



2025年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

千亿级赛道：婴幼儿配方食品市场增长图谱 头豹词条报告系列



何婉怡

2025-02-21 未经平台授权，禁止转载

摘要 婴幼儿配方食品是专门为满足婴儿和幼儿特定营养需求而设计的食品，旨在模仿母乳成分或根据特殊医学需求调整配方，提供必要的蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素和矿物质等营养素。2023年2月22日起，婴幼儿配方奶粉新国标正式实施。新国标的出台为婴幼儿乳粉的配方注册提供了标准依据，新国标不仅细化了婴幼儿配方奶粉的营养成分要求，还强调了产品的安全性和生产工艺的规范性，要求企业依据新标准重新提交配方注册申请，确保产品全面符合新国标的各项规定

行业定义

婴幼儿配方食品是指专为0~3岁婴幼儿设计生产的特殊食品，旨在满足其正常生长发育所需的营养需求。这些食品以乳类及乳蛋白制品、大豆及大豆蛋白制品为主要原料，并加入适量的维生素、矿物质等营养成分，通过特定的生产工艺加工而成。根据适用年龄的不同，婴幼儿配方食品可分为婴儿配方食品、较大婴儿配方食品和幼儿配方食品，以满足不同年龄段婴幼儿的营养需求。

行业分类

婴幼儿配方食品行业主要根据婴幼儿的年龄阶段分类。

根据适配年龄分类

根据年龄阶段将婴幼儿配方食品分为婴儿配方食品（0~6月龄）、较大婴儿配方食品（6~12月龄）和幼儿配方食品（12~36月龄），可以确保婴幼儿在不同生长阶段获得适合其生理特点和代谢需求的营养。

婴儿配方食品（0~6月龄）

婴儿配方食品专为新生儿设计，全面模拟母乳成分，富含碳水化合物、蛋白质、脂肪、维生素及矿物质等关键营养素，确保0~6月龄婴儿获得均衡全面的营养，支持其健康成长。

较大婴儿配方食品（6~12月龄）

较大婴儿配方食品针对6~12月龄婴儿快速成长的营养需求，增加了铁、钙等微量元素的含量，同时优化了蛋白质、脂肪等营养成分的比例，帮助婴儿在这一关键阶段健康成长。

幼儿配方食品（12~36月龄）

幼儿配方食品专为12~36月龄幼儿设计，提供全面的营养成分，包括蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素及矿物质等，同时可能添加益生菌、DHA等功能性成分，以支持幼儿的消化、免疫系统和大脑发育，满足其多样化的营养需求。

行业特征

婴幼儿配方食品的行业特征包括中欧婴幼儿配方食品标准核心一致，细节规定各有侧重、新国标定义科学营养，婴幼儿奶粉进入全面营养均衡新时代、国产婴配产品在新国标配方注册中占主导地位。

中欧婴幼儿配方食品标准核心一致，细节规定各有侧重

2023年7月国家市场监督管理总局修订发布《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》，进一步完善了中国婴幼儿配方食品标准体系。与欧盟标准对比下，中国和欧盟标准在能量、蛋白质、脂肪和碳水化合物的规定上大体一致。例如，两者都规定了婴儿配方食品中每100mL所含的能量范围，以及蛋白质、脂肪和碳水化合物的具体含量要求。在维生素和矿物质方面，中国和欧盟标准也基本保持一致。两者都规

定了必须添加的维生素和矿物质的种类和含量范围，以确保婴幼儿获得足够的营养。但在具体指标和限值、可选择性成分、污染物、真菌毒素和微生物限量等部分存在一定差异，反映了不同国家和地区在婴幼儿配方食品安全性和质量方面的不同要求和关注点。

2 新国标定义科学营养，婴幼儿奶粉进入全面营养均衡新时代

2023年2月22日起，婴幼儿配方奶粉新国标正式实施。新国标的出台为婴幼儿乳粉的配方注册提供了标准依据，新国标不仅细化了婴幼儿配方奶粉的营养成分要求，还强调了产品的安全性和生产工艺的规范性，要求企业依据新标准重新提交配方注册申请，确保产品全面符合新国标的各项规定。新国标的出台，促使中国奶粉行业进入了一个全新的发展阶段。企业纷纷加大研发投入，运用先进的营养学研究成果，对婴幼儿配方奶粉进行更为精细化的设计和优化。通过深入研究婴幼儿的生理特点和营养需求，企业致力于开发出更加贴近中国宝宝体质、能够满足其不同成长阶段营养需求的配方奶粉。随着新国标的正式实施，中国奶粉企业将更加注重满足婴幼儿的营养需求，中国宝宝将获得更优质更安全的奶粉产品。

3 国产婴配产品在新国标配方注册中占主导地位

通过配方注册的1227个新国标婴配产品（不含9个通过新国标注册后又注销的配方）中，国产婴配产品有983个，占比约80%；进口婴配产品有244个，占比约20%。2024年全年共批准了209个配方，获批主要集中在上半年，第四季度仅2个新配方获批。与2023年获批数量相比，呈现减少趋势，主要是由于多数企业在新国标发布之初便迅速响应、积极筹备，于新国标实施的首年即2023年迅速完成了配方注册。

发展历程

婴幼儿配方食品行业历经奠基、海外技术引入、规范化建设、多元化创新，实现了从初步研发到快速发展的全面变革婴幼儿配方食品行业。

自1950年代起步，经历了从以大豆为基础配方的初步研发，到改革开放后海外品牌涌入带来的技术与理念革新，再到2008年三聚氰胺事件后行业规范化与品牌化建设的加强，直至近年来多元化、创新化发展的快速变革，整体呈现出从奠基到快速发展、再到规范与创新并重的历程。

萌芽期 · 1950-01-01~1980-01-01

1954年：中国医学科学院卫生研究所开发了第一个以大豆为基础的婴儿配方“5410”，标志着中国婴幼儿配方食品研发的起步；1960年代至1970年代：国内开始尝试生产婴幼儿配方食品，但受生产设备和技术水平限制，产量较低，种类也相对单一；为后续婴幼儿配方食品的研发和生产奠定了基础，提高了国内对婴幼儿营养需求的关注。

启动期 · 1980-01-01~2008-01-01

1980年代初：改革开放推动海外品牌进入中国市场，带来了先进的婴幼儿配方食品技术和理念；1990年代：国内企业开始加大婴幼儿配方食品的研发和生产力度，逐步推出多种婴幼儿配方奶粉和辅食；1995年10月30日：国家出台了《中华人民共和国食品卫生法》，对婴幼儿配方食品的质量和安提出了要求；2008年9月：三聚氰胺事件爆发，对国产婴幼儿配方食品品牌造成重创，但同时也推动了行业的规范和整顿。

1980年代初，改革开放引领海外品牌携先进婴幼儿配方食品技术进入中国，激发国内企业于90年代加大研发生产力度，推出多样化产品。1995年《食品卫生法》的颁布确保了婴幼儿配方食品的质量安全，而2008年的三聚氰胺事件虽重创国产品牌形象，却也加速了行业的规范整顿，促使整体向更高质量标准迈进。

震荡期 · 2008-01-01~2015-01-01

2009年：国家质检总局等部门联合发布了《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法（试行）》，开始实施婴幼儿配方乳粉产品配方注册制度；2010年：国家进一步完善了婴幼儿配方食品的相关法规和标准体系，加强了对婴幼儿配方食品的监管；2013年：国家食药监总局等部门联合发布了《关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的意见》，要求企业加强质量安全控制，保障婴幼儿配方乳粉的质量安全。

这个时期的婴幼儿配方食品行业特征主要表现为法规与监管的显著加强。2009年起，国家质检总局等部门通过实施婴幼儿配方乳粉产品配方注册制度，严格把控产品配方，提升市场准入门槛。随后，国家不断完善相关法规和标准体系，进一步加强对婴幼儿配方食品的监管力度。2013年，国家食药监总局等部门更是明确要求企业加强质量安全控制，全方位保障婴幼儿配方乳粉的质量安全。这些举措共同体现了国家对婴幼儿配方食品行业的高度重视，以及通过强化法规与监管来推动行业健康发展的决心。

成熟期 · 2015-01-01~2025-01-01

2016年6月6日：国家食品药品监督管理总局令第26号公布了《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》；2018年：随着消费者对婴幼儿营养需求的日益多样化，婴幼儿配方食品行业开始进入多元化发展阶段，企业开始注重产品创新，推出针对不同年龄段、不同营养需求的婴幼儿配方食品；2020年：线上销售渠道的兴起为婴幼儿配方食品行业带来了新的增长点，电商平台成为婴幼儿配方食品销售的重要渠道之一；2023年7月10日：国家市场监管总局召开《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》政策解读专题新闻发布会，会上表示新修订的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》将于当年10月1日起施行，2016年6月6日原国家食品药品监督管理总局令第26号公布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》同时废止；2023年10月：婴幼儿配方食品新国标结束了两年过渡期，全面实施。截至目前，婴配乳粉已有1248个配方获得新国标注册，婴配乳粉新国标配方注册攻坚工作阶段性成果显著。该阶段婴幼儿配方食品行业特征可概括为法规持续完善，产品呈现多元化，线上销售逐渐兴起，新国标全面实施并有力推动质量提升。

产业链分析

婴幼儿配方食品产业链的发展现状

特医食品行业产业链上游原材料供应商，中游为婴幼儿配方食品生产制造企业，下游为流通企业及销售终端，各环节紧密相连，形成了一个完整的生态系统。

婴幼儿配方食品行业产业链主要有以下核心研究观点：

上游端优质奶源不仅取决于奶牛的品种和饲养方式，还包括牧草的质量、奶牛的健康状况以及饲料的营养成分等多个因素。

飞鹤、蒙牛和光明乳业等龙头企业通过自建牧场和牧草基地，建立了严格的供应链控制体系，以确保奶源质量的稳定和可靠。飞鹤凭借其位于北纬47度世界黄金奶源带的奶源优势，依托12个自有牧场和智能化生产工厂，确保了奶源从牧草种植到奶牛饲养，再到奶粉生产全过程的高标准可控性。其高品质奶源不仅提升了产品的市场竞争力，还为企业赢得了消费者的信赖。蒙牛则通过大规模的优质牧草种植，不仅为奶牛提供了丰富的营养，还通过“种养结合”的模式，改善牧场的生态环境。蒙牛注重奶牛的健康和福利，推行“快乐奶牛”养殖理念，确保奶牛处于健康的环境中，从而产出高品质的奶源。其先进的牧场管理体系涵盖从奶牛的生理、环境到行为福利的全方位关怀，确保每一头奶牛的健康状况和生活质量，这些努力都为最终奶源的质量提供了保障。

中游企业中，老国标时代的34家工厂退出，12家新工厂入局。

在新国标注册的背景下，婴配产品工厂阵容变化显著。具体而言，有34家工厂（包括境内的11家和境外的23家），分别隶属于30家企业，选择退出市场或尚未有配方通过新国标注册，且这些工厂中包括一些在老国标时期已成功获得全系列（即涵盖3个系列共9个配方）注册的资深企业，例如杭州味全生技食品有限公司、南阳世宗工厂及GMP Dairy Limited等。与此同时，12家新工厂（境内8家，境外4家）成功进入新国标配方的竞争领域。这些新工厂中，既有老牌企业增设的新生产基地，例如君乐宝旗下的河北君乐宝君诚乳业有限公司与河北君乐宝领航乳业有限公司等；

也有新进入市场企业的新工厂，新加入的5家企业中，超过半数在羊奶粉、有机奶粉等细分领域有所布局，且均为在资源方面具备实力的乳企或品牌。

上 产业链上游环节分析

生产制造端

原材料供应商

上游厂商

浙江新和成股份有限公司

厦门金达威集团股份有限公司

嘉必优生物技术（武汉）股份有限公司

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

雀巢（中国）有限公司

达能（中国）食品饮料有限公司

圣元营养食品有限公司

亚宝药业集团股份有限公司

苏州恒瑞健康科技有限公司

麦孚营养科技有限公司

陕西华氏医药有限公司

产业链上游分析

中国牛羊数量稳步增长，龙头企业通过自建牧场和牧草基地等措施，确保优质奶源供应，提升市场竞争力。

2019-2023年，中国牛羊数量稳步增长，其中牛期末数量由9,138.3万头增加至10,508.5万头，羊年底数量由30,072.1万头增加至32,232.6万头。中国奶牛养殖规模相对集中，主要分布在内蒙古、黑龙江、河北等地。近年来，随着规模化养殖的推进，奶牛数量有所增加，但整体增速较慢。奶牛的数量直接决定了牛奶的供应量，而牛奶是婴幼儿配方奶粉的主要原料之一。而羊奶作为婴幼儿配方奶粉的另一种重要原料，近年来需求增长较快。中国羊奶的主要产区集中在陕西、山东、河南等地。羊的数量相对较少，但羊奶的营养价值较高，尤其在婴幼儿配方奶粉中的应用逐渐增多。

中 产业链中游环节分析

品牌端

婴幼儿配方食品生产制造企业

中游厂商

雀巢（中国）有限公司

美赞臣营养品（中国）有限公司

纽迪希亚生命早期营养品管理（上海）有限公司

惠氏营养品（中国）有限公司

每日乳品（香港）有限公司

雅培医疗器械贸易（上海）有限公司

贝因美股份有限公司

爱优诺营养品有限公司

君乐宝乳业集团股份有限公司

合生元（广州）健康产品有限公司

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

圣元营养食品有限公司

内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司

黑龙江飞鹤乳业有限公司

产业链中游分析

国产婴配产品在新国标配方注册中占主导地位，且2024年新配方获批数量较2023年有所减少。

通过配方注册的1227个新国标婴配产品（不含9个通过新国标注册后又注销的配方）中，国产婴配产品有983个，占比约80%；进口婴配产品有244个，占比约20%。2024年全年共批准了209个配方，获批主要集中在上半年，第四季度仅2个新配方获批。与2023年获批

数量相比，呈现减少趋势，主要是由于多数企业在新国标发布之初便迅速响应、积极筹备，于新国标实施的首年即2023年迅速完成了配方注册。

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

流通企业及销售终端

渠道端

孩子王儿童用品股份有限公司

贝贝熊孕婴童连锁商业有限公司

广东爱婴岛儿童百货股份有限公司

京東集團股份有限公司

浙江天猫技术有限公司

淘宝（中国）软件有限公司

广州唯品会电子商务有限公司

沃尔玛（中国）投资有限公司

家乐福（中国）管理咨询服务有限公司

上海大润发有限公司

产业链下游分析

婴幼儿奶粉市场以下沉市场潜力巨大及消费者追求高品质、高价值产品为主要增长动力。

婴幼儿配方食品行业的销售市场中，以销售婴幼儿奶粉为主。在婴幼儿奶粉行业消费者画像分布中，女性消费者居多，占比72.6%；超4成消费者家庭月收入为5,001-10,000元；超7成消费者分布在三线及以下城市。三线及以下城市的消费者群体庞大，随着经济的发展和居民收入水平的提高，其对婴幼儿奶粉品质和安全性有着较高要求及更强的消费能力，下沉市场有着巨大的增长空间。对比2023年，2024年消费者对婴幼儿奶粉的价格接受度有所提升，200元/罐及以上的占比均高于2023年。以800g/罐的婴幼儿配方奶粉为例，超6成消费者倾向于选择中高端价位的产品，其中选择200-299元/罐的消费者占比达41.2%，选择300-399元/罐的消费者占比20.1%。

行业规模

婴幼儿配方食品行业规模的概况

2019年—2023年，婴幼儿配方食品行业市场规模由1,957.92亿人民币元回落至1,768.75亿人民币元，期间年复合增长率-2.51%。预计2024年—2028年，婴幼儿配方食品行业市场规模由1,635.26亿人民币元回落至1,128.85亿人民币元，期间年复合增长率-8.85%。

婴幼儿配方食品行业市场规模历史变化的原因如下：

从2021年开始，出生人口数的持续下滑让国内奶粉市场总量不断萎缩。

婴幼儿配方食品食用群体是0-36月婴儿，新生儿从出生至3岁共计需要食用约38kg奶粉，在2023年中国出生人口为902.2万人，出生率仅为0.64%，出生人口于2022年已跌破千万级，消费人群的减少必然导致消费规模的缩减。若在2028年或之前社会层面的住房成本、教育制度、产假制度与生育保险制度、儿童看护等方面无法有效提高年轻夫妻们的生育意愿，2028年出生人口或进一步下跌，婴幼儿人群会再次缩减，奶粉需求量或将少于35万吨。

婴幼儿配方食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：

中高端奶粉已经成为了奶粉增加消费价值、奶企增长营收的重要发力点。

从产品价格端来看，中高端产品成为婴幼儿配方食品市场增加消费价值、奶企增加营收的重要发力点。目前奶粉市场的产品定位，可以分为三种，分别是普通奶粉、价位300元以下高端奶粉、价位为300-400元，超高端奶粉、价位400元以上，受健康观念的改变的影响，消费者更偏爱中

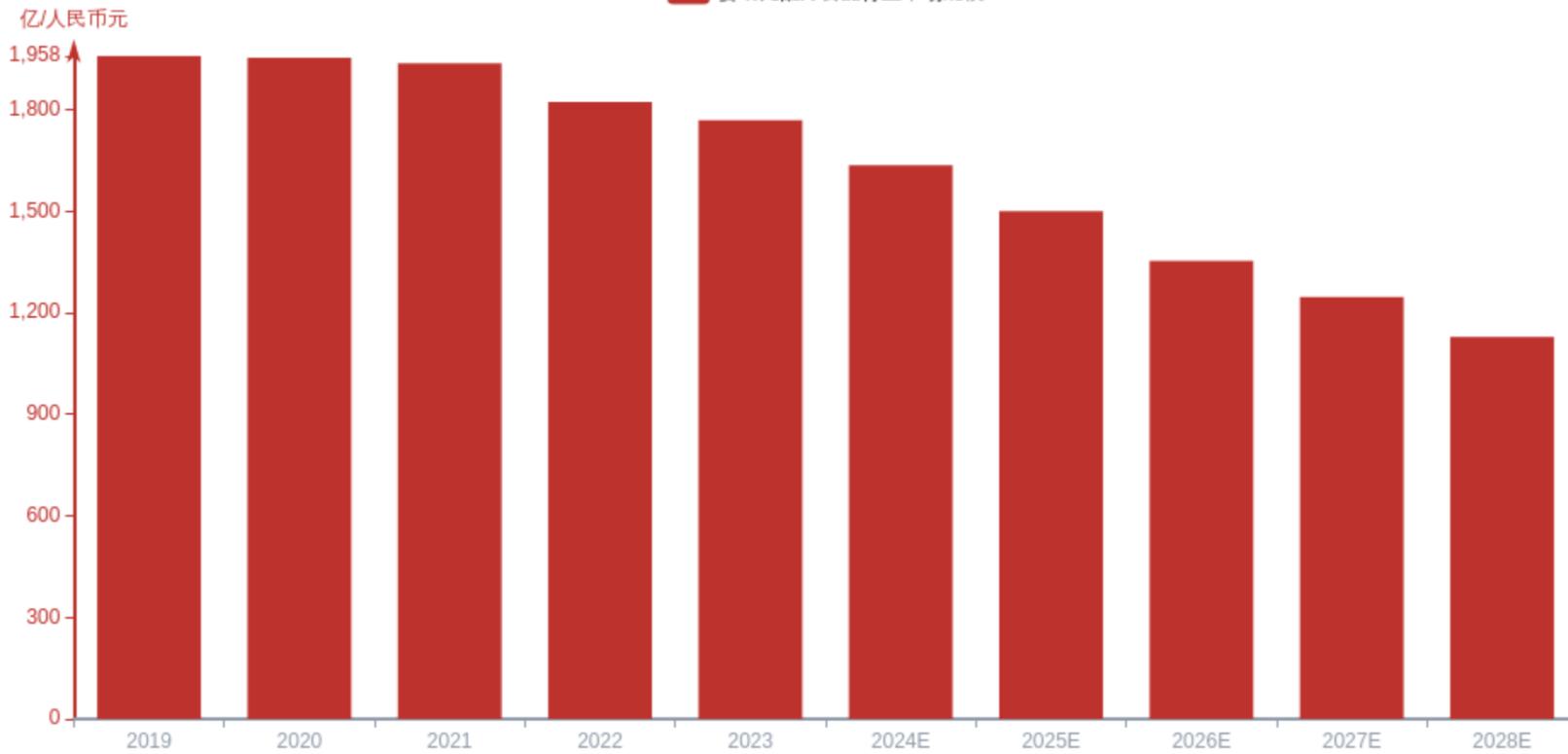
高端奶粉，在2023年高端、超高端奶粉市场份额不到35%，却占到2023年奶粉总规模的50.5%，由此可见，中高端奶粉已经成为了奶粉增加消费价值、奶企增长营收的重要发力点。

婴幼儿配方食品规模预测

规模预测SIZE模型

婴幼儿配方食品行业规模

婴幼儿配方食品市场规模



数据来源:

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《特殊医学用途配方食品注册优先审评审批工作程序》	市场监管总局	2024-10-01	5
政策内容	针对罕见病类、临床急需且尚未批准的新类型等特殊医学用途配方食品，申请人可提交优先审评审批申请。该程序明确了申请注册的具体要求，包括提交相关申请表及材料，并经过形式审查、受理公示、技术审评、专家论证、生产现场核查和抽样检验等流程，以确保符合优先审评审批条件的产品能够加速上市。			
政策解读	该政策的实施显著加速了特殊医学用途配方食品的注册流程，特别是针对罕见病和临床急需的产品，使得这些产品能够更快地满足患者和临床需求。同时，该政策也鼓励了企业加大研发创新力度，推动特殊医学用途配方食品行业的持续发展，为患者提供更多高质量、符合临床需求的选项，进而提升了整个行业的竞争力和影响力。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《婴幼儿配方食品原料等事项备案工作指南》	市场监管总局	2024-09-01	7
政策内容	旨在规范婴幼儿配方食品原料、食品添加剂、产品配方及标签的备案流程，要求生产企业向所在地省级市场监管部门真实、准确、完整地备案相关信息，以确保婴幼儿配方食品的安全与质量，并督促企业落实食品安全主体责任，加强产品管理，保障婴幼儿健康。			
政策解读	加强了婴幼儿配方食品原料及添加剂的源头管理，完善了产品追溯体系，增强了企业的主体责任意识，同时简化了相关审批流程，这些举措共同提升了婴幼儿配方食品的品质和市场效率，促进了行业的健康有序发展。			
政策性质	指导性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》	市监局	2023-10-01	6
政策内容	旨在通过严格配方注册流程，要求企业具备研发、生产及检验能力，限制同一企业配方数量以确保配方科学性与差异性，同时加强标签标识管理，鼓励研发创新，并由国家市场监督管理总局负责监督实施，以全面提升婴幼儿配方乳粉质量安全水平，规范市场秩序，保障婴幼儿健康。			
政策解读	《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》政策的实施，对婴幼儿配方乳粉行业产生了深远影响。它提高了行业的准入门槛，保障了产品的质量和安全，促使企业加大研发创新力度，优化产品配方，同时减少了市场上同质化产品的竞争，有利于形成更加健康有序的市场环境，增强了消费者对国内婴幼儿配方乳粉市场的信心 and 安全感。			
政策性质	指导性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全国家标准 婴儿配方食品》	市场监管总局、国家卫健委	2023-02-01	6
政策内容	详细规定了0-6月龄婴儿食用的配方食品的原料、感官要求、必需及可选择性营养成分（如蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素、矿物质等）的含量标准，以及污染物、真菌毒素、微生物限量等安全指标，旨在确保婴儿配方食品的安全性与营养性，自2023年2月22日起正式实施。			
政策解读	该政策通过严格规定原料要求、安全性指标、营养素含量等，提升了婴儿配方食品的质量和安全性，保障了婴幼儿的健康成长。同时，它推动了行业的规范化发展，增强了企业的质量意识和责任意识，促进了市场的优胜劣汰，为消费者提供了更加安全、可靠的产品选择。			
政策性质	指导性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全国家标准 较大婴儿配方食品》	市场监管总局、国家卫健委	2023-02-01	6
政策内容	规定了6-12月龄婴儿配方食品的安全营养标准，包括原料、必需营养素含量、微生物及污染物限量等，确保产品营养充足且安全。			
政策解读	该政策通过明确原料要求、细化营养标准、强化安全性指标等措施，提升了产品的整体品质，保障了较大婴儿的健康安全。同时，它推动了行业的规范化发展，增强了企业的研发创新能力和质量意识，促进了市场的优胜劣汰，为消费者提供了更加科学、安全、可靠的较大婴儿配方食品选择。			
政策性质	指导性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全国家标准 幼儿配方食品》	市场监管总局、国家卫健委	2023-02-01	6
政策内容	规定了12~36月龄幼儿配方食品的安全营养标准，确保原料安全、营养充足，并明确了乳糖、维生素、矿物质等关键成分的含量要求，于2023年正式实施。			
政策解读	该政策通过严格规定原料的安全性和营养成分要求，强化了产品的质量控制，提升了幼儿配方食品的整体品质，保障了幼儿的健康成长。同时，它也推动了行业的标准化、规范化发展，增强了企业的责任意识，促进了市场的优胜劣汰，为消费者提供了更加安全、可靠、科学的幼儿配方食品选择。			
政策性质	指导性			

竞争格局

婴幼儿配方食品竞争格局概况

婴幼儿奶粉行业集中度不断提升，国产品牌在激烈竞争的市场环境逐步脱颖而出，飞鹤、伊利、爱美他等龙头企业市场份额不断提升。

婴幼儿配方食品行业竞争格局的历史原因

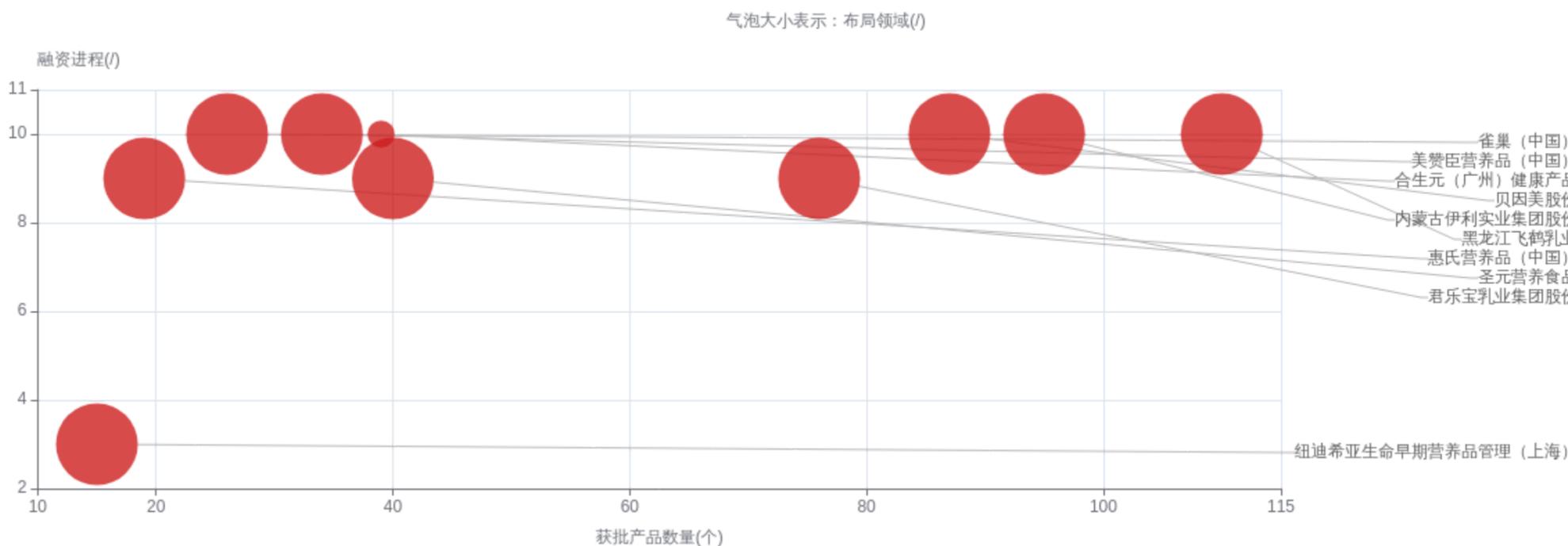
外资品牌与本土品牌之间的激烈竞争推动了市场格局的演变。

美赞臣、惠氏等外资品牌凭借全球声誉和先进技术，最早进入中国高端奶粉市场。美赞臣等外资品牌自20世纪初以来便专注于婴幼儿营养品，凭借高品质和技术优势迅速赢得了消费者青睐。2008年三聚氰胺事件发生后，外资品牌更是迅速填补了消费者信任的空白，外资品牌在中国市场占据了75%以上的份额，尤其在一线城市，其份额接近100%，一度垄断了奶粉市场。近十年，伴随消费者对品质要求的提升，本土品牌也开始加大研发和质量控制投入，不断提升工艺和产品质量。飞鹤、蒙牛等品牌通过自主研发和国际合作，推出优质奶粉产品，逐渐赢得了消费者信任。飞鹤、伊利等品牌在高端市场表现突出，缩小了与外资品牌的差距，反映出本土品牌在质量和品牌建设方面的进步，消费者对其信任度显著提升。在渠道竞争上，本土品牌凭借对消费者需求的深刻理解，灵活调整策略，以适应市场变化，并优化供应链和销售网络。与外资品牌相比，本土品牌能迅速捕捉市场趋势，通过线上线下相结合的销售模式拓展推广渠道。

婴幼儿配方食品行业竞争格局未来变化原因

未来，随着国家对奶粉行业提出更高的标准、更加严格的要求，引导奶企主动研究适合中国宝宝体质的奶粉。

2023年婴幼儿配方奶粉实施新国标，不同阶段的奶粉都将拥有独立的标准，新国标对蛋白质、脂肪、糖类等重要营养成分的含量和比例进行了调整，如新国标对二、三段配方奶脂肪中亚油酸与 α -亚麻酸的比值进行了规定，比值为5:1-15:1，这更利于2-3岁宝宝的认知能力成长，使得中国消费者更加偏爱国产奶粉。新国标对企业生产研发能力、配方科学性的要求更明确，提高了行业的准入门槛，加速行业洗牌与结构升级，会促进奶粉行业的集中度进一步提升，将淘汰近三分之一的品牌出局，龙头企业的市场份额获增，本土国产奶粉在市场的主导地位得到进一步巩固。



上市公司速览

中国飞鹤有限公司 (06186)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
670.0亿 >	97.4亿 >	-	-

内蒙古伊利实业集团股份有限公司 (600887)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	974.0亿元 >	3.8	32.9

健合(H&H)国际控股有限公司 (01112)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
66.3亿 >	69.8亿 >	17.2	-

贝因美股份有限公司 (002570)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	19.2亿元 >	-5.6	47.0

企业分析

1 贝因美股份有限公司【002570】

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	108004.3333万人民币
企业总部	杭州市	行业	商务服务业
法人	谢宏	统一社会信用代码	91330000712560866K
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	925142400000
品牌名称	贝因美股份有限公司	经营范围	许可项目：食品销售；食品互联网销售(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；保健食品（预包装）销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；特殊医学用途配方食品销售；食品销售（仅销售预包装食品）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；非居住房地产租赁；日用品销售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；人体基因诊断与治疗技术开发；食品进出口(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。

■ 财务数据分析									
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	0.9	1.17	1.05	1.08	1.01	1.05	1.12	1.15	1.07
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	31.1223	51.6049	62.758	63.3832	60.4806	62.6743	54.865	58.9614	57.8987
营业总收入同比增长(%)	-10.1998	-39.0249	-3.7636	-6.3759	11.8295	-4.3203	-11.9947	6.98	0.7566
归属净利润同比增长(%)	50.4515	-853.2443	-35.403	103.8895	-350.7257	-214.5836	122.6084	-340.0571	126.9681
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	70.9709	164.6618	133.5708	111.1866	98.0259	96.5179	110.9039	100.6068	78.873
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.9331	1.4144	0.9735	0.9645	1.0254	0.8802	1.0305	0.9286	0.9882
每股经营现金流(元)	0.0284	-0.414	-0.1496	0.2849	-0.0488	0.0297	0.2285	0.3494	0.3829
毛利率(%)	56.5457	59.6639	60.119	52.5134	50.0885	45.8037	50.8074	45.879	47.0671
流动负债/总负债(%)	97.2449	73.8614	79.4176	81.4898	84.6323	93.4349	94.8947	96.3515	97.2444
速动比率	1.1141	0.9191	0.635	0.7194	0.6921	0.6566	0.7918	0.7411	0.7922
摊薄总资产收益率(%)	1.7807	-13.6271	-19.159	1.0016	-2.0235	-7.4541	2.003	-4.1433	1.4866
营业总收入滚动环比增长(%)	116.8478	99.197	-9.4573	17.7897	6.4118	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	331.7884	-116.4459	-2301.7306	-5196.3259	-177.744	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	2.87	-23.83	-44.83	2.19	-5.9	-20.92	4.78	-10.45	3.06
基本每股收益(元)	0.1	-0.76	-1.0338	0.04	-0.1	-0.32	0.07	-0.16	0.04
净利率(%)	1.9735	-27.9247	-39.8347	2.0311	-3.4222	-11.7613	3.4603	-6.5609	2.2865
总资产周转率(次)	0.9023	0.488	0.481	0.4931	0.5913	0.6338	0.5789	0.6315	0.6501
归属净利润滚动环比增长(%)	382.9114	-90.7692	-4359.8291	-32.3354	-81.9427	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	1.1574	1.1574	1.1861	1.1861	1.2052	1.2204	1.3359	1.3375	1.3197
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	137.7938	199.7891	226.8002	180.9682	134.0832	133.0229	161.2975	121.7697	113.4287
营业总收入(元)	4533816067.45	2764497137.82	2660451648.1	2490824755.71	2785476110.41	2665134436.24	2345458993.11	2509171932.67	2528157007.97
每股未分配利润(元)	1.1838	0.4203	-0.6135	-0.5733	-0.6741	-0.9912	-0.8705	-1.0335	-0.9896
稀释每股收益(元)	0.1	-0.76	-1.0338	0.04	-0.1	-0.32	0.07	-0.16	0.04
归属净利润(元)	103640387.36	-780665359.42	-1057044469.45	41113572.99	-103082284.52	-324279930.45	73314574.33	-175996805.92	47453066.89
扣非每股收益(元)	0.03	-0.78	-1.11	-0.21	-0.14	/	/	/	/
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.0284	-0.414	-0.1496	0.2849	-0.0488	0.0297	0.2285	0.3494	0.3829

公司竞争优势

竞争优势

贝因美股份有限公司（简称“贝因美”），创始于1992年，总部位于杭州。以“育儿专家，亲子顾问”为品牌定位，业务涵盖婴幼儿食品、亲子用品的研发、生产和销售，涉及亲子家庭生活、亲子服务、亲子健康、亲子教育等领域。公司自创始之日起，始终坚持“因爱而美”的美好信念，始终怀着兼济天下的全球格局，聚焦于亲子家庭健康新生活，是公认的中国婴童产业、亲子家庭生活、妈妈经济的发起者、倡导者、领导者和践行者。贝因美从源头到终端始终如一展现产品的领先和优质，离不开三大关键支撑—即配方科学、标准健全、制造技术领先。这种“科学配方+国际标准化体系+全球领先的智造技术”的研发生产理念，被称为小贝“智”造方程式。

公司官网

2 黑龙江飞鹤乳业有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	4500万美元
企业总部	齐齐哈尔市	行业	食品制造业
法人	孙建国	统一社会信用代码	91230200736928960C
企业类型	有限责任公司(港澳台法人独资)	成立时间	1022515200000
品牌名称	黑龙江飞鹤乳业有限公司	经营范围	许可项目：乳制品生产；食品生产；婴幼儿配方食品生产；特殊医学用途配方食品生产；食品添加剂生产；饮料生产；保健食品生产。一般项目：食用农产品批发；五金产品批发；食品添加剂销售；农副产品销售；纸制品销售；塑料制品制造；金属制品销售；非居住房地产租赁；计量技术服务；信息技术咨询服务；社会经济咨询服务；供应链管理服务；休闲观光活动。

融资信息

融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
/	2019-11-13	公开发行	67.00亿港元	IPO上市	/	/
/	2009-08-18	公开发行	未披露	IPO上市	/	/
/	2009-08-13	HongShan红杉中国	6300万美元	A轮	/	/

公司竞争优势

竞争优势

黑龙江飞鹤乳业有限公司（简称“飞鹤”），作为全国乳品行业龙头企业，中国飞鹤1962年创立于赵光农场，迄今已有60多年历史，是中国最早的奶粉企业之一。根据第三方调研机构全新数据，2019年-2023年度，飞鹤连续5年奶粉第一。同时，飞鹤奶粉连续2年全球第一，旗下星飞帆系列已连续3年成为全球第一大单品。截至2023年1月，中国飞鹤在婴幼儿奶粉中市占率达21.5%，稳居市场第一。作为中国婴幼儿奶粉第一品牌，飞鹤品质获得广泛认可，荣获了全球卓越制造大奖TPM奖、世界食品品质评鉴大会金奖、中央广播电视总台十大“国品之光”品牌等众多荣誉。

公司官网

3 美赞臣营养品（中国）有限公司

公司信息

企业状态	开业	注册资本	3600万美元
企业总部	广州市	行业	食品制造业
法人	周涛	统一社会信用代码	914401166184197515
企业类型	有限责任公司（外商投资、非独资）	成立时间	742579200000
品牌名称	美赞臣营养品（中国）有限公司	经营范围	信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；信息技术咨询服务；玩具销售；橡胶制品销售；游艺及娱乐用品销售；日用品批发；食品进出口；自然科学研究和试验发展；塑料制品销售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；保健食品（预包装）销售；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；食品销售（仅销售预包装食品）；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；食品添加剂销售；乳制品生产；婴幼儿配方食品生产；保健食品生产；食品生产；食品销售；食品互联网销售；货物进出口；餐饮服务

融资信息

融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
/	2021-06-05	春华资本	22亿美元	并购	/	/
/	2009-12-15	知识城集团，广州轻工集团	未披露	股权融资	/	/

公司竞争优势

竞争优势

美赞臣营养品（中国）有限公司（简称“美赞臣”），作为全球知名的婴幼儿营养品品牌，致力为全球婴幼儿提供科学营养，给他们带来一生更好的开始，是美赞臣矢志不渝的使命。目前，美赞臣生产的70多种营养产品行销50多个国家和地区。百年以来，美赞臣始终以巨大的热情投入科研创新，并将其视为成就非凡的基石。专业的全球研发体系：美赞臣拥有以北美为中心，辐射欧洲、亚洲及拉美的全球研发体系。在美国、墨西哥、中国及新加坡分别设立了美赞臣婴幼儿营养品研发中心。卓越的全球研发成果：美赞臣汇聚全球科研资源，专注且持续地进行婴幼儿营养研究探索，为孩子成长的每一阶段打造卓越和优质的营养品。

[公司官网](#)

附录

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchi
na.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588



头豹
LeadLeo