

行業概覽

本節及本招股章程其他章節所載的資料及統計數據均摘錄自各種政府官方刊物、公開市場研究可得來源及獨立供應商提供的其他來源，以及由弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告。我們委聘弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告(與全球發售有關的獨立行業報告)。我們或任何相關人士尚未獨立核實來自官方政府來源的資料，亦未就其準確性作出聲明。

資料來源

就全球發售而言，我們已委聘弗若斯特沙利文(一家獨立的市場研究諮詢公司)對中國的乳製品、原料奶供應及肉牛行業進行詳盡分析並編製行業報告。弗若斯特沙利文是一家於1961年在美國成立的獨立全球諮詢公司。其主要為多個行業提供市場研究諮詢服務，進行行業研究，並提供市場及企業戰略以及諮詢服務。我們就編製弗若斯特沙利文報告產生合共102,000美元的費用及開支。這筆款項的支付並不以全球發售成功進行或弗若斯特沙利文報告的結論為前提條件。除弗若斯特沙利文報告外，我們並未委託編製任何其他與全球發售相關的行業報告。

就編製弗若斯特沙利文報告而言，弗若斯特沙利文進行一手和二手研究，並獲取有關目標研究市場的知識、統計數據、資料和對行業趨勢的行業洞察。一手研究涉及訪談領先的市場參與者、供應商、客戶及獲認可的第三方行業協會等業內人士。二手研究則涉及審查公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文自身研究數據庫的數據。雖然弗若斯特沙利文已獨立核實資料，但其審查結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究可能會被所用假設的準確性以及對一手和二手資料來源的選擇影響。

董事以合理審慎的態度確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場資料並未發生任何使該等資料有重大保留意見、互相矛盾或受到不利影響的重大不利變動。

中國乳製品行業

概覽

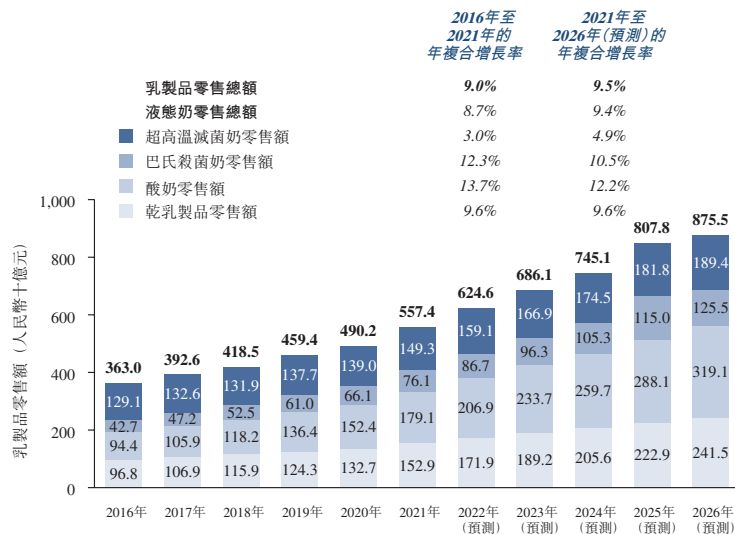
近年來，中國乳製品行業發展迅速，增長潛力巨大。該增長主要由人均乳製品消耗量增加所帶動，而人均乳製品消耗量增加的原因是城市化持續進行、可支配收入增加及消費升級。

行業概覽

乳製品零售額由2016年的人民幣3,630億元大幅增至2021年的人民幣5,574億元，年複合增長率為9.0%。於2021年，乳製品零售額顯著增長13.7%，主要是因為(i)政府有效控制COVID-19疫情；及(ii)消費者的健康意識和為乳製品支付更高價格的意願日益提升。乳製品零售總額預計將於2026年達到人民幣8,755億元，2021年至2026年的年複合增長率為9.5%。

下圖載列於所示期間乳製品的零售額。

中國按類別劃分的乳製品零售額 (2016年至2026年(預測))



資料來源：國家統計局、中國奶業協會、海關總署、弗若斯特沙利文

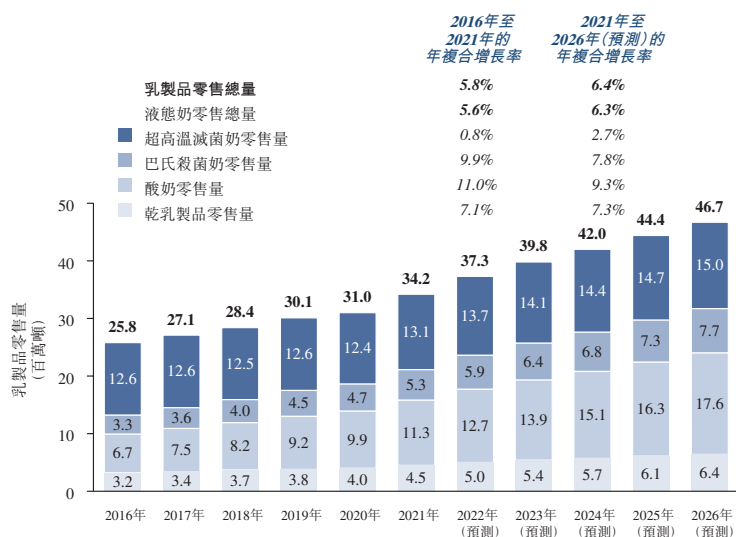
乳製品市場的零售量由2016年的25.8百萬噸增至2021年的34.2百萬噸，年複合增長率為5.8%。截至2021年，由超高溫滅菌奶、巴氏殺菌奶和酸奶組成的液態奶市場零售量共計29.7百萬噸，佔整個乳製品市場的86.8%。乾乳製品的零售量由2016年的3.2百萬噸增至2021年的4.5百萬噸，2016年至2021年實現了更高的增長率。

隨著消費者對黃油、奶酪及奶油等高端和多樣化乳製品的偏好不斷增加，乳製品的零售量預計將於2026年達到46.7百萬噸，2021年至2026年的年複合增長率為6.4%。

行業概覽

下圖載列於所示期間乳製品的零售量。

中國按類別劃分的乳製品零售量(2016年至2026年(預測))



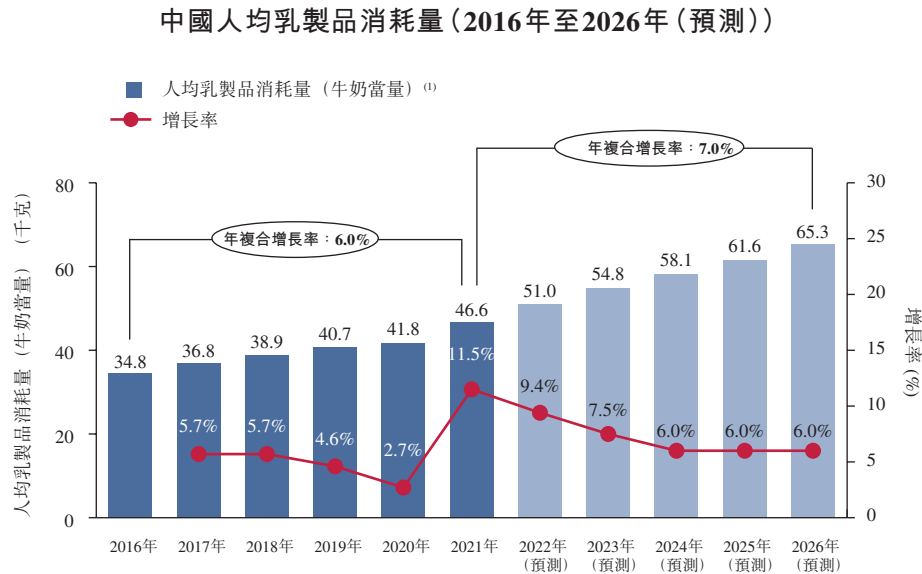
資料來源：國家統計局、中國奶業協會、海關總署、弗若斯特沙利文

與發達國家的乳製品市場相比，中國乳製品市場滲透率較低，並具有巨大的增長潛力。2020年中國人均乳製品消耗量(牛奶當量)為41.8千克，僅為歐盟的17.0%及美國的18.4%。中國人均乳製品消耗量(牛奶當量)亦遠低於若干飲食習慣相似的亞洲國家，如韓國及日本。

此外，中國人均乳製品消耗量(牛奶當量)由2016年的34.8千克增至2021年的46.6千克，年複合增長率為6.0%，高於人均液態奶消耗量的增長，主要是由於消費升級導致乾乳製品的增長率較高。受到消費者可支配收入增加、健康意識增強及對乳製品需求增加的推動，人均乳製品消耗量(牛奶當量)預計將於2026年達到65.3千克，2021年至2026年的年複合增長率為7.0%。2020年初中國的COVID-19疫情導致中國各地廣泛且長期的政府強制封鎖，中國多個地區實施了包括強制檢疫及檢查、出行限制、暫停公共交通以及禁止社交及工作聚會在內的嚴厲措施，令2020年上半年各行業受到重創，包括乳製品行業。2020年人均液態奶消耗量錄得2.1%的較低增長。由於COVID-19疫情的有效控制及2021年差旅限制放寬，2021年人均液態奶消耗量恢復，增長率為9.4%。

行業概覽

下圖載列於所示期間中國人均乳製品消耗量。



附註：

- (1) 人均乳製品消耗量(牛奶當量)指液態奶、黃油、奶酪及奶油的牛奶當量消耗量。牛奶當量指加工乳製品中使用的原料奶的量。例如，生產一千克液態奶需一千克的原料奶，而生產乾乳製品則需約八千克的原料奶。

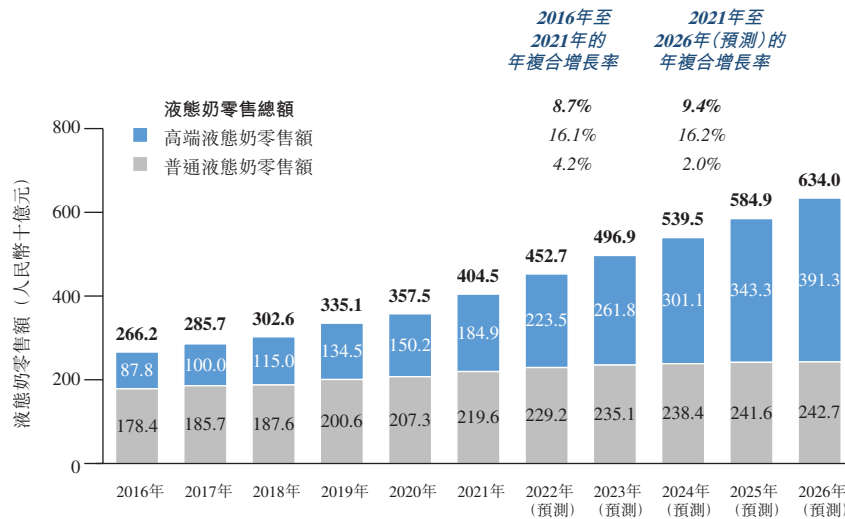
資料來源：國家統計局、中國奶業協會、海關總署、弗若斯特沙利文

高端液態奶的零售額由2016年的人民幣878億元增至2021年的人民幣1,849億元，年複合增長率為16.1%，且預計於2026年以16.2%的年複合增長率進一步增至人民幣3,913億元，增長率顯著高於普通液態奶。該顯著增長的主要原因是高端液態奶的需求不斷增加。高端液態奶預計將成為中國液態奶市場的主導品類。

行業概覽

下圖載列於所示期間高端液態奶與普通液態奶作比較的零售額。

中國按價格區間劃分的液態奶零售額 (2016年至2026年(預測))



附註：

- (1) 高端液態奶指通常富含蛋白質、脂肪等營養成分的液態奶。2020年高端液態奶的零售價不低於人民幣20元／升。
- (2) 2020年普通液態奶零售價低於人民幣20元／升。

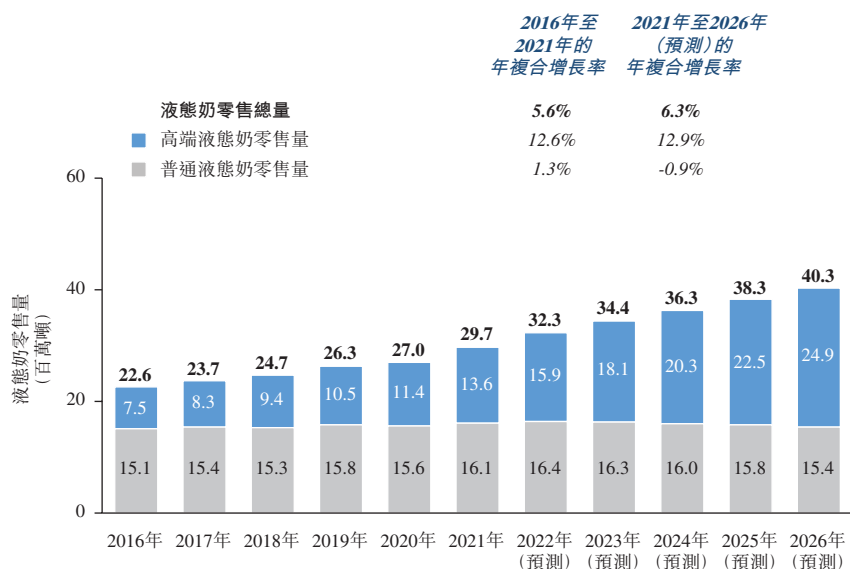
資料來源：國家統計局、中國奶業協會、海關總署、弗若斯特沙利文

高端液態奶的零售量由2016年的7.5百萬噸增至2021年的13.6百萬噸，年複合增長率為12.6%，且預計於2026年以12.9%的年複合增長率進一步增至24.9百萬噸。

行業概覽

下圖載列於所示期間高端液態奶與普通液態奶作比較的零售量。

中國按價格區間劃分的液態奶零售量 (2016年至2026年(預測))



資料來源：國家統計局、中國奶業協會、海關總署、弗若斯特沙利文

近年來，中國乳製品行業的競爭格局正在發生變化。由於推出了針對年輕一代的大規模數字營銷活動及迎合消費者需求的各種產品，新興乳製品品牌取得了顯著發展。過去三年，新興乳製品品牌的年複合增長率超過50%。此外，區域乳製品公司憑藉其本土化及多樣化的產品供應實現了穩步發展。因此，中國乳製品行業的競爭格局更加活躍。以中國乳製品零售額計算，中國兩家領先乳製品公司的市場集中度由2019年的58.6%降至2021年的55.5%。這主要由於(i)對多樣化乳製品的需求；(ii)以中高端產品為目標且通常專注於乳製品的一個子類別的新興乳製品品牌的崛起；及(iii)由於COVID-19疫情，乳製品線上銷售的滲透率不斷增加。

行業概覽

中國乳製品行業的主要增長驅動

- **城市化持續進行。**中國的城市化率預計將由2020年的63.9%升至2025年的70.7%。隨著越來越多的人遷移到城市，彼等的消費習慣亦發生了變化。其越來越習慣於乳製品消費，從而推動了中國整體乳製品消費。此外，加速的城市化進程將城市生活方式及習慣帶入低線城市及農村地區，這預計將推動該等地區的乳製品消費。因此，越來越多的中國消費者已經習慣於乳製品的消費，進而推動了中國整體乳製品消費。
- **可支配收入的增加促進消費升級。**隨著可支配收入的增加，中國消費者願意在乳製品上花費更多。可支配收入的增加推動了中國的消費升級。中國不斷的消費升級帶動對乳製品的需求，尤其是對營養豐富的高端乳製品（如高端液態奶、奶酪及奶油）的需求。高端液態奶零售額預計將由2021年的人民幣1,849億元增至2026年的人民幣3,913億元，年複合增長率為16.2%。
- **健康意識不斷增強及人口變化。**中國消費者，尤其是年輕一代的健康意識越來越強，更加注重營養豐富的均衡飲食。因此，對多樣化及優質的乳製品需求預計將增加。在中國，營養價值高的乳製品已經成為受歡迎的日常主食。例如，有機牛奶、娟姗奶及酸奶等具有高營養價值的特色乳製品在中國備受歡迎。此外，COVID-19疫情的爆發大大提高了中國消費者對健康的關注。中國消費者越來越認識到乳製品作為健康均衡飲食的一部分的重要性。預計這將進一步推動乳製品市場的增長。
- **有利的政府政策。**中國政府已頒佈一系列鼓勵政策以支持中國原料奶供應市場的發展。例如，2021年3月發佈的《中華人民共和國國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和2035年遠景目標綱要》，明確了未來現代乳製品行業發展的主要任務。其中包括：(i)加快發展智慧乳製品行業；(ii)推進國家級畜禽核心育種場建設；(iii)促進乳製品加工業發展；(iv)推動產業整合；及(v)提升中國民營乳製品公司的競爭優勢。此外，農業農村部發佈《2019年中央一號文件》，實施奶業振興行動。該文件的主要目標包括改造中小奶牛牧場，以及實施乳製品行業內振興苜蓿發展規劃等。與此同時，各省政府亦啟動了振興當地乳製品行業的計劃。

行業概覽

- *乳製品線上銷售的增加。* 隨著互聯網及移動互聯網以及中國線上購物平台的蓬勃發展，2016年至2020年，中國線上零售額以22.9%的年複合增長率快速增長。乳製品製造商憑藉線上零售模式的蓬勃發展及中國迅速而便捷的配送網絡滲透乳製品市場。由數據驅動的新零售模式的崛起以及高效供應鏈體系帶動短保產品銷售增長。這亦為客戶提供了卓越的客戶體驗。乳製品市場將充分受益於中國便捷、高效的物流及配送網絡，以及針對年輕消費者的新興乳製品品牌的崛起。因此，乳製品的線上銷售預計將增長並推動整體乳製品銷售的增長。

中國乳製品行業的主要市場發展趨勢

- *中國消費者對食品安全及質量的關注與日俱增。* 中國消費者更加關注均衡的營養膳食，以及乳製品的安全、質量及營養價值。人們對乳製品的食品安全及質量日益關注，要求對乳製品製造商的生產過程及原料奶採購採取更嚴格的質量控制措施。預計這將促進乳製品製造商優化管理程序及標準生產流程，使其能夠更好地提供安全及優質的原料奶。
- *中國消費者對多樣化乳製品的需求不斷變化。* 隨著城市化進程的推進及可支配收入的增加，中國消費者對乳製品的需求也在不斷變化。對針對不同年齡段人群定制的多樣化乳製品的需求預計將推動乳製品市場的發展。這反過來又將推動中國乳製品市場的繁榮，尤其是高端乳製品。
- *乳製品行業全產業鏈相關技術的進一步整合。* 隨著乳製品行業全產業鏈中不同信息技術的融合，乳製品行業正變得更加智能化。該等技術有助於領先的乳製品公司積累及分析用戶數據，以實現業務創新。因此，乳製品公司可增加與消費者的互動，更有效、更準確地響應客戶的差異化需求。
- *新興乳製品品牌獲得市場份額。* 新興乳製品品牌指以中高端乳製品為目標的乳製品品牌，他們通常在乳製品的一個子類中佔有一席之地，且在過去三年內保持較高的收入增長率。該等新興乳製品品牌（如簡愛及認養一頭牛）因其針對年輕一代的大規模數字營銷活動及迎合消費者需求的各種高端產品而獲得市場份額。該等新興品牌在過去三年中的年複合增長率超過50%。這種高增長勢頭在未來五年將有望持續。奶牛牧場運營商與新興品牌的合作亦可能促進乳製品市場的發展。
- *注重運營效率。* 隨著互聯網及前沿技術的進步，越來越多的乳製品公司將該等技術融入其業務運營及管理程序。預計這種與技術的融合將在未來繼續提高乳製品公司的運營效率。

行業概覽

中國原料奶供應行業

中國原料奶供需情況

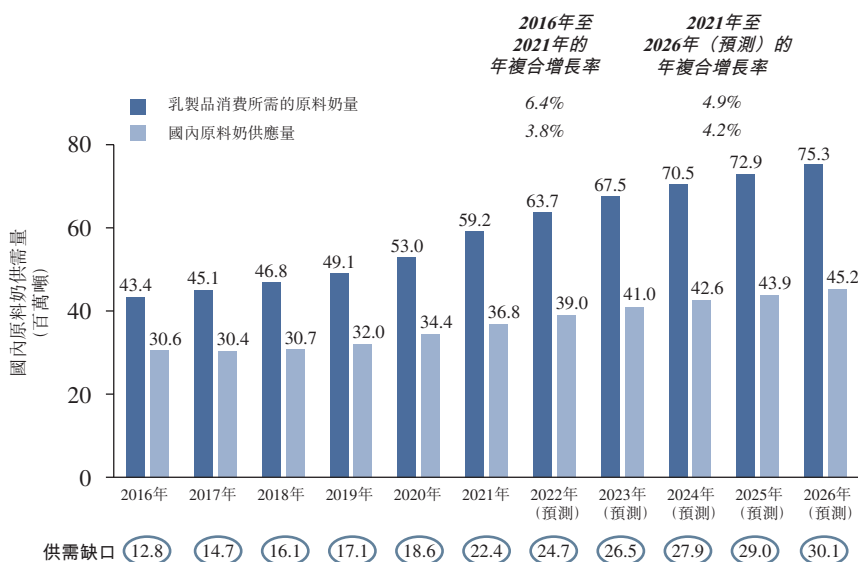
過去數年，中國乳製品消費所需的原料奶量穩定增長，由2016年的43.4百萬噸增至2021年的59.2百萬噸，年複合增長率為6.4%。由於個人消費者、餐廳、咖啡店及茶飲店對乳製品需求的不斷增加，中國乳製品消費所需的原料奶量預計繼續增長，於2021年至2026年以4.9%的年複合增長率進一步增至75.3百萬噸。

2016年至2021年，中國原料奶國內供應量保持相對穩定，於2021年達到36.8百萬噸，年複合增長率為3.8%。在每頭成母牛的年平均產奶量及奶牛數量增加的推動下，預計到2026年，原料奶供應量將以4.2%的年複合增長率增至45.2百萬噸。

多年來中國乳製品消費所需的原料奶量持續超過國內原料奶的供應量。國內供應缺口繼續擴大，預計到2026年將達到約30.1百萬噸。此乃基於以下理由：(i)過去數年中國的乳製品消費所需的原料奶量一直以快於原料奶供應的速度增長；及(ii)儘管預估原料奶供應將持續發展，但需求不斷增長的這種勢頭預計將繼續。

下圖載列於所示期間中國原料奶的國內供需情況。

中國原料奶供需情況（2016年至2026年（預測））



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

中國高端原料奶供需情況

高端原料奶或優質牛奶指大規模牧場的奶牛生產的原料奶，其質量高於中國國家標準、美國標準、日本標準及歐盟標準。高端原料奶主要用於生產高端液態奶，其中一小部分用於生產高端嬰幼兒奶粉。

行業概覽

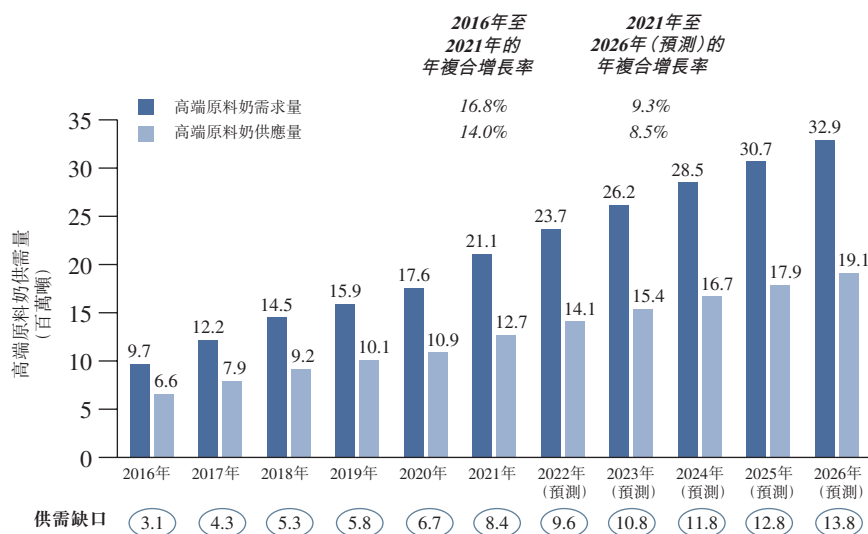
高端液態奶市場在過去幾年呈現顯著增長。高端液態奶產品的原材料質量標準遠高於普通原料奶。因此，消費者對高端原料奶的需求增長速度明顯快於普通原料奶。中國高端原料奶需求量由2016年的9.7百萬噸增至2021年的21.1百萬噸，年複合增長率為16.8%。預計到2026年，中國高端原料奶需求量將以9.3%的年複合增長率進一步強勁增至32.9百萬噸。

在高端原料奶需求旺盛及大規模牧場發展的帶動下，於2016年至2021年，高端原料奶供應量亦快速增長。高端原料奶供應量由2016年的6.6百萬噸大幅增至2021年的12.7百萬噸，年複合增長率為14.0%。預計到2026年，高端原料奶供應量將以8.5%的年複合增長率強勁增至19.1百萬噸。

中國的乳製品消費所需的高端原料奶量多年來一直處於供不應求的狀態。這是由於消費者生活水平提高、消費升級以及對多樣化高端乳製品的需求不斷增加。供應缺口繼續擴大，預計到2026年將達到約13.8百萬噸。

下圖載列於所示期間中國高端原料奶的供需情況。

中國高端原料奶的供需情況 (2016年至2026年(預測))



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

原料奶質量

蛋白質含量、脂肪含量、菌落總數及體細胞數是評估原料奶質量的四個主要指標。較高的蛋白質及脂肪含量通常表示較高的質量。菌落總數及體細胞數是判斷原料奶安全質量的兩個主要指標。較低的菌落總數及體細胞數通常表明較好的衛生條件及較好的動物健康狀況。安全及營養的飼料可以保證奶牛的健康，並確保其生產出優質安全的原料奶。減少農藥及獸藥殘留中含有的抗生素殘留亦非常重要。大規模牧場擁有相對先進的管理技術及優良的奶牛品種，通常可以生產出質量明顯高於行業標準的原料奶。

行業概覽

於2021年，我們原料奶的蛋白質含量及脂肪含量分別為3.3%及3.8%，高於國家優質乳標準、美國及日本標準。同時，我們原料奶的菌落總數及體細胞數遠優於國家優質乳標準、美國及歐洲標準。

下表載列主要公司及國家的原料奶質量標準。

主要公司的原料奶質量標準

主要公司／國家	蛋白質含量 (%)	脂肪含量 (%)	菌落總數 (CFU/ml)	體細胞數 (CFU/ml)
本集團 ⁽¹⁾	3.3%	3.8%	5,081	141,239
中國國家優質乳工程 ⁽²⁾	≥3.1%	≥3.3%	<100,000	<300,000
經選定大規模牧場的平均值 ⁽³⁾	3.9%	3.9%	42,700	210,600
中國國家標準 ⁽⁴⁾	≥2.8%	≥3.1%	<2,000,000	不適用
美國標準 ⁽⁵⁾	≥3.2%	≥3.5%	<100,000	<750,000
歐洲標準 ⁽⁶⁾	不適用	不適用	<100,000	<400,000
日本標準 ⁽⁷⁾	≥3.2%	≥3.8%	不適用	不適用

附註：

- (1) 截至2021年，由本集團提供。
- (2) 如2017年中國國家優質乳工程所載。
- (3) 指由中國國家奶牛產業技術體系選定用作示範目的的230個奶牛存欄量在1,000頭以上的大規模牧場於2021年的平均數據。該等牧場為中國大規模牧場的代表，其規模與奶牛養殖方式與我們的奶牛牧場相若。中國國家奶牛產業技術體系是由中國農業農村部和財政部牽頭髮起的一項聯合倡議，旨在通過在育種、飼料及疾病控制等領域的研發與示範，促進技術創新，推動中國奶牛養殖業務的發展。
- (4) 如2010年發佈的《食品安全國家標準－生乳》所載。
- (5) 如2011年美國衛生與公眾服務部頒佈的《「A」級優質巴氏殺菌奶條例》所載。
- (6) 如歐盟通過的理事會指令92/46/EEC中的《原料奶質量標準》所載。
- (7) 如2015年文部科學省頒佈的《食品標準成分表》所載。日本的數據為荷斯坦牛原料奶的標準，其中脂肪含量指脂肪酸、三酰甘油當量。

資料來源：國家統計局、中國農業農村部、美國衛生與公眾服務部、歐盟理事會、文部科學省、弗若斯特沙利文

行業概覽

原料奶價格

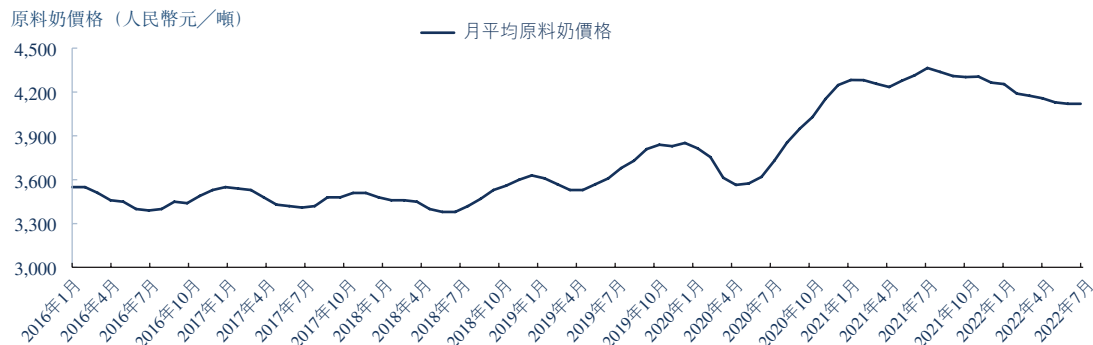
中國的原料奶價格主要由市場供需動態決定。原料奶價格受多種因素影響，包括原料奶質量、市場平均價格及飼料成本。

自2016年至2018年上半年，中國原料奶價格維持在相對較低水平，在每噸人民幣3,390元至每噸人民幣3,558元之間波動。低迷的原料奶價格淘汰了小規模及競爭力較弱的奶牛牧場。因此，原料奶產量由2016年的30.6百萬噸降至2017年的30.4百萬噸。

近年來，中國原料奶價格主要保持上漲勢頭，月平均原料奶價格由2016年1月的每噸人民幣3,550元上漲至2021年12月的每噸人民幣4,306元。該上升趨勢乃由於(i)領先奶牛牧場參與者的精細化運營；(ii)飼料價格上漲；(iii)勞動力成本上升；(iv)原料奶供應短缺；及(v)原料奶需求旺盛。2021年期間，原料奶價格在較高水平上保持相對穩定，達到每噸人民幣4,000元以上。預計未來一至兩年，主要受飼料價格上漲及高端乳製品需求增加影響，原料奶平均價格估計將小幅上漲或保持穩定。於2019年、2020年及2021年，原料奶年平均價格為人民幣3,653元／噸、人民幣3,793元／噸及人民幣4,293元／噸，年複合增長率為8.4%。

下圖載列自2016年1月至2022年8月中國月度原料奶價格。

中國月度原料奶價格(2016年1月至2022年8月)



資料來源：中國農業農村部

行業概覽

奶牛養殖

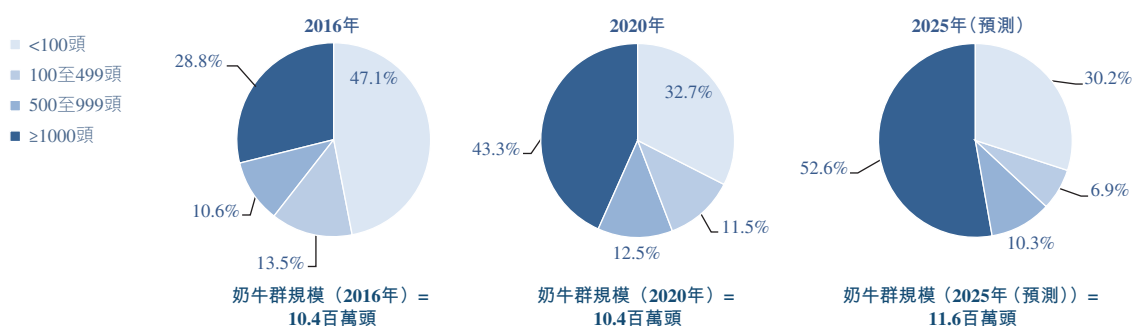
規模化牧場是指奶牛數量不少於100頭的牧場。與小型奶牛牧場相比，該等規模化牧場通常具有更高的產奶量及更高質量的原料奶。總體而言，擁有1,000頭以上奶牛的大規模牧場是指需要較大的資金投入、先進的技術、經驗豐富的管理團隊以及標準化的管理程序及養殖方式的牧場。大規模牧場普遍更高效、更環保且符合國家可持續發展政策。該等大規模牧場在行業低迷時期亦更具適應力。

過去五年，中國的奶牛總數保持相對穩定。由於原料奶需求的強勁增長、規模化牧場的發展及有利的扶持政策，預計自2020年起，奶牛總數將以2.2%的年複合增長率穩步增長，於2025年達到約11.6百萬頭。

就奶牛數量而言，中國大規模牧場的比例增長較快。擁有1,000頭以上奶牛的大規模牧場的奶牛份額已由2016年的28.8%躍升至2020年的43.3%，預計2025年將佔據52.6%的市場主導地位。

下圖載列於所示期間按牧場規模計的中國奶牛數量。

按牧場規模計的中國奶牛數量（2016年、2020年與2025年（預測）對比）



資料來源：國家統計局、中國農業農村部、弗若斯特沙利文

奶牛的健康

照料奶牛是經營奶牛牧場的重要環節。炎症（如產後子宮炎及乳房炎）經常對奶牛產生不利影響。換言之，乳房炎發病率已然成為衡量奶牛及奶牛牧場質量的重要指標。

於2021年，我們奶牛的死亡率及泌乳牛的乳房炎發病率普遍低於經選定規模化牧場的平均水平。

行業概覽

下表載列2021年中國奶牛的質量比較。

2021年奶牛的質量比較

主要公司	奶牛分娩後60天的死亡率(%) ⁽¹⁾	奶牛分娩後30天的死亡率(%) ⁽²⁾	奶牛死亡率(%) ⁽³⁾	泌乳牛乳房炎發病率(%) ⁽⁴⁾
本集團 ⁽¹⁾	6.2%	4.3%	5.0%	5.3%
經選定規模化牧場的平均值 ⁽²⁾	7.2%	5.2%	6.2%	18.2%

附註：

- (1) 截至2021年，由本集團提供。
- (2) 指由中國農業科學院選定的奶牛不少於100頭的規模化牧場於2021年的平均數據。
- (3) 奶牛分娩後60/30天的死亡率是指分娩後60/30天內死亡的奶牛數量佔分娩後奶牛總數的比例。
- (4) 奶牛死亡率是指每年死亡的奶牛數量佔奶牛總數的比例。
- (5) 泌乳牛乳房炎的發病率等於每年患乳房炎的泌乳牛佔泌乳牛總數的比例。

資料來源：中國農業科學院、弗若斯特沙利文

中國原料奶供應行業的主要增長動力

- **下游乳製品市場需求不斷增加。**由於中國消費者對安全及多樣化的乳製品的需求不斷增加，乳製品製造商具有強大的動力來加強質量控制措施。該等乳製品製造商從可供應穩定可靠的優質原料奶的大規模牧場採購優質原料奶。中國下游乳製品市場不斷增加的需求亦為上游乳製品價值鏈的行業參與者（尤其是領先的大規模牧場）帶來巨大的市場潛力。
- **大規模牧場數量不斷增加及行業集中度不斷提高。**通過淘汰零散的小型牧場及整合大中型牧場，中國的奶牛養殖行業一直在不斷轉型。小型牧場的退出及大規模牧場的增多進一步推動了整個奶牛養殖行業的規模經濟，提高了行業集中度及產奶量。
- **先進的奶牛牧場管理及經營效率提高。**通過更多地採用現代化管理流程及先進技術，中國的奶牛牧場得以簡化和優化其業務經營。此舉提高了經營效率、降低了成本、提高了奶品質量及增加了每頭成母牛的年平均產奶量。

行業概覽

- **有利的政府政策。**由於我們的營運附屬公司於中國註冊成立，且我們的奶牛及肉牛養殖業務於中國進行，故我們受中國法律法規的規限。因此，我們亦受惠於中國政府有關乳製品及肉牛行業的優惠政策。中國政府鼓勵大規模牧場及規模化牧場嚴格控制其奶牛的衛生和營養情況並提高原料奶質量。具體而言，中國國務院發佈了《關於推進奶業振興保障乳品質量安全的意見》，要求大規模牧場經營和奶源自給率保持在70%以上。此外，於2020年底，國家市場監督管理總局印發《乳製品質量安全提升行動方案》，其中規定了乳製品原材料的安全控制要求。這些有利政策為中國奶牛養殖行業的長期發展提供了支持。

中國原料奶供應行業的主要市場趨勢

- **大規模牧場成為新趨勢。**通過採用先進技術及標準化的管理流程，養殖超過1,000頭奶牛的大規模牧場得以生產出大量的安全優質原料奶。中國政府亦出台了《奶業整頓和振興規劃綱要》等有利法規和政策以鼓勵發展大規模牧場。預期大規模牧場將持續引領原料奶供應行業趨向。鑒於奶牛養殖行業高度分散的性質，預期將持續進行行業整合。這可為上游和中游乳製品價值鏈的行業參與者（尤其是領先的大規模牧場）帶來巨大的市場潛力。
- **產奶量及質量提高。**由於消費者對乳製品安全性及質量的關注，乳製品公司在選擇原料奶供應商時預計將更加謹慎。產量有限及原料奶生產質量欠佳的奶牛牧場運營商預計將逐步被淘汰。此外，規模化牧場的比例不斷提高，預期將可提高產奶量及質量。
- **智能奶牛牧場管理。**中國的大規模牧場可通過規模化的業務經營，以具成本效益的方式實現其奶牛牧場的智能管理，從而提高產奶量及質量。智能管理使乳製品價值鏈的行業參與者（包括奶牛牧場）能夠獲得更全面的數據和技術支持。預期此舉可在多個方面提高奶牛牧場的經營效率。

中國原料奶供應行業的競爭格局

中國的原料奶供應市場高度分散。按2021年的原料奶產量計，中國前五大參與者佔總體市場份額的15.0%。按2021年的原料奶產量計，我們是第五大奶牛牧場運營商。

行業概覽

下表載列按2021年原料奶產量計的中國前五大奶牛牧場運營商。

2021年中國前五大奶牛牧場運營商（按原料奶產量計）

排名	奶牛牧場運營商	原料奶產量 (千噸)	市場份額(%)
1	優然牧業	1,989.7	5.4%
2	中國現代牧業	1,610.0	4.4%
3	公司C	658.0	1.8%
4	公司E	640.0	1.7%
5	本集團	638.8	1.7%
	前五大	5,536.5	15.0%
	合計	36,830.0	100.0%

附註：

- (1) 本集團的數據由本集團提供。
- (2) 公司C為一家境內私營乳製品公司擁有的附屬公司，成立於2009年，總部設於瀋陽，主要提供原料奶及液態奶產品。公司C的註冊資本為人民幣15億元。
- (3) 公司E為一家私營乳製品公司擁有的境內附屬公司，成立於2013年，總部設於河北省石家莊，主要提供原料奶產品。公司E的註冊資本為人民幣21億元。

資料來源：弗若斯特沙利文

按2021年的原料奶銷量計，中國前五大參與者佔總體市場份額的14.1%。按2021年的原料奶銷量計，我們是第三大奶牛牧場運營商，市場份額為1.6%。

下表載列按2021年原料奶銷量計的前五大奶牛牧場運營商。

2021年中國前五大奶牛牧場運營商（按原料奶銷量計）

排名	奶牛牧場運營商	原料奶銷量 (千噸)	市場份額(%)
1	優然牧業	1,947.2	5.3%
2	中國現代牧業	1,586.9	4.3%
3	本集團	589.8	1.6%
4	中國聖牧	584.8	1.6%
5	公司F	496.8	1.3%
	前五大	5,205.5	14.1%
	合計	36,830.0	100.0%

附註：

- (1) 本集團的數據由本集團提供。
- (2) 公司F為一家國有集團擁有的境內附屬公司，成立於2001年，總部設於北京，主要提供原料奶及飼養產品。公司F的註冊資本為人民幣17億元。

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

按2021年的原料奶銷售額計，中國前五大參與者佔總體市場份額的15.5%。按2021年的原料奶銷售額計，我們是第四大奶牛牧場運營商，市場份額為1.8%。

下表載列按2021年原料奶銷售額計的前五大奶牛牧場運營商。

2021年中國前五大奶牛牧場運營商（按原料奶銷售額計）

排名	奶牛牧場運營商	原料奶銷售額 (人民幣百萬元)	市場份額(%)
1	優然牧業	9,537.8	6.0%
2	中國現代牧業	7,005.0	4.4%
3	中國聖牧	2,984.6	1.9%
4	本集團	2,824.2	1.8%
5	公司F	2,220.9	1.4%
	前五大	24,572.5	15.5%
	合計	158,120.4	100.0%

附註：

- (1) 本集團的數據由本集團提供。
- (2) 公司F為一家國有集團擁有的境內附屬公司，成立於2001年，總部設於北京，主要提供原料奶及飼養產品。公司F的註冊資本為人民幣17億元。

資料來源：弗若斯特沙利文

在中國，大部分領先的奶牛牧場運營商的控股股東屬於彼等的前五大客戶。

行業概覽

由於經營效率極高，大規模牧場的產奶量通常較高。根據弗若斯特沙利文的資料，按每頭成母牛的平均產奶量計，我們已自2015年至2021年於中國連續七年排名第一。於2021年，我們每頭成母牛的平均產奶量為每年12.7噸，就每頭成母牛的年平均產奶量而言，高於每年8.7噸的行業平均水平及前五大奶牛牧場運營商每年11.5噸的平均水平。

下表載列按2015年至2021年每頭成母牛的年平均產奶量計的中國前五大奶牛牧場運營商。

2015年至2021年中國前五大奶牛牧場運營商（按每頭成母牛的平均產奶量計）

排名	奶牛牧場運營商	於2021年每頭成母牛的平均產奶量（噸／年）
1	本集團	12.7
2	公司E	11.5
3	公司F	11.5
4	中國現代牧業	11.3
5	優然牧業	10.9
5	原生態牧業	10.9

奶牛牧場運營商	每頭成母牛的平均產奶量（噸／年）						排名					
	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
本集團	11.6	11.8	12.2	12.5	12.6	12.8	1	1	1	1	1	1
公司H	9.7	9.8	10.4	11.7	10.5	11.6	4	4	3	2	6	3
公司I	不適用	不適用	不適用	11.0	11.6	12.0	不適用	不適用	不適用	3	2	2
公司E	不適用	不適用	不適用	11.0	11.0	11.0	不適用	不適用	不適用	3	3	6
公司G	10.1	10.1	9.9	10.5	10.8	11.0	3	3	4	5	4	6
公司F	不適用	不適用	不適用	10.0	10.4	11.2	不適用	不適用	不適用	7	8	4
公司B	8.1	9.5	9.9	10.1	10.6	11.1	5	5	4	6	5	5
公司L	10.7	10.8	10.9	不適用	不適用	不適用	2	2	2	不適用	不適用	不適用

附註：

- (1) 本集團的數據由本集團提供。
- (2) 公司E為一家私營乳製品公司擁有的境內附屬公司，成立於2013年，總部設於河北省石家莊，主要提供原料奶產品。公司E的註冊資本為人民幣21億元。
- (3) 公司F為一家國有集團擁有的境內附屬公司，成立於2001年，總部設於北京，主要提供原料奶及飼養產品。公司F的註冊資本為人民幣17億元。
- (4) 公司G為一家A股上市境內公司，成立於1996年，總部設於上海，是中國主要的區域性乳製品公司之一，擁有多個系列的乳製品。公司G的註冊資本為人民幣14億元，且公司G於2021年的收入為人民幣292億元。
- (5) 公司H為一家私營境內公司，成立於2003年，總部設於北京。其主要從事奶牛牧場經營、畜牧進口貿易、原料奶生產及奶牛進口業務。

行業概覽

- (6) 公司I為一家香港上市公司擁有的境內附屬公司，成立於2012年，總部設於內蒙古。其主要提供原料奶。公司I的註冊資本為人民幣15億元。
- (7) 公司L為一家私營境內公司，成立於2007年，總部設於天津。其主要提供原料奶。公司L的註冊資本為人民幣4億元。

資料來源：弗若斯特沙利文

於2019年、2020年及2021年，本集團擁有6個、7個及5個奶牛牧場，按每頭成母牛的年平均產奶量計，位列中國十大萬頭規模化奶牛牧場之中。

下表載列按2019年至2021年每頭成母牛的平均產奶量計的中國個人萬頭奶牛牧場。

2019年至2021年中國個人萬頭奶牛牧場（按每頭成母牛的平均產奶量計）

排名	按每頭成母牛的平均產奶量計， 個人萬頭奶牛牧場			
	2019年	2020年	2021年	
1	○	○	公司E	○ 平均產奶量≥13噸/年的屬於本集團的奶牛牧場 ⁽¹⁾
2	○	○	優然牧業	
3	公司N ⁽²⁾	○	優然牧業	
4	△	△	○	△ 平均產奶量≥12噸/年的屬於本集團的奶牛牧場 ⁽¹⁾
5	△	公司H	○	
6	△	△	○	□ 平均產奶量≥11噸/年的屬於本集團的奶牛牧場 ⁽¹⁾
7	公司H	△	△	
8	中國現代牧業	公司H	優然牧業	
9	□	□	中國現代牧業	
10	公司O ⁽³⁾	公司O	△	

附註：

- (1) 本集團的數據由本集團提供。
- (2) 公司N為一家境內私營乳製品公司擁有的附屬公司，成立於2016年，總部設於浙江省杭州市，主要提供液態奶及乾乳製品。公司N的註冊資本為人民幣364百萬元。
- (3) 公司O為一家境內私營乳製品公司擁有的附屬公司，成立於2015年，總部設於重慶市，主要提供液態奶及乾乳製品。公司O的註冊資本為人民幣195百萬元。

資料來源：弗若斯特沙利文

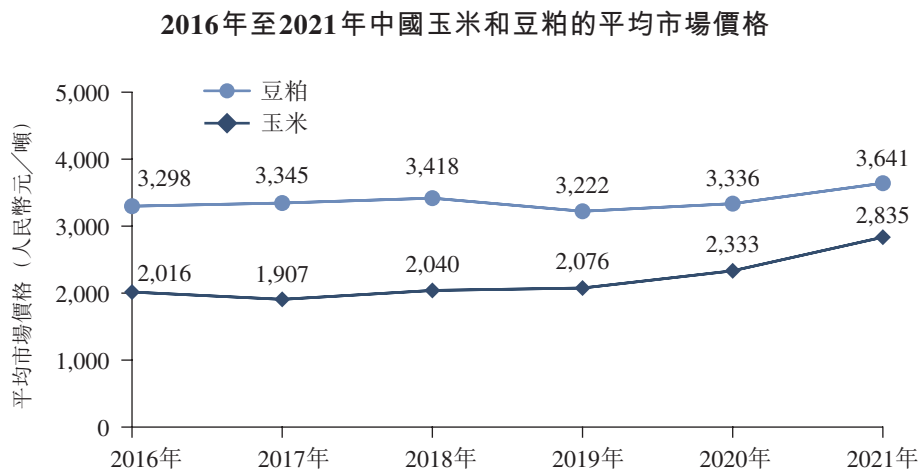
行業概覽

飼料原料價格

奶牛用精飼料主要包括玉米、豆粕和苜蓿。精飼料的價格可能受到多種外部因素的影響，包括(i)氣候和環境條件(例如蟲災)；(ii)商品市場價格；及(iii)政府政策。

- 玉米。玉米的平均市場價格由2016年的每噸人民幣2,016元降至2017年的每噸人民幣1,907元。隨後，該平均市場價格逐步反彈，並於2021年達到每噸人民幣2,835元，2016年至2021年的年複合增長率為7.1%。部分受下游需求旺盛影響，玉米的平均市場價格日後將小幅上漲或保持穩定。
- 豆粕。豆粕的平均市場價格保持相對穩定，2016年為每噸人民幣3,298元，2021年為每噸人民幣3,641元，年複合增長率為2.0%。部分受下游需求旺盛影響，豆粕的平均市場價格日後將小幅上漲或保持穩定。

下圖載列2016年至2021年中國玉米和豆粕的平均市場價格。



資料來源：中國農業農村部

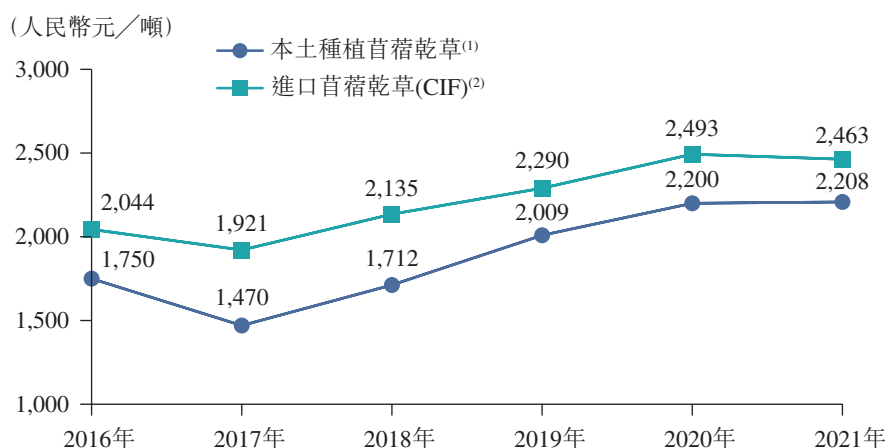
- 苜蓿。根據中國的苜蓿乾草質量分級標準，中國進口的大部分苜蓿都屬於「優級」或「一級」，而大部分本土種植的苜蓿則屬於「一級」或「二級」。因此，奶牛牧場通常需高價進口苜蓿，而該筆費用是國內奶牛牧場原料奶生產成本的重要組成部分。一般而言，由於資金限制和貯存條件，國內企業難以實現全年穩定的苜蓿乾草供應。進口苜蓿乾草和本土種植苜蓿乾草的價格由2016年的每噸人民幣2,044元及每噸人民幣1,750元升至2021年的人民幣2,463元及人民幣2,208元。於2018年7月，中國政府提高了對美國商品的關稅，包括將苜蓿乾草的關稅由7%提高至32%，導致進口苜蓿乾草的價格上漲及奶牛養殖行業的成本增加。於2020年9月，中國國務院關稅稅則委

行業概覽

員會宣佈對進口苜蓿乾草不加徵關稅，並對先前加徵的25%的關稅實行退稅。2021年，進口苜蓿乾草的數量和價值雙雙劇增，部分原因是由於國內供應不足和下游需求旺盛。預期進口苜蓿乾草未來的關稅將保持穩定，可令苜蓿乾草的進口量穩定增長，並為中國的奶牛養殖行業節省成本。此外，預期本土種植苜蓿乾草的質量進一步提高，將可縮小進口苜蓿與本土種植苜蓿之間的差距。

下圖載列2016年至2021年中國本土種植苜蓿乾草和進口苜蓿乾草的價格。

2016年至2021年中國本土種植苜蓿乾草和進口苜蓿乾草的價格



附註：

- (1) 本土種植苜蓿乾草價格指出廠價(不包括運輸開支)。
- (2) 進口苜蓿乾草價格指進口苜蓿乾草的成本、保險及運費(CIF)價格。

資料來源：中國海關、弗若斯特沙利文

中國肉牛行業

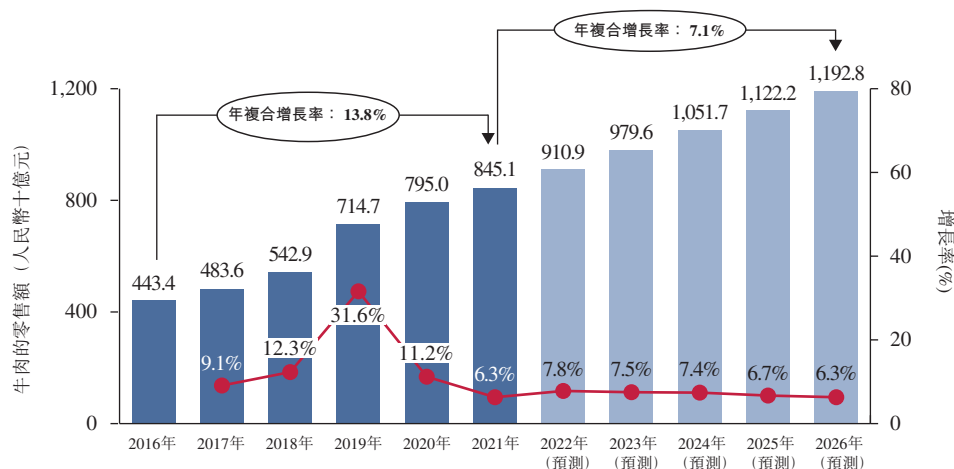
概覽

隨著經濟的快速發展及人均可支配收入的增加，中國消費者購買健康蛋白質的意願正日益擴大牛肉產品的零售額。中國消費者健康意識提高及消費升級刺激了對高蛋白低脂肉的下市場需求。牛肉的消費和單價一直保持顯著增長。因此，中國牛肉的零售額由2016年的人民幣4,434億元大幅增至2021年的人民幣8,451億元，年複合增長率為13.8%，預期將以7.1%的年複合增長率進一步增至2026年的人民幣11,928億元。

行業概覽

下圖載列於所示期間中國牛肉的零售額。

中國牛肉的零售額(2016年至2026年(預測))

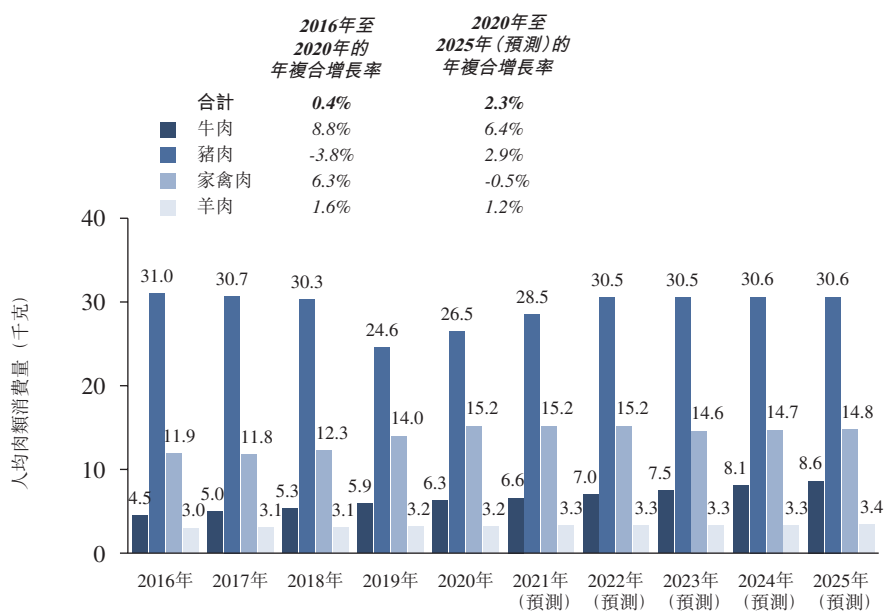


資料來源：國家統計局、中國農業農村部、海關總署、弗若斯特沙利文

預期中國的肉類消費量將隨著可支配收入提高而增加。根據經濟合作與發展組織和聯合國糧食及農業組織(OECD-FAO)的資料，中國肉類消費的主要類別指牛肉和犢牛肉(牛肉)、豬肉、家禽肉及羊肉。牛肉市場的增長速度快於所有其他肉類，且預計其所佔肉類消費量的比例將由2020年的12.3%升至2025年的15.0%。

下圖載列於所示期間中國按主要類別劃分的人均肉類消費量。

中國按主要類別劃分的人均肉類消費量(2016年至2025年(預測))

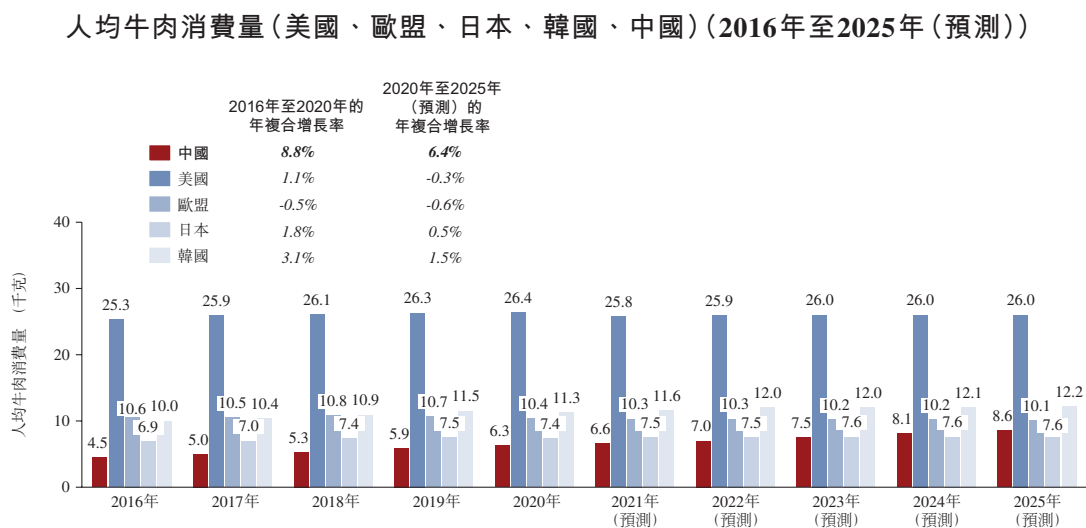


資料來源：國家統計局、海關總署、OECD-FAO、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國2020年的人均牛肉消費量為每年6.3千克，僅為美國的23.9%，且遠低於韓國和日本等飲食習慣類似的若干亞洲國家。於2020年，美國、韓國及日本的人均牛肉消費量分別為每年26.4千克、11.3千克及7.4千克。中國的牛肉消費量水平相對較低，表明未來增長存在巨大潛力。由於對優質動物蛋白質的需求不斷增加，預期人均牛肉消費量將以6.4%的年複合增長率增至2025年的8.6千克。

下圖載列2016年至2025年所示國家人均牛肉消費量。



資料來源：國家統計局、海關總署、OECD-FAO、美國農業部、弗若斯特沙利文

中國牛肉的供應及需求

在需求側，過去幾年中國的牛肉消費量增長迅速，由2016年的6.3百萬噸增至2021年的9.3百萬噸，年複合增長率為8.1%。由於消費者對牛肉產品的需求不斷增加，預計中國的牛肉消費量將由2021年的9.3百萬噸增至2026年的11.8百萬噸，年複合增長率為4.9%。

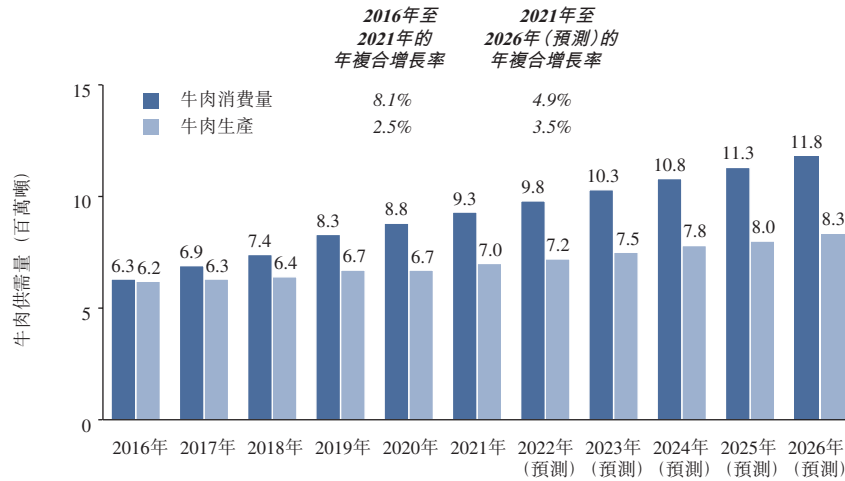
在供應側，中國的牛肉生產穩步增長，由2016年的6.2百萬噸增至2021年的7.0百萬噸，年複合增長率為2.5%。由於(i)有利的政府政策；(ii)下游消費者的強勁需求；及(iii)主要的肉牛飼養場企業努力擴大生產規模，牛肉生產有望增加。於2026年，預計中國的牛肉生產將由7.0百萬噸增至8.3百萬噸，年複合增長率為3.5%。

多年來，中國的牛肉消費市場處於牛肉供不應求的狀態。牛肉生產的缺口繼續擴大，預計在2026年達到約3.5百萬噸。

行業概覽

下圖載列2016年至2026年中國牛肉供需情況。

中國牛肉供需情況(2016年至2026年(預測))



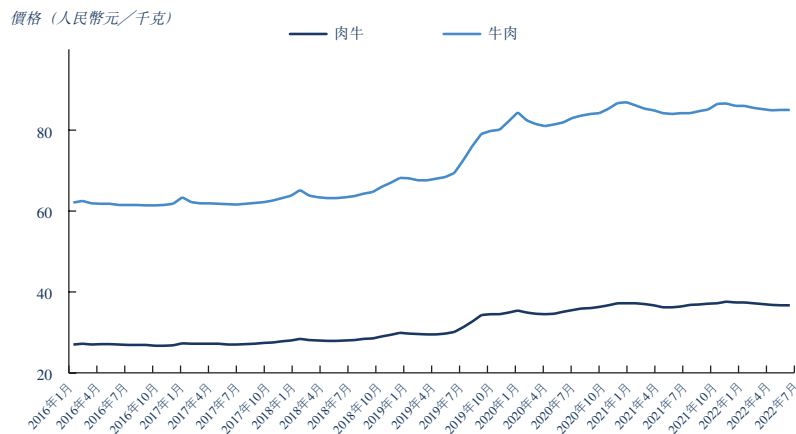
資料來源：國家統計局、海關總署、弗若斯特沙利文

肉牛及牛肉價格

主要由於對牛肉的需求不斷增加及當地牛肉生產的成本不斷上漲，中國的肉牛平均價格持續上漲。近年來，中國牛肉的平均批發價格也一直呈上揚趨勢，月平均批發價格由2016年1月的人民幣62.1元／千克上漲至2021年12月的人民幣86.5元／千克。此外，由於消費者對牛肉等健康及優質蛋白質的需求不斷增加、消費者的健康意識不斷提高及牛飼料和養牛業的成本不斷上漲，肉牛及牛肉的平均批發價格也有望上漲。

下圖載列2016年1月至2022年8月中國肉牛及牛肉的月平均批發價格。

2016年1月至2022年8月中國肉牛及牛肉的月平均批發價格



資料來源：國家統計局、中國農業農村部

行業概覽

中國肉牛行業的主要增長動力

- *可支配收入增加*。人均可支配收入不斷增加對中國居民的購買力產生了積極的影響，預計這將惠及中國的牛肉消費量增長。
- *人均牛肉消費量增加*。由於消費者的生活水平提高，對健康生活方式及飲食習慣的需求增加，以及營養豐富的優質蛋白質的消費量增加，對牛肉產品的需求有望繼續增加。此外，主要的行業參與者也致力於開發口味眾多的各種牛肉產品（如上等牛肉）來滿足不同消費者群體的不同喜好。預計這會進一步推動牛肉的消費並促進牛肉產品市場的增長。
- *消費者的飲食習慣改變推動了牛肉產品市場的轉型*。年輕一代，尤其是Z世代（在1995年至2010年間出生的人）已經逐漸成為牛肉產品的主流消費者。該等消費者的飲食習慣與年長及傳統消費者不同。例如，年輕一代消費者更加注重健康且對健康和食品口味有不同的要求。牛肉被認為是一種健康、營養豐富、優質的蛋白質來源。因此，牛肉憑藉其健康的特徵深受年輕一代消費者的青睞。此外，相較於豬肉等其他肉類，中國消費者正逐漸將消費習慣偏向於牛肉，預計也會進一步刺激牛肉市場的增長。
- *出現了更多主打牛肉的餐廳及品牌*。中國的餐飲業、牛排餐廳及火鍋餐廳（如潮汕牛肉火鍋）增長迅速。越來越多的餐廳以牛肉菜品為其中一種主打菜品來進行宣傳。預計這種環境將進一步刺激市場增長。
- *以增長為導向的政府政策*。中國農業農村部於2021年4月發佈牲畜自給自足目標，即《推進肉牛羊肉生產發展五年行動方案》（「《方案》」）。根據《方案》，多渠道增加牛肉生產及供應；牧區要結合草畜平衡，以穩量提質為重點，增加基礎母畜數量，提高生產效率。到2025年，牛羊肉自給率保持在85%左右；牛羊肉產量分別穩定在6.8百萬噸、5百萬噸左右；及牛羊大規模養殖比重分別達到30%、50%。此外，在鞏固提升傳統主產區的基礎上，《方案》力圖挖掘潛力發展區，拓展增產空間及多渠道增加牛肉生產及供應。

中國肉牛行業的主要市場趨勢

- *牛肉產品的種類更加多樣化*。為滿足消費者的不同需求，出現了越來越多的優質及特級牛肉產品（如草飼牛肉、穀飼牛肉、野生有機牛肉）。牛肉產品的質量有望隨著研發的發展及企業向消費者進行的深度宣傳教育而提高。因此，預計該等種類不一的牛肉產品會繼續受到消費者歡迎。

行業概覽

- **經營管理更加科學。**肉牛飼養場企業正在採用其他的科學經營模式並在研發及尖端技術方面投入了更多資源。肉牛飼養場的智能化管理有望為政府和養殖企業提供更全面的數據及技術支持。因此，肉牛飼養場企業可以使用該等管理系統及可用數據優化業務經營。
- **市場集中度提高。**中國的肉牛養殖市場極其分散。未來數年，預計大規模肉牛飼養場企業會以相對較低的成本及先進的技術迅速擴大市場份額。
- **消費者對安全、優質產品的需求。**中國越來越多消費者基於食品安全和質量來選擇食品。因此，肉牛飼養場企業在養殖經營時採用了新技術及高效的管理方法以生產出更安全的產品。

中國肉牛行業的競爭格局

中國的肉牛市場極其分散。按截至2021年12月31日肉牛的數量計，前十五大市場參與者僅佔0.76%的市場份額。按肉牛數量計，我們是中國第十一大肉牛飼養場企業，市場份額為0.03%。

中國主要的肉牛品種可分為進口品種及本地品種兩大類。進口品種主要包括荷斯坦牛、西門塔爾牛及安格斯牛。在中國，荷斯坦牛作為兼用牛（奶牛及肉牛）進行培育。近年來，中國各個地區的荷斯坦肉牛產肉量大幅提高。

下表載列截至2021年12月31日按中國肉牛數量計的前十五大的肉牛飼養場企業。

2021年肉牛飼養場企業的排名和市場份額（按肉牛數量計）

排名	肉牛飼養場企業	肉牛數量 (千頭)	市場份額(%)
1	公司a	100.0	0.13%
2	公司b	96.0	0.12%
3	公司c	45.0	0.06%
4	公司d	43.0	0.05%
5	公司e	40.0	0.05%
6	公司f	36.0	0.05%
6	公司g	36.0	0.05%
8	公司h	30.0	0.04%
9	公司i	29.0	0.04%
9	公司j	29.0	0.04%
11	本集團	25.4	0.03%
12	公司k	20.0	0.03%
12	公司l	20.0	0.03%
14	公司m	18.0	0.02%
14	公司n	18.0	0.02%
	前十五大	585.4	0.76%
	合計	78,450.0	100.0%

行業概覽

附註：

1. 本集團的數據由本集團提供。
2. 公司a為一家境內私營集團，成立於2009年，總部設於重慶，主要從事肉牛業務（包括育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司a的註冊資本為人民幣280.0百萬元。
3. 公司b為一家境內私營公司，成立於2012年，總部設於新疆烏魯木齊，主要從事肉牛業務（包括育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司b的註冊資本為人民幣723.0百萬元。
4. 公司c為一家境內私營公司，成立於2013年，總部設於新疆博樂，主要從事肉牛業務（包括育種、育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司c的註冊資本為人民幣214.0百萬元。
5. 公司d為一家境內私營公司，成立於2019年，總部設於雲南昆明，主要從事畜禽業務。公司d的註冊資本為人民幣771.0百萬元。
6. 公司e為一家境內私營公司，成立於2007年，總部設於內蒙古錫林郭勒盟，主要從事肉牛養殖及育肥。公司e的註冊資本為人民幣80.0百萬元。
7. 公司f為一家境內私營公司，成立於2004年，總部設於河北石家莊，主要從事肉牛業務（包括育種、育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司f的註冊資本為人民幣100.0百萬元。
8. 公司g為一家境內私營公司，成立於2018年，總部設於新疆喀什，主要從事肉牛業務（包括育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司g的註冊資本為人民幣703.0百萬元。
9. 公司h為一家境內私營公司，成立於2009年，總部設於黑龍江齊齊哈爾，主要從事肉牛業務（包括育種、育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司h的註冊資本為人民幣157.0百萬元。
10. 公司i為一家境內私營公司，成立於2016年，總部設於內蒙古興安盟，主要從事肉牛業務（包括育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司i的註冊資本為人民幣190.0百萬元。
11. 公司j為一家境內私營公司，成立於2016年，總部設於新疆伊犁，主要從事肉牛養殖業務。公司j的註冊資本為人民幣220.0百萬元。
12. 公司k為一家境內私營公司，成立於2016年，總部設於天津，主要從事牧草種植及肉牛養殖。公司k的註冊資本為人民幣5.0百萬元。
13. 公司l為一家境內私營公司，成立於1998年，總部設於吉林長春，主要從事肉牛業務（包括育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司l的註冊資本為人民幣100.0百萬元。
14. 公司m為一家A股上市公司擁有的境內附屬公司，成立於1994年，總部設於北京，主要從事肉牛業務（包括肉牛養殖、育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司m的註冊資本為人民幣850.0百萬元。
15. 公司n為一家境內私營公司，成立於2010年，總部設於內蒙古科爾沁，主要從事肉牛業務（包括育肥及屠宰），提供各種牛肉產品。公司n的註冊資本為人民幣598.0百萬元。

奶牛養殖行業及肉牛養殖行業的進入壁壘

- **資本投資。** 奶牛養殖行業和肉牛養殖行業均為資本高度密集型產業，在初期需要大量投資，以建立自營奶牛牧場和肉牛飼養場、收購優質奶牛和肉牛、建立基礎設施和管理體系、招聘專業人員及拓展分銷渠道。此外，這兩個行業還需持續投資奶牛和肉牛的健康監測及控制，包括高昂的飼養成本。

行業概覽

- **原料奶／牛肉的質量控制。**中國政府發佈了一系列質量標準來衡量原料奶的質量，如脂肪含量、蛋白質含量、菌落總數和體細胞數。與數量少於100頭奶牛的小型牧場相比，大規模牧場可以為奶牛提供更好的環境及優質飼料。擁有多家大規模牧場的領先奶牛牧場運營商，憑藉強大的科技能力和資金支持，不斷提高原料奶質量，同時為新進入者設定了較高的進入壁壘。
- **人才壁壘。**大規模牛養殖需要一大批擁有牛飼養和疾病預防控制專業知識且具有豐富經驗的科技人員和管理人員。培養科技人員和積累經驗需要時間，這也為新進入者設定了進入壁壘。
- **管理能力。**經驗豐富的管理人員對奶牛養殖和肉牛養殖業務至關重要，因為彼等有助於確保奶牛和肉牛的高品質，保持高效的生產和運營流程，對未來的發展和業務擴張做出正確的戰略決策。此外，隨著消費者對乳製品和牛肉產品口味需求的變化，管理亦需要創新能力，以升級和提高產品品質。對於行業管理經驗有限的新進入者，迎接該等挑戰更加困難。
- **穩定的下游客戶。**頂級奶牛牧場運營商已與其客戶建立緊密的關係，因為彼等主要依賴其最大股東（亦為其最大的下游客戶）。對於肉牛養殖行業，客戶主要包括連鎖餐飲品牌／餐廳、超市、電子商務平台中的企業客戶。通過與下游客戶保持緊密關係並建立長期可持續的業務運營來建立穩定的銷售渠道是很有必要的。因此，在短期內贏得一個具有良好聲譽及信譽的穩定可靠下游客戶對於新進入者而言具有挑戰性。

奶牛養殖行業和肉牛養殖行業的市場挑戰

- **疾病風險。**肉牛養殖一直面臨著疾病的威脅，包括口蹄疫、瘋牛病等。任何此類動物疾病的重大爆發將影響消費者信心，導致經加工原料奶和牛肉產品的銷量萎縮，這將對整個產業鏈產生更重大的影響。
- **環境保護。**在中國，畜牧業一直受到各種不斷發展的環保法律法規的監管。例如，在建造任何新的肉牛飼養場之前，必須進行環境影響評估，在建造完成後，主管環保機構將檢查生態設施。此外，在肉牛飼養場經營期間，必須以適當的方式處理和處置相關程序所產生的糞污和廢水。遵守所有適用規定需要大量支出以及管理層極大的關注。

行業概覽

- **進口貿易限制。**肉牛行業面臨的另一個挑戰是進口貿易限制的風險。COVID-19疫情已對國際貿易產生了巨大影響。為了預防和控制疫情，中國已調整貿易政策，限制部分國家的商品進口。中國的牛肉消費部分依賴於從巴西、阿根廷、烏拉圭、新西蘭和澳大利亞等國進口的牛肉。因此，國外疫情的不確定性將限制牛肉的進口貿易。