

行業概覽

本章節及本文件其他章節載列的資料及統計數據來自我們委聘的獨立行業顧問弗若斯特沙利文編製的報告，以及來自於各類官方政府刊物及其他公開資料。我們、獨家保薦人、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士(弗若斯特沙利文除外)或彼等各自的任何董事、高級職員、僱員、顧問或代理人均未獨立核實該等來自官方政府的資料，不對其準確性發表任何聲明。

休閒食品行業

中國休閒食品行業概覽

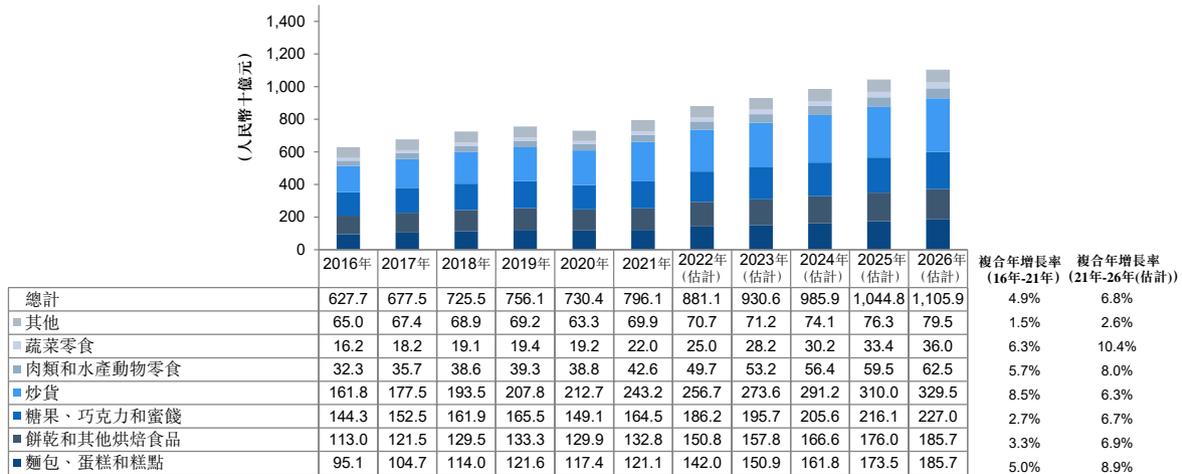
休閒食品指通常在正餐之間食用的包裝食品，主要包括(i)麵包、蛋糕和糕點；(ii)餅乾和其他烘焙食品；(iii)糖果、巧克力和蜜餞；(iv)炒貨；(v)肉類和水產動物零食；(vi)蔬菜零食；及(vii)果凍、調味面製品等其他零食。

中國休閒食品的消費在過去幾年穩步增長，全國的線上和線下零售渠道如雨後春筍般湧現。由於人均可支配收入的提高和消費者消費偏好的多樣化，中國休閒食品市場規模從2016年的人民幣6,277億元增長到2021年的人民幣7,961億元，複合年增長率為4.9%。在所有品類中，蔬菜零食、肉類和水產動物零食以及炒貨均呈現高增長，2016年至2021年的複合年增長率分別為6.3%、5.7%和8.5%。

隨著創意產品的出現和年輕消費者需求的不斷增長，中國的休閒食品市場有望進一步增長。預計2026年中國休閒食品行業市場規模以收入計將達到人民幣11,059億元，2021年至2026年的複合年增長率為6.8%。

行業概覽

2016年至2026年(估計)中國休閒食品行業的市場規模(以收入計)



來源：弗若斯特沙利文

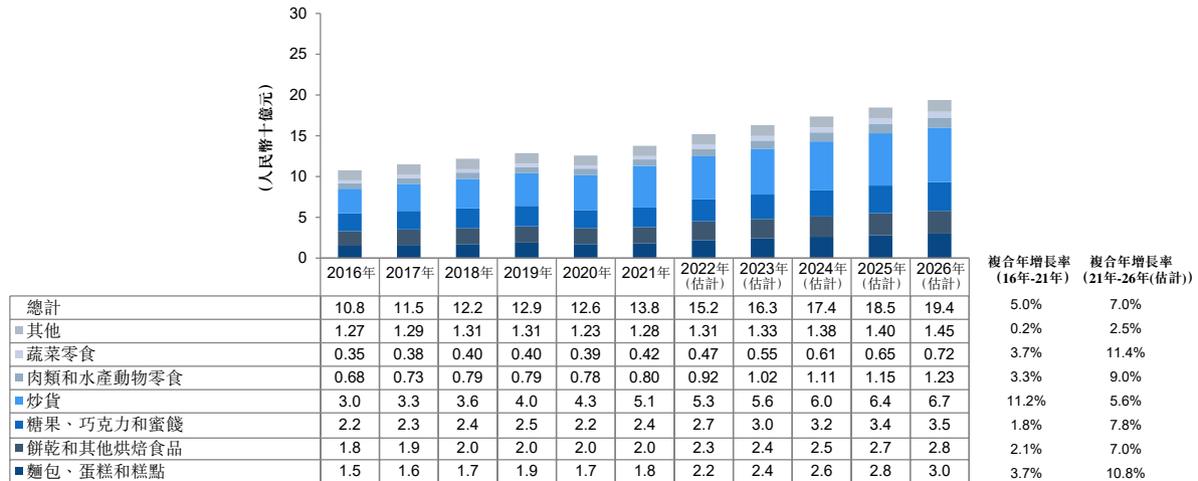
江西省休閒食品行業概覽

隨著中國休閒食品行業的發展，江西省休閒食品行業的市場規模從2016年的人民幣108億元增長到2021年的人民幣138億元，複合年增長率約為5.0%。在所有品類中，麵包、蛋糕和糕點、蔬菜零食以及炒貨均呈現高增長，2016年至2021年的複合年增長率分別為3.7%、3.7%和11.2%。

隨著可支配收入增加，購買力上升，以及銷售渠道特別是零售渠道的擴大，消費者對休閒食品的需求不斷增加。預計到2026年，該市場將進一步擴大至人民幣194億元，2021年至2026年的複合年增長率為7.0%。

行業概覽

2016年至2026年(估計)江西省休閒食品行業的市場規模(以收入計)



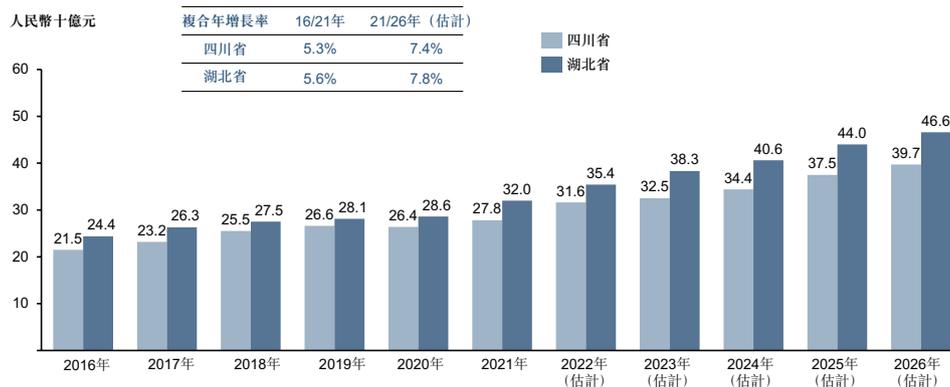
來源：弗若斯特沙利文

四川省及湖北省休閒食品行業概覽

四川省及湖北省休閒食品行業市場規模於2016年的人民幣215億元及244億元分別增加至2021年的人民幣278億元及人民幣320億元，複合年增長率分別約為5.3%及5.6%。

日後，隨著中國居民消費能力的不斷增強，於2021年至2026年，預計四川省及湖北省休閒食品行業規模的複合年增長率分別約為7.4%及7.8%，於2026年分別達到人民幣397億元及人民幣466億元。

2016年至2026年(估計)四川省及湖北省休閒食品行業的市場規模(以收入計)



來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

中國休閒食品行業的市場驅動因素

不斷增長的消費群：休閒食品的消費為消費者提供歡快的體驗，帶來愉悅感、滿足感和舒適感。因此，不同年齡段的消費者都享受休閒食品，進而孕育出不斷增長的休閒食品消費群。此外，由於城市化進程加快，以及物流基礎設施的改善，省際之間的遷移促進了區域美食的擴展。特別是主要在江西省、湖南省、湖北省、四川省、重慶市和貴州省消費的辣味休閒食品正在全國逐漸流行。中國互聯網、電子商務和社交媒體的發展也促進了辣味休閒食品的盛行。例如，越來越多的網紅視作辣味休閒食品為其內容的有趣元素。知名社交平台試吃等活動，進一步加速辣味休閒食品在大眾中的傳播。

可支配收入增加導致購買力上升：對休閒食品的需求與消費者的收入水平相關。隨著中國人均年度可支配收入和人均食品支出不斷增加，中國休閒食品行業有望受益於收入水平的提高。隨著可支配收入不斷增長，人們預期更願意在零食上消費，進而助益包括本集團在內的休閒食品生產商。

多樣化的消費場合以及不斷增長的消費頻率：不斷變化的消費習慣是中國休閒食品行業發展的關鍵。休閒食品的消費不再局限於膳食，而是擴大到各類消費場合，包括休閒活動、娛樂、旅遊和辦公時間。消費場合的多樣化增加了休閒食品的消費頻率，進一步推動了其市場增長。

持續的產品創新和更新：領先的休閒食品製造商目前著重推出具有新口味、差異化包裝和產品升級的創新產品，以滿足快速變化的客戶偏好和口味，從而幫助建立品牌忠誠度。持續的產品創新和休閒食品的更新可以使生產商從競爭對手中脫穎而出，並吸引成熟的消費者，從而推動銷售增長。例如，辣味休閒食品已擴展到甜辣、酸辣等新的辣味口味，以滿足更廣泛消費者的需求，進而推動了該行業的發展。此外，辣

行業概覽

味休閒食品行業還湧現出海帶、魔芋等辣味蔬菜零食等一批潛在分部。得益於其精緻口感及現有產品的不斷更新換代和新產品的推出，該等產品對消費者極具吸引力。休閒食品生產商的口味創新及產品更新，使消費者更願意嘗試並提高他們的複購率，促進行業內包括本集團在內的生產商不斷致力於產品創新及更新。

零售渠道改善：一線城市的商場、超市、連鎖便利店等現代零售渠道和低線城市小雜貨店、非連鎖便利店等傳統零售渠道的滲透率不斷提高，改善了休閒食品的零售覆蓋率。零售渠道的改善提高了消費者的消費頻率，逐步釋放了二三線城市的市場潛力。此外，網民規模的擴大以及移動互聯網和電子商務的普及，讓休閒食品的購買和消費更加方便、實惠，進而帶動了中國休閒食品的線上消費。包括本集團在內的越來越多的休閒食品生產商於天貓及京東等大型網購平台建立了線上零售渠道。線上銷售的普及為休閒食品的銷售提供了額外的銷售渠道，並有助於促進休閒食品生產商的銷售。

中國休閒食品行業的機遇

多樣性和個性化增加：休閒食品的多樣性和個性化增加預計將被視為中國休閒食品市場的關鍵機遇。許多休閒食品製造商在產品口味和包裝方面均持續投入精力和資源來尋求創新和突破。除了在研發上的投入外，他們也越來越強調在營銷過程中塑造個性化的產品形象。跨界營銷風靡一時，國內部分休閒食品製造商開始與電競、電影、文學等行業的商家合作，共同發佈品牌或跨界產品或協辦聯合營銷活動，以推廣彼此的產品，從而實現互利共贏。

持續的品牌建設和推廣：品牌建設是在競爭激烈的休閒食品市場保持產品銷售增長的關鍵。中國休閒食品市場的主要競爭對手包括許多具有悠久經營歷史的國際品牌。這些品牌的形像已經深入人心，同時也面臨著品牌老化等挑戰。眾多中國知名休閒食品主要品牌，為滿足消費者的需求，贏得年輕一代的認可，往往會在品牌建設及推廣上投入資金和資源，避免品牌老化。

行業概覽

市場擴張，區域覆蓋面拓寬：中國非一線城市近年來經濟高速增長，隨著人們消費能力提升，市場蘊藏巨大潛力。越來越多的休閒食品生產商通過拓展小型非連鎖店、雜貨店等傳統零售渠道，以及建立提供快遞服務的電子商務渠道，拓寬對該等消費群體的觸及面，近年來在中國業務蒸蒸日上。市場擴張也被認為是中國休閒食品市場的機遇。

中國休閒食品行業的威脅與挑戰

競爭愈趨激烈：電子商務的快速發展對休閒食品市場產生了全方位的衝擊。由於休閒食品製造商享有銷售覆蓋面擴大及品牌在線曝光率增加等好處，亦有越來越多的在線休閒食品品牌和進口休閒食品進軍中國休閒食品市場。有關品牌和產品可能會導致市場競爭更加激烈，此被認為對中國休閒食品市場構成挑戰。

勞動力成本上漲：由於勞動力成本是中國休閒食品行業的主要成本之一，製造業從業人員平均年薪預期的增長趨勢可能對中國休閒食品行業構成挑戰。

乾製食品市場

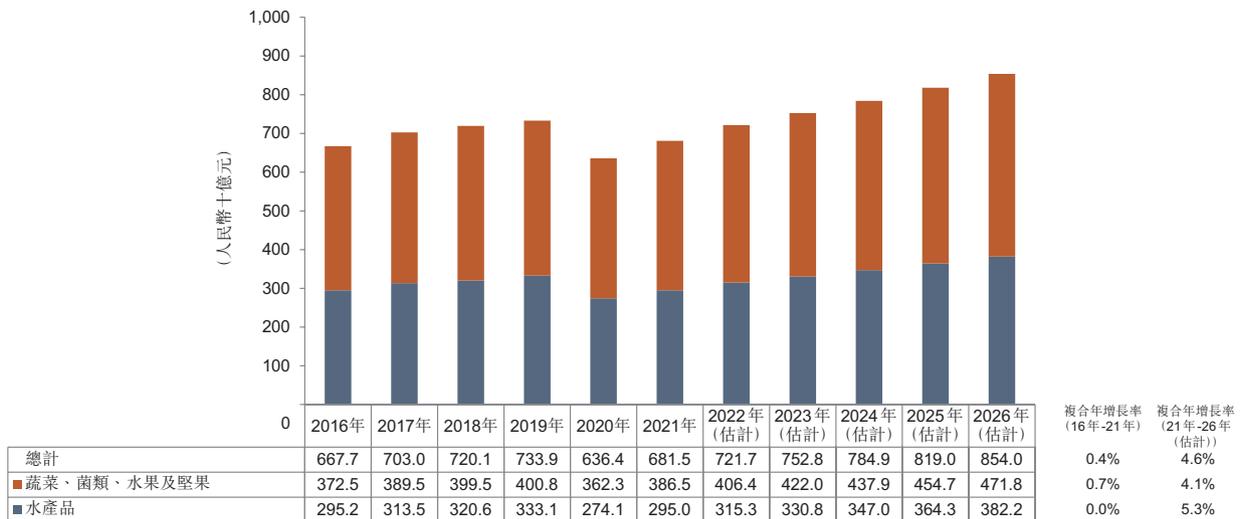
中國乾製食品市場概覽

本集團的乾製食品主要包括乾製山珍、乾製水產品及穀物，大致可分為農產品加工市場的兩個子分部，即「蔬菜、菌類、水果和堅果」及「水產品」(統稱為「**精選定子市場**」)。

行業概覽

按收入計，中國經選定子市場的市場規模已從2016年的人民幣6,677億元增加至2021年的人民幣6,815億元，複合年增長率約為0.4%。伴隨著最新的加工技術、擴展的分銷渠道和行業整合，預計從2021年到2026年，中國經選定子市場按收入計的市場規模將按約4.6%的複合年增長率增長，達人民幣8,540億元。

2016年至2026年(估計)中國經選定子市場的市場規模(以收入計)



來源：弗若斯特沙利文

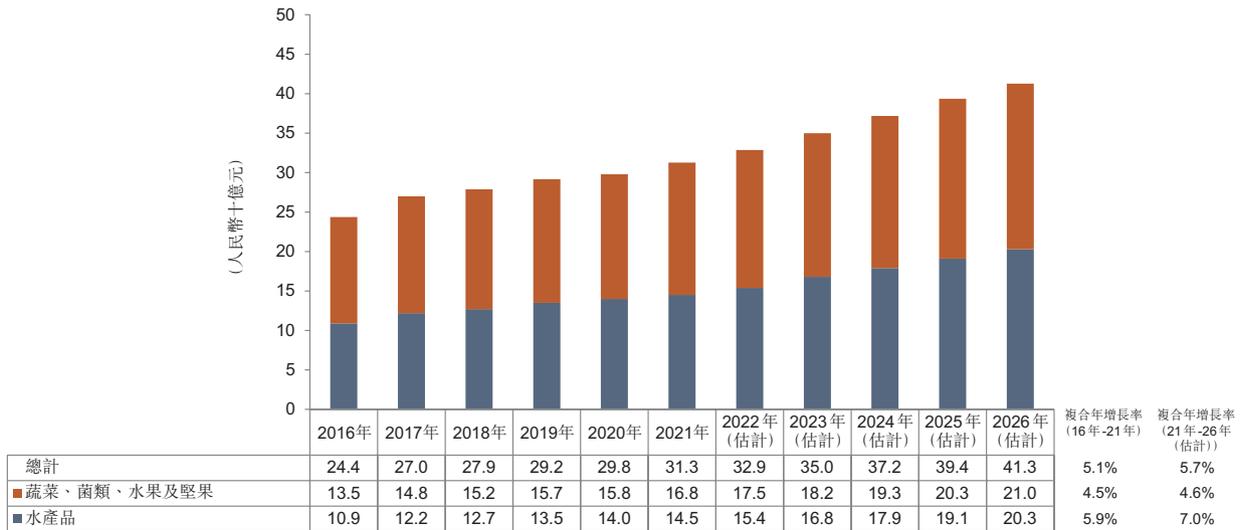
江西省經選定子市場概覽

江西省經選定子市場按收入計的市場規模已從2016年的人民幣244億元增加至2021年的人民幣313億元，複合年增長率增長約5.1%。

展望未來，在經濟增長和收入水平不斷提高的推動下，預計於2021年至2026年，江西省經選定子市場按收入計的市場規模將按約5.7%的複合年增長率增長，並於2026年達至人民幣413億元。

行業概覽

2016年至2026年(估計)江西省經選定子市場的市場規模(以收入計)



來源：弗若斯特沙利文

中國乾製食品市場的市場驅動因素

城鎮化進程加快：於2016年至2021年，中國城鎮化率由57.3%增長7.4%至64.7%，且預計到2026年將加速達至74.2%。城鎮化率的不斷提高大大改善了人們的生活水平，從而刺激了彼等對乾製食品的消費需求。持續的城鎮化進程亦為消費者購買乾製食品提供了更多的零售渠道，從而帶動了乾製食品銷售的增長。城鎮化進程加快帶動消費需求增加，零售渠道的不斷增多，有利於包括本集團在內的乾製食品生產商開拓市場，原因是彼等更容易通過多種線上及線下銷售渠道接觸到全國更多的消費群體。

中國消費者購買力上升：從2016年到2021年，中國城鎮居民人均可支配收入從人民幣33,600元增加到人民幣47,400元，2016年到2021年的複合年增長率為7.1%。展望未來，預計城鎮人均可支配收入將隨著宏觀經濟的增長而增長，到2026年達到人民幣66,500元。消費者的購買力通常隨著收入水平的提高而增長，進而推動其對乾製食品的需求，為乾製食品市場提供增長潛力，從而使包括本集團在內的市場參與者受益。

行業概覽

消費趨勢升級：隨著收入水平和購買力的提高，近年來中國居民的消費結構不斷改善。乾製食品的消費不僅僅是為了飽腹感，而是逐漸演變為歡愉和享受。隨著消費者對生活質量的關注度越來越高，消費者在購買乾製食品時，對價格的敏感度越來越低，而是更加關注產品的質量、成分、包裝方式和產品營養。預計包括本集團在內的乾製食品生產商將繼續投資於產品開發，並不斷擴大及豐富彼等的產品組合，以在市場中保持競爭力。

中國乾製食品市場的機遇、威脅與挑戰

機遇

先進加工技術的應用：隨著乾製食品加工業的迅速擴張和加工方式的發展，中國食品加工越來越多地採用先進技術。根據於2018年12月頒佈的《關於促進農產品精深加工高質量發展若干政策措施的通知》，中國政府鼓勵現代乾製食品加工設施和技術的升級發展。真空冷凍乾燥、超高壓滅菌、微波乾燥、遠紅外加熱技術等多種現代加工技術逐步得到應用，提高了效率，增加了產能，繼而促進了中國乾製食品加工行業的發展。

行業整合不斷加劇：隨著客戶對食品安全的關注度不斷提高，乾製食品現代化水平不斷提高，以及乾製食品加工企業生產流程標準化的嚴格監管體系，市場出現了日益增長的行業整合趨勢。中小型加工企業逐漸合併或相互收購。同時，品牌知名度高、加工技術先進、分銷覆蓋面廣、管理團隊專業的龍頭企業有望在整合趨勢中進一步發展，實現足夠的規模經濟。

分銷渠道拓寬：傳統上，乾製食品主要通過農貿市場、雜貨店和路邊攤批量銷售。隨著品牌知名度和產品質量需求的提升，以及消費者習慣的改變，品牌連鎖店、超市、便利店等現代渠道，以及天貓、京東等電商渠道發展迅猛。領先的乾製食品加工企業

行業概覽

正在努力進駐超市和便利店，並在全國開設線上和線下自營品牌店，以打造廣泛的分銷渠道。通過拓展分銷渠道，乾製食品加工企業能夠擴大客戶覆蓋面，提升其在中國乾製食品加工行業的品牌知名度。

中國乾製食品市場的威脅與挑戰

勞動力成本增加：由於勞動力成本是中國乾製食品行業的主要成本之一，製造業從業人員平均年薪預期的增長趨勢可能構成挑戰。

更嚴格的食物安全要求：過去幾年消費者和政府的食品安全意識都有所提高。預計未來將維持更高的食品安全標準。與此同時，顧客更加關注自身健康，並增加了對更高質量食品的需求。預計乾製食品生產商將受到更嚴格的食物安全監管控制，因此可能會產生更高的合規成本。

競爭格局

中國休閒食品行業競爭格局

中國休閒食品市場高度競爭且分散，按收入計2021年前十大競爭對手僅佔市場份額8.0%。大多數製造商具備全面的品牌組合，產品一應俱全，從而可觸達更多消費者。相比之下，江西省的休閒食品市場相對分散，市場上有數百家休閒食品生產商。按收入計，2021年江西省休閒食品市場前十大市場參與者佔據市場份額約29.4%。2021年本集團自中國及江西省零食分別產生收入約人民幣171.1百萬元及人民幣54.7百萬元，分別佔中國及江西省休閒食品市場的市場份額約0.01%及0.4%。

行業概覽

2021年江西省休閒食品市場五大參與者的排名及市場份額(以收入計)

排名	公司名稱	市場份額 (%)
1	江西煌上煌集團食品股份有限公司(「煌上煌」)	12.4%
2	甘源食品股份有限公司(「甘源」)	9.4%
3	江西省綠滋肴實業有限公司(「綠滋肴」)	1.9%
4	江西奕方農業科技有限公司(「奕方」)	1.8%
5	本公司	0.4%

公司	背景	註冊資本 (人民幣百萬元)	產品類別	僱員總數	上市/ 未上市	成立年度	總部
煌上煌	公司為一在深州證券交易所上市的休閒食品生產商。公司在全國擁有八個現代化的食品生產加工基地，開發了六大系列、超過100個產品，近5,000家連鎖店分佈在全國27個省市。	512.30	畜禽肉製品以及水產品加工	~900	上市	1999年	江西省
甘源	公司為一家深州證券交易所的上市公司且為國內領先的零食品生產商，於中國擁有兩個現代化生產基地。	93.22	種子、堅果和果仁以及穀物薯片	~1,600	上市	2006年	江西省
綠滋肴	公司為一家未上市的休閒食品生產商，專注於江西省的農副產品	34.18	農水產品加工	~100	未上市	2002年	江西省
奕方	公司為一家未上市的休閒食品生產商且為國內領先的果蔬原料加工企業。公司在上海、海南省、湖北省和江西省均有產業佈局，擁有兩個水果種植基地。	205.00	休閒食品生產商、蔬菜、菌類、水果和堅果加工	~200	未上市	2014年	江西省

來源：弗若斯特沙利文

休閒食品生產商通常圍繞產品質量、供應穩定性以及其產品數量及多樣性進行競爭。

江西省經選定子市場的競爭格局

2021年，江西省的經選定子市場亦屬分散。江西省經選定子市場有數以千計生產各類食品的市場參與者。按源自經選定子市場的收入計，前五大競爭對手合共佔約3.7%市場份額。2021年，本集團錄得源自經選定子市場收入約人民幣112.1百萬元，在江西省經選定子市場排名第五。

行業概覽

2021年江西省經選定子市場五大參與者的排名及市場份額(以收入計)

排名	公司名稱	市場份額 (%)
1	萬載縣青葉食品有限公司(「萬載青葉」)	1.7%
2	江西華誼食品有限公司(「華誼」)	0.9%
3	江西省新安食品集團有限公司(「新安」)	0.4%
4	江西奕方農業科技有限公司(「奕方」)	0.4%
5	本公司	0.4%

公司	背景	註冊資本 (人民幣百萬元)	產品類別	僱員總數	上市/ 未上市	成立年度	總部
萬載青葉	公司為一家未上市的農產品加工企業，業務範圍包括蔬菜、菌類、水果和堅果加工以及休閒食品加工。	25.00	橘子、蕎麥、香菇、脆筍、姜、豆角、百合	不足50人	未上市	2000年	江西省
華誼	公司主要從事水產品貿易、水產養殖、深加工等業務。產品全部出口到香港、澳門、日本、韓國等亞洲地區和歐美等地區。	21.00	水產品加工	不足50人	未上市	2006年	江西省
新安	公司為一家未上市的零食品生產商，先後開發了30多種產品，獲得了8個綠色、7個有機、三個著名農產品並擁有3項專利，且獲得江西省著名商標、江西省名牌產品證書。	30.00	本地特色農產品資源深加工	不足50人	未上市	1999年	江西省
奕方	公司為一家未上市的休閒食品生產商且為國內領先的果蔬原料加工企業。公司在上海、海南省、湖北省和江西省均有產業佈局，擁有兩個水果種植基地。	205.00	休閒食品生產商、蔬菜、菌類、水果和堅果加工	~200	未上市	2014年	江西省

來源：弗若斯特沙利文

中國消費者主要根據價格、品牌認知度及口味選擇乾製食品及零食。

中國休閒食品市場和乾製食品市場的進入壁壘

分銷渠道：分銷渠道對於休閒食品市場和乾製食品市場的新進入者而言至關重要。新進入者需要與超市等分銷商、雜貨店和便利店等其他零售商以及其他貿易公司或企

行業概覽

業客戶保持長期合作關係，以確保穩定的客戶群。休閒食品市場和乾製食品市場是充分競爭市場，行業集中度均較低。因此，建立穩定的分銷渠道和培養高效的營銷團隊需時甚長。對於市場新進入者而言，短時間內建立自己的分銷渠道相當困難。

品牌知名度及美譽度：由於人們對食品質量及安全的關注，休閒食品市場和乾製食品市場的市場參與者需要較高品牌美譽度。市場上各大品牌通過嚴格質量控制和雄厚的產品研發，積累長久口碑，藉此打造核心競爭力。消費者更有可能選擇市場上備受認可的產品。因此，對於那些市場上的新進入者及小品牌而言，其難以在短時間內建立自己的品牌。

資本投資：休閒食品市場和乾製食品市場新進入者均需要大量的初期及運營投資，以擴大生產規模。規模化生產可以有效降低生產成本，同時保證產品優質。對於新進入者而言，獲得足夠資金支持以確保購買生產設備和原材料方面的持續支出至關重要。此外，產品研發及營銷方面的巨額支出亦對這些新進入者構成較高門檻。

管理能力：大部分休閒食品和乾製食品生產商的目標是從地方性或區域性企業擴張為全國性企業，以提高品牌知名度，從而提高其在全國的市場滲透率。為了管理不同的批發商和區域團隊，系統化管理能力必不可少。通過定期線上線下檢查、員工培訓及考核等管理運作方式，有效優化分銷渠道和團隊架構，對在中國競爭激烈的休閒食品市場和乾製食品市場穩固根基至關重要。

成本分析

主要原材料

本集團主要原材料包括穀物、蔬菜、水產品和禽肉。過去幾年，大多數以2015年為基準的原材料價格指數(2015年= 100)不斷上漲。

行業概覽

2016至2021年本集團主要原材料價格指數(中國)



來源：弗若斯特沙利文

未來幾年，隨著中國經濟發展和收入水平提高，穀物、蔬菜、水產品和禽肉價格指數可能呈上升趨勢。

勞動力成本

勞動力成本通常是零食及乾貨食品製造商總成本的最大組成部分。江西省製造業從業人員平均年薪由2016年的每年人民幣37,500元增長到2021年的每年人民幣55,200元，複合年增長率為8.0%。展望未來，隨著宏觀經濟的發展，預計2021年至2026年江西省製造業從業人員平均年薪將以6.7%的複合年增長率增長。

資料來源

就[編纂]而言，我們已委聘獨立第三方弗若斯特沙利文進行中國以下各方面的研究：(i)休閒食品行業及(ii)乾製食品市場。弗若斯特沙利文成立於1961年，於全球擁有40多間辦事處，2,000多名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟師。我們同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付費用人民幣570,000元。董事就其所深知及經作出合理查詢後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，行業概無出現不利變動致令本節所載資料變成有所限制、抵觸或對本節所載資料造成影響。

行業概覽

於編製弗若斯特沙利文報告期間，弗若斯特沙利文開展初步研究，其中涉及與行業參與者和行業專家討論行業狀況，並開展二次研究，其中涉及審閱公司報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文的自有數據庫。

弗若斯特沙利文報告乃基於以下假設編製：(i)中國經濟於未來十年有可能維持穩步增長；(ii)中國的社會、經濟和政治環境在預測期內可能保持穩定；(iii)上文所載的多種市場驅動因素可能會推動中國乾貨食品和休閒食品市場的增長；及(iv) COVID-19疫情將在中國得到有效控制，不會影響中國的長期經濟發展。