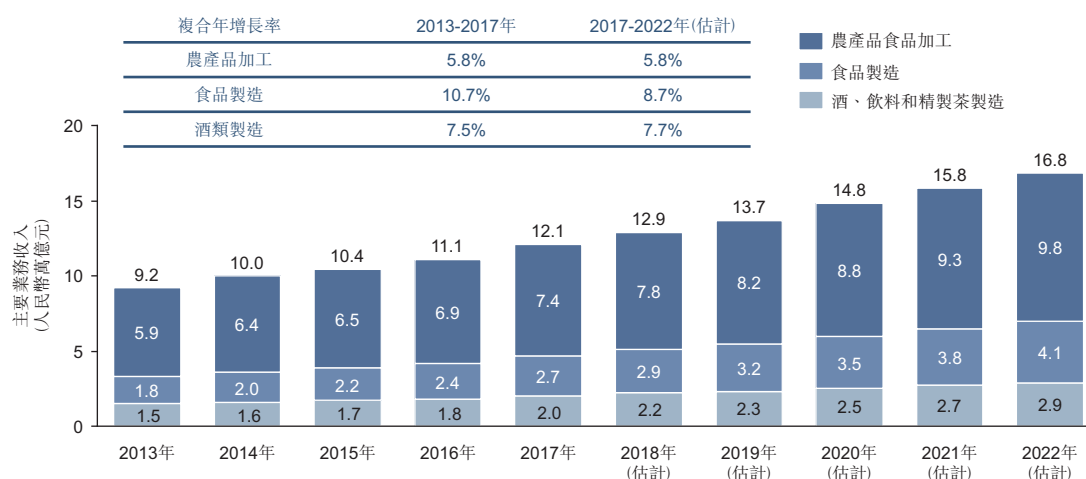
行業概覽

食品製造是指將牲畜和農產品轉化為中間或最終消費的產品，包括包裝食品、糕點和甜食、乳製品和罐頭食品等。該市場在中國迅速發展，2013年至2017年期間錄得10.7%的複合年增長率，到2022年，預計將以8.7%的複合年增長率增至人民幣4.1萬億元。

酒、飲料和精製茶的製造指生產含酒精飲料、軟性飲料和茶。該市場的收益由2013年至2017年按複合年增長率7.5%增加，並預期由2017年至2022年按複合年增長率7.7%增加。

下表載列所示期間按細分行業劃分的中國食品行業收入。

按細分行業劃分的中國食品行業收入



資料來源：弗若斯特沙利文

中國食品行業的主要增長動力

我們認為以下因素已經並預期將繼續促進中國食品行業的整體發展：

- **人均可支配收入增加。**據國家統計局統計，城鎮居民家庭年人均可支配收入由2013年的人民幣2.70萬元增至2017年的人民幣3.64萬元。中國家庭收入日益增加，提高了中國人的購買力和生活水準，並增加其可自由支配的開支（特別是在優質食品方面的開支）。此外，中國消費者熱衷於天然有機食品，並注重選擇知名品牌。因此，這將進一步推動中國食品行業的發展。
- **城市化程度加深和中產階級擴大。**根據弗若斯特沙利文的資料，由於中國經濟快速發展和農村人口流入城市，2017年城市人口已達到總人口的58.5%，而中產階

行業概覽

級人口已達到83.2百萬人。由於中國的城市人口和中產階級人口更注重食品成分的品質，因而對中國食品行業的發展起到支撐作用，令市場對更安全和更健康的食品的需求增加。

- **分銷渠道日益多樣化。**銷售渠道的發展和擴大使全國各地的消費者能夠獲得更加多樣化的食品。儘管超市目前和未來都將繼續作為食品的主要銷售渠道，但由於線上渠道和非雜貨店的採購更加便利輕鬆，因而日益受到消費者的青睞。食品銷售渠道從線下拓展到線上，使得消費的便利程度顯著提升，有助於進一步擴大中國食品行業的消費者群體。

中國天然健康食品行業概覽

中國天然健康食品行業

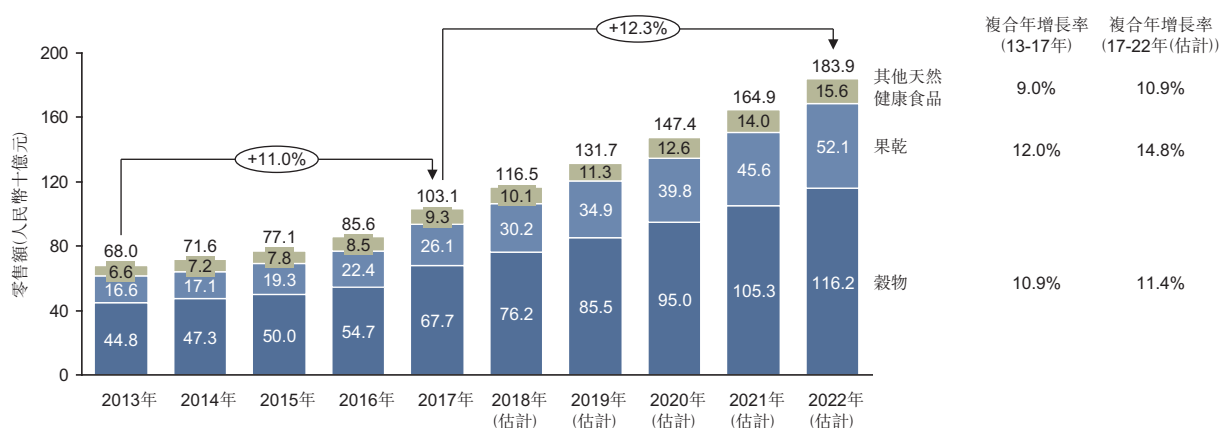
天然健康食品是指利用天然成分製成的包裝食品，不含任何人造或合成食品添加劑，並且含有有益的營養成分，可幫助消費者維持或恢復健康的生活方式和均衡飲食。天然健康食品不包括主食（如米飯、麵條）、生鮮食品（如新鮮水果、肉和蔬菜）以及飲料（如牛奶）。天然健康食品主要分為三類，即穀類食品、果乾和其他健康食品。穀類食品通常指未經加工的穀類食品，或利用經加工的天然穀物製成的食物。穀類食品通常包括全穀物替代餐、雜糧、穀物早餐等。果乾通常指營養豐富的果乾產品，烘乾後仍可保留其濃郁的味道和營養成分。果乾通常包括天然堅果、棗、枸杞等。其他天然健康食品主要包括天然蜂蜜製品、龜苓膏和其他健康零食。

隨著中國消費者的購買力增強和健康意識提高，天然健康食品市場迅速發展。根據弗若斯特沙利文的資料，中國天然健康食品行業的零售額由2013年的人民幣680億元增至2017年的人民幣1,031億元，複合年增長率為11.0%，預計到2022年將達到人民幣1,839億元，自2017年起計的複合年增長率為12.3%。天然健康食品通常擁有較高的利潤率。

穀類食品是中國天然健康食品市場的主要類別，其次是果乾類。2017年穀物食品產生的零售額已增至人民幣677億元，複合年增長率為10.9%，預計2017年至2022年期間將以11.4%的複合年增長率持續增長，2022年將達到人民幣1,162億元。下表載列所示期間按類別劃分的中國天然健康食品市場的零售額。

行業概覽

按類別劃分的中國天然健康食品市場零售額



資料來源：弗若斯特沙利文

促進中國天然健康食品行業的標準化及發展的政府政策及法規

中國政府實施一連串政策及法規促進天然健康食品行業的標準化及發展。食品安全為中國的優先事項。政府已開展持續發展工作，例如《良好農業規範認證實施規則》，以規管化學肥料的使用。自十二五規劃以來，政府鼓勵公司改善食品質素及生產多種產品，以滿足消費者對健康食品不斷增長的需求。中央政府對食品質素及食品業的支持預期將推動中國天然健康食品行業的增長。此外，國務院頒佈的《中國食物與營養發展綱要（2014-2020年）》訂明保障食品供給、均衡營養發展及協調食品生產與消耗等主要工作，旨在改善全體中國人民的整體健康。另外，根據《“十三五”健康產業科技創新專項規劃》，中央政府透過促進健康管理、體育與健身及健康食品等次級行業鼓勵健康行業發展。同時國家發改委與工業和信息化部已頒佈《關於促進食品工業健康發展的指導意見》，透過加快發展營養健康食品，優化食品行業的結構。

中國天然健康食品行業的關鍵驅動因素

推動中國食品行業整體發展的因素和趨勢同樣亦推動中國天然健康食品行業的發展。特別是，以下因素已經並有望繼續推動中國天然健康食品市場的發展。

- **人口日益老齡化。**據弗若斯特沙利文的資料，65歲以上人口的比例已由2013年的9.7%增至2017年的11.3%，預計到2022年將達到總人口的13.4%。由於老年人

行業概覽

口普遍偏好穀類、枸杞等天然健康食品，因此他們有望成為中國天然健康食品的主要消費群體。預計老年人口的高消費能力未來將推動中國天然健康食品市場的發展。

- **健康意識的提高。**隨著健康意識的不斷提高，中國消費者越來越重視個人健康，並偏好選擇有益於健康的天然食品。因此，中國的天然健康食品是一項關鍵的「幸福」消費需求，並可能成為任何消費升級的領跑者。很多消費者非常重視在天然健康食品方面的支出。
- **政府推廣和支持。**中國政府已出台一系列政策及法規促進天然健康食品行業的標準化和發展。由於食品安全仍然是中國的首要任務，政府出台了一系列可持續發展規範，例如《良好農業規範認證實施規則》，以規範化肥的使用。自「十二五」規劃以來，政府鼓勵企業提高食品品質，生產各種滿足消費者日益增長的健康食品需求的產品。預計中央政府對食品品質和食品行業的支持將推動中國天然健康食品行業的發展。

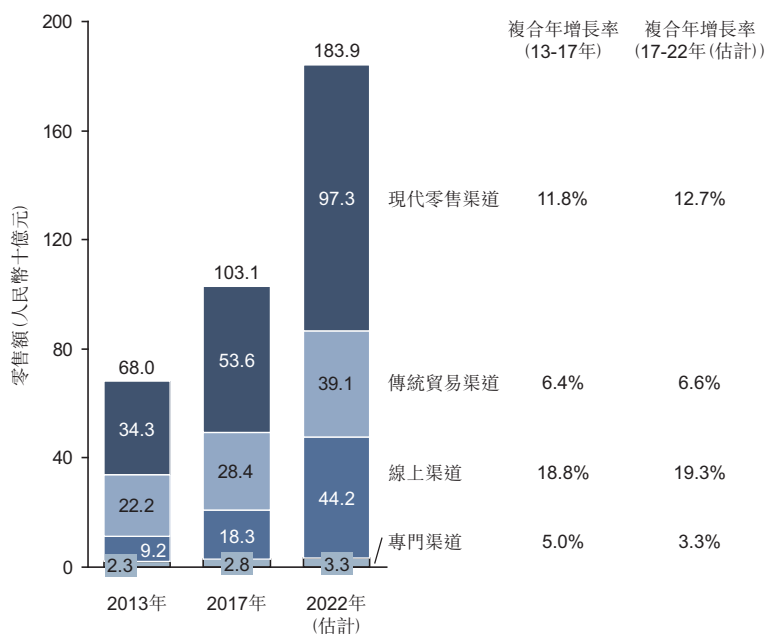
中國天然健康食品行業的銷售渠道

天然健康食品的銷售渠道可分為現代零售渠道、傳統貿易渠道、電子商務渠道和專門渠道四類。現代零售渠道是指商場、超市和便利店，這些渠道通常有充足的空間和設有貨架清楚展示各種食品、飲料和其他類型的產品。傳統貿易渠道是指小雜貨店、特許經營店和其他門店，其產品主要由經銷商和批發商提供。電子商務渠道指天貓和京東等網上商城。專門渠道是指其他渠道，包括機場、火車站、加油站、網吧和高速公路服務區。

根據弗若斯特沙利文的資料，2017年，現代零售渠道佔中國天然健康食品市場總零售收入的51.9%。超市和便利店仍然是中國天然健康食品零售的主要渠道，而線上渠道則是中國天然健康食品的新興渠道。線上渠道的市場份額由2013年的13.5%增至2017年的17.8%，預計到2022年將進一步增至24.0%。線上渠道大大提高消費者獲取天然健康食品的方便程度，且相對於其他渠道通常更節省成本。下表載列所示期間按分銷渠道劃分的天然健康食品零售額明細。

行業概覽

按分銷渠道劃分的天然健康食品零售額明細



資料來源：弗若斯特沙利文

中國天然健康食品行業的機遇與挑戰

機遇

- 「新零售」模式興起。「新零售」模式結合線上及線下零售，並對客戶的購買行為帶來協同效應。「新零售」模式連接電子商務、線下零售和物流以提高買賣效率，並分析客戶資料以提升購物體驗。由於客戶群強大、購買力有所提高、消費者偏好較佳購物體驗和流動支付廣泛使用，中國的「新零售」模式快速發展。就天然健康食品行業而言，「新零售」模式的興起有助擴大地理版圖、提升客戶體驗和更加深入瞭解客戶。
- 線上分銷渠道擴大。目前大多數天然健康食品都是通過超市和連鎖店等線下渠道進行分銷。線上渠道價格相對較低且產品選擇多樣，因而日益受到消費者歡迎。領先的天然健康食品品牌已經將其分銷渠道從傳統的線下商店擴展至天貓和京東等線上平台。線上分銷渠道已逐漸成為天然健康食品的重要銷售渠道，未來發展潛力巨大。
- 食品溯源需求不斷增長。隨著食品醜聞頻出和公眾日益關注食品安全問題，中國中央政府已建立嚴格的食品溯源體系，讓消費者能夠獲得所購買食品的原產地、

行業概覽

成分、生產工藝和品質等相關資訊。作為不斷擴展的食品安全鏈條的一部分，食品溯源體系有助降低食品安全問題的風險，增加消費者對健康安全食品的認識和偏好。

挑戰

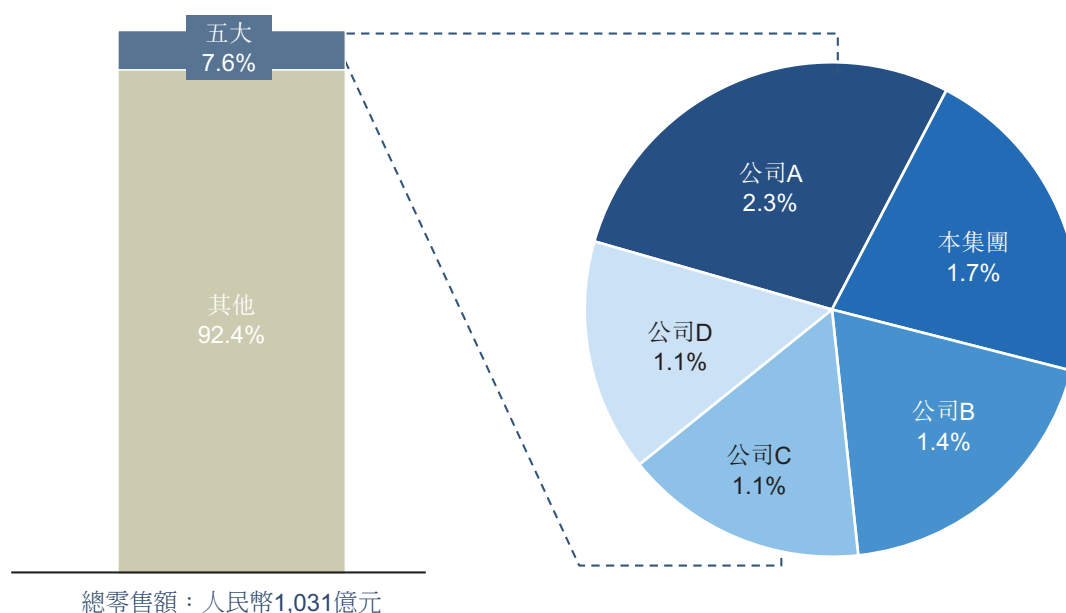
- **勞動力成本上升。**勞動力成本仍然是食品行業的重要成本。隨著中國經濟日益增長，食品製造業的平均工資由2013年的人民幣3.85萬元增至2017年的人民幣5.50萬元。勞動力成本上升可能會對中國天然健康食品行業構成挑戰。

競爭格局

市場高度細分，競爭日益加劇

中國天然健康食品為有數千名市場參與者的分散市場。於2017年，中國的天然健康食品市場零售總額為人民幣1,031億元。五大業者的零售額合共佔2017年市場份額的7.6%。根據弗若斯特沙利文的資料，按2017年零售額計，我們為中國第二大天然健康食品公司，市場份額為1.7%。

下表載列按2017年零售額計的中國五大天然健康食品公司。



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

成功的關鍵因素和准入壁壘

- **品牌認知**。來自聲譽良好品牌的天然健康食品較易受消費者認可和青睞。知名品牌通常被認為擁有可靠和優質的產品、嚴格的品質控制和強大的研發能力。因此，越來越多公司預期會作出更大努力建立品牌形象，從而獲取更大的市場份額。
- **資本投資**。設立天然健康食品製造設施需要巨額投資，尤其是在物業、設備和研發方面。大規模製造可以在保證產品高品質的同時有效降低生產成本。此外，需要足夠的資金來確保生產設備的採購和原材料方面的持續支出。
- **分銷渠道**。若能進入具有多個便利終端銷售點的強大分銷網絡，製造商將可接觸更多客戶，並更好地迎合新的消費者偏好。天然健康食品市場新進入者可能難以與超市等分銷渠道建立關係，也難以組成一支高效的行銷團隊。
- **品質控制**。近年來，食品安全和品質問題一直是中國一個備受關注的問題。自《中華人民共和國食品安全法》等法規頒佈後，中國中央政府加強對食品生產的監管。天然健康食品市場新進入者要就食品加工和製造制定一套食品安全標準，可能相當困難和/或成本高昂。

本公司競爭優勢

有關本公司競爭優勢，請參閱「業務—我們的優勢」瞭解更多詳情。

客戶行為及品牌知名度

於2018年5月及6月，我們委託弗若斯特沙利文於中國進行天然健康食品街頭討論、書面訪問及電子問卷（統稱「訪問」），受訪人數約為600名。根據於中國多個地區進行的訪問，在中國所有天然健康食品品牌中：

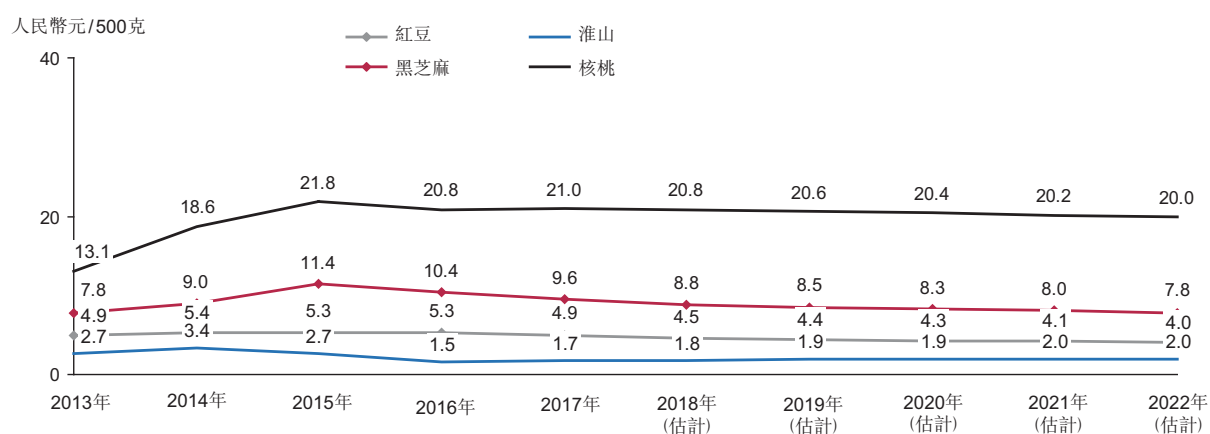
- 「五谷磨房」為最知名品牌；
- 「五谷磨房」在最先想到的品牌知名度中排行第一；
- 「五谷磨房」為最令人滿意品牌；
- 「五谷磨房」為消費量最高品牌；及
- 所有曾購買「五谷磨房」產品的受訪者均有意日後再次購買「五谷磨房」產品。

行業概覽

原材料

天然健康食品的主要原材料包括紅豆、黑芝麻、淮山和核桃等多種農產品。天然健康食品原材料的採購價由多個因素決定，包括需求動態、產量水準以及上游農業設備和種子的成本。

紅豆、黑芝麻、淮山和核桃的採購價



資料來源：國家發展和改革委員會、弗若斯特沙利文。

受顧客需求和產量下降影響，自2013年以來，紅豆採購價有所上漲。紅豆價格於2016年及2017年小幅下跌。鑒於紅豆生產擴大，預計紅豆採購價將保持輕微下降的趨勢。

由於進口減少和若干加工廠關閉，黑芝麻的採購價於2013年至2015年間呈上升趨勢。自2015年起，由於在中國西北地方的生產擴張，黑芝麻價格有所下降。未來幾年，預計黑芝麻的價格將保持相似的下行趨勢。

隨著更多人留意淮山的藥用價值，淮山的採購價自2013年起急升，於2014年達每500克人民幣3.4元。該價格其後因於2015年擴充量產而下跌。未來，隨著淮山的需求及供應增加，採購價可能會維持於穩定水平。

於2013年至2017年間，核桃採購價於每500克人民幣13.1元至人民幣21.0元之間徘徊。由於核桃需求增加而進口量上升，預計核桃價格將於日後維持穩定。