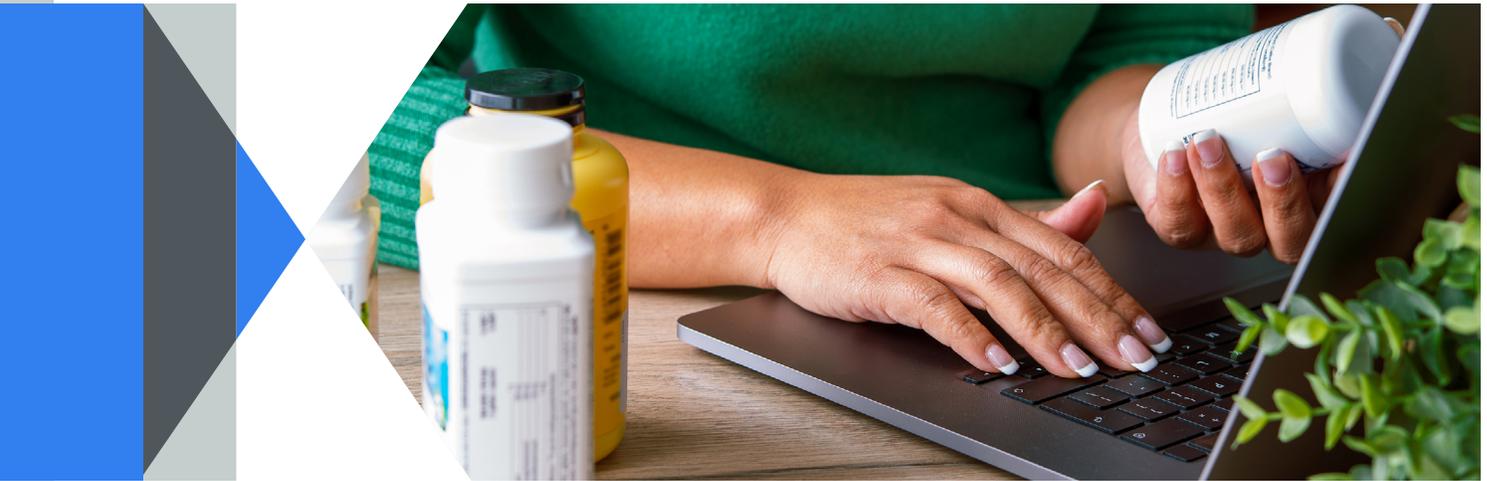


## 健康消费品行业的并购机会展望

L.E.K.合伙人, Adrienne Rivlin

L.E.K.合伙人, Mark Boyd-Boland





展望

## L.E.K.展望2024

欢迎来到L.E.K.展望系列，我们每年对各行各业未来一年的挑战和机遇进行分析。L.E.K.合伙人 **Adrienne Rivlin**和**Mark Boyd-Boland**对2023年健康消费品行业的并购活动进行了回顾。总体而言，2023年的并购活动相对沉寂，但是我们对某些细分市场在2024年的并购交易格局保持乐观态度。

### 健康消费品行业的并购机会展望

2021年健康消费品行业的并购交易非常可观，这归功于被疫情压抑的需求的快速释放、强劲的资本市场、以及自我保健消费趋势的增强。然而，2022年交易量大幅下降，2023年则进一步放缓。造成这一局面的主要原因包括宏观经济环境的恶化、通胀和利率上升以及部分细分市场因生活成本压力而导致的销售收入低迷。展望未来，鉴于当前持续的经济衰退以及不断加剧的生活成本挑战，我们预计2024年的并购活动将持续低迷。投资者可能会推迟投资，一方面等待市场状况的改善，另一方面等待能推动增长的新的产品趋势的出现。

考虑到消费者整体身心健康意识的持续增强，某些细分市场（例如，维生素、矿物质和营养补充剂（VMS）、有机和替代产品和数字化健康解决方案）将持续得到关注。L.E.K.对2024年的健康消费品行业趋势做出五个关键预测：

### 预测1: 大型健康消费品企业可能会回归到合理化的产品组合

大型制药企业将健康消费品业务分拆出来并成立新公司是最近的一个大趋势，最著名的新公司包括Haleon (GSK) 和Kenvue (J&J)。此外，赛诺菲也计划于2024年进行分拆。这些分拆重组改变了行业内的并购格局。

这些最新独立出来的健康消费品公司预计将回归到其母公司的历史投资组合优化策略，效仿其母公司在2010年代的并购方式。它们还可能通过剥离非核心品牌来保持其对特定品类的专注度。

这一点从Haleon最近将Lamisil出售给Karo Healthcare以及Haleon对Nicotinell品牌撤资机会的探索（截至2023年7月）就可以看出。

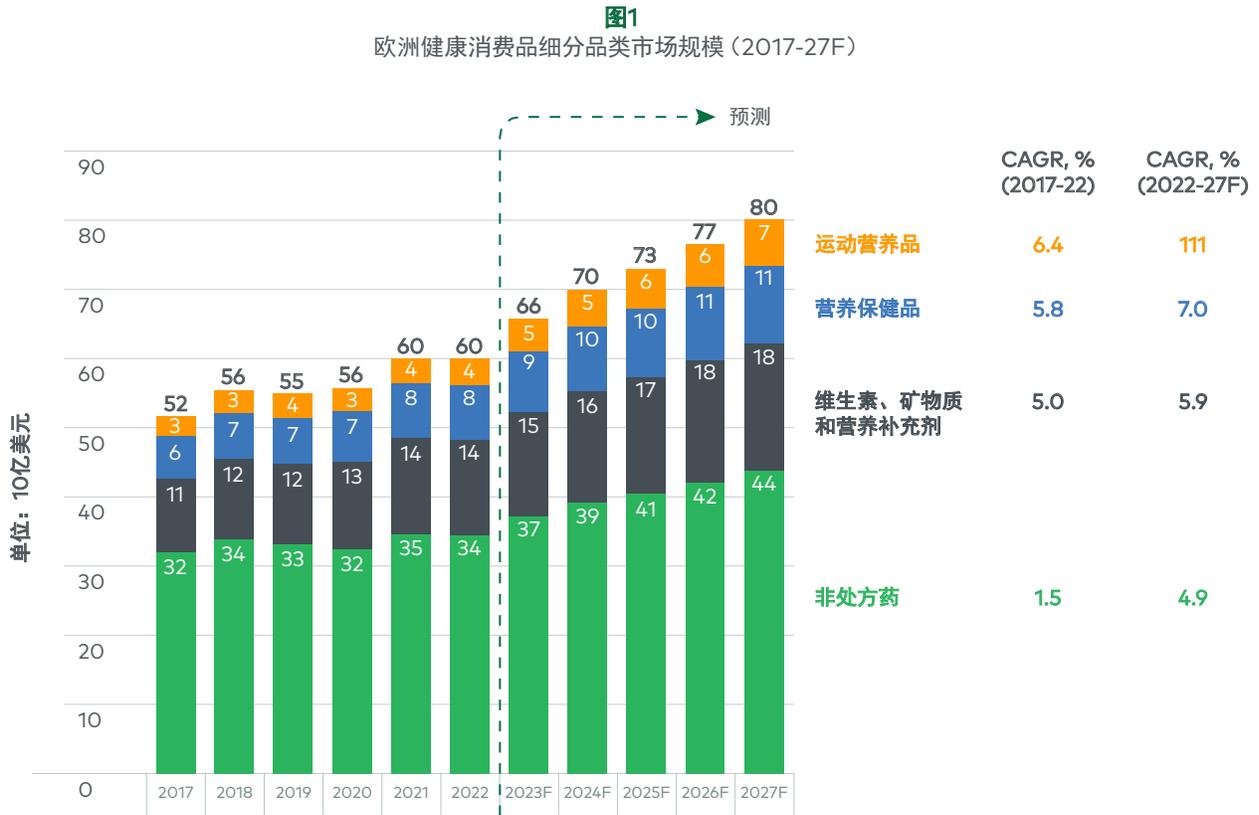
英国等国家也承诺减少对某些药品需要医生处方的限制,使其能够直接在非处方药柜台出售,这为健康消费品公司(尤其是专注非处方药的公司)带来了更多发展机会,也可能导致这一领域出现更多并购活动。

### 预测2: 尽管近期收入下滑, VMS、营养保健品和运动营养品可能仍将保持强劲增长

尽管最近市场增长较为有限,但近年来VMS和营养保健品公司的估值一直很高,且可能会持续保持吸引力。L.E.K.认为,由于新冠疫情导致的消费者个人健康意识的提升将继续促进产品销量的增长,尤其在通胀和生活成本压力缓解、消费者信心回升的情况下。

对于VMS和营养保健品,并购趋势预计将与当前的消费者偏好高度相关,即强调整体“健康”,并日益关注道德和可持续发展。那些以可持续、有机、天然和道德采购为基础建立形象的品牌将成为极具吸引力的收购标的。

运动营养领域是过去五年中增长最快的健康消费品领域,我们对其发展前景持续看好(图1)。



注释: 营养保健品包含草药和传统膳食补充剂; 维生素和矿物质和补充剂包含维生素、非草药和传统膳食补充剂  
资料来源: Euromonitor; L.E.K. 研究与分析

Vitabiotics在VMS和营养保健品领域中备受瞩目，有传言称该公司正在探索潜在的出售机会。背后的出售动机尚不清楚，但其中一种可能性是为其在快速增长的亚洲市场的持续扩张获取资金。鉴于当前的宏观经济环境，部分出售可能更适合筹集资金；新投资者还可以作为推动数字化和加强其电商业务的催化剂，这也符合Vitabiotics针对年轻人群的亚洲地区扩张战略。Vitabiotics也可能会选择整体出售，收购方则有机会将Vitabiotics整合到其更广泛的buy-and-build战略中。

### 预测3: 对数字化解决方案和人工智能应用的兴趣持续增长

由于疫情加速了健康消费品行业的数字化进程，针对数字化解决方案（例如，可穿戴设备、远程医疗平台、健康和健身应用程序）的收购和投资活动在2021年达到顶峰。该领域在后疫情时代依然保持增长。尽管全球最大的行业玩家都是美国品牌，但相对分散的欧洲市场为通过并购整合创造的条件。

数字化解决方案（尤其是那些旨在精简运营和改善服务的解决方案）是理想的并购资产，未来将越来越具有吸引力。随着医疗公司越来越多希望通过战略并购来获取新的能力或增强现有能力，生成人工智能及其应用（例如，患者交互、个性化治疗方案、患者监测）也将越来越具有吸引力。

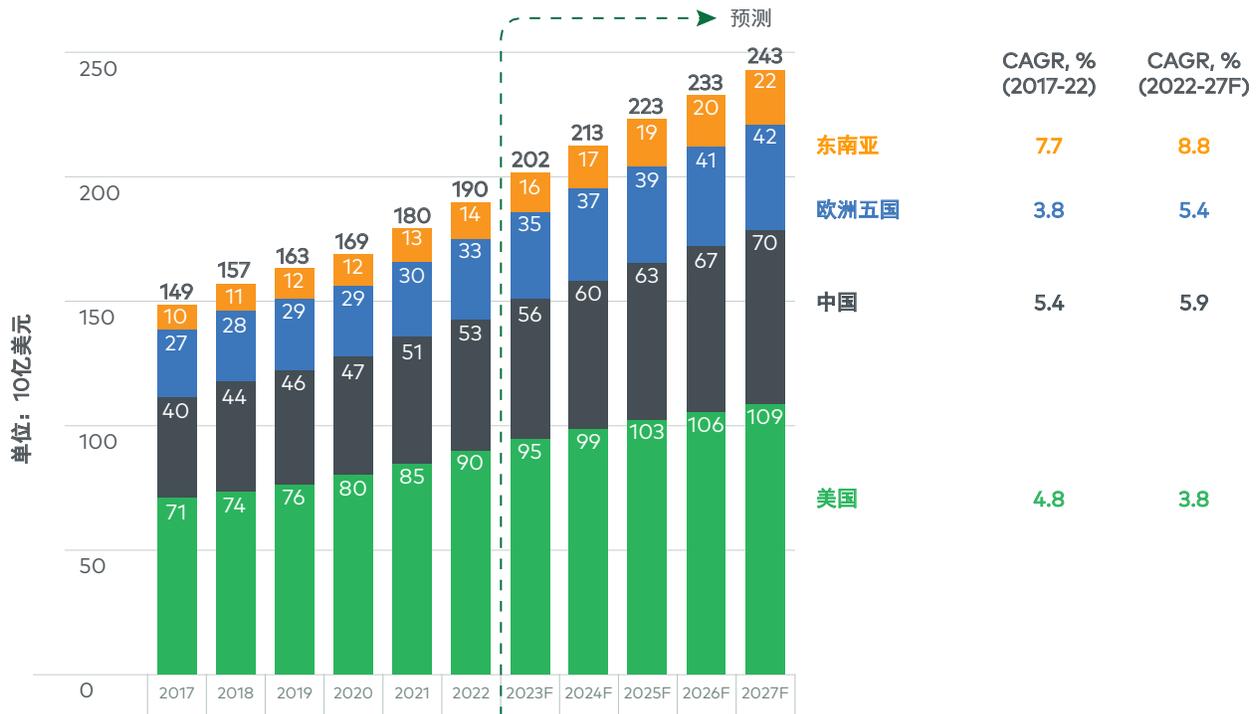
### 预测4: 中国市场的增长机会

美国一直是最大的健康消费品市场，其次是中国和欧洲主要地区。然而，由于美国市场日趋成熟导致市场增长放缓，行业玩家不得不向其他地方扩张以寻求增长。

尽管中国的增长速度较高（2022年至2027年间预计将以平均每年约6%的速度增长），但欧美品牌的渗透率仍然相对较低，这为优质的欧美品牌提供了大幅增长的机会。

在东南亚地区，泰国、印度尼西亚、马来西亚和菲律宾等国家也存在着巨大的市场机会，2022至2027五年内的年均增长率预计将达到约6%甚至更高。与欧洲地区相比，东南亚地区的线上互动程度也更高，并且拥有更年轻的消费群体，因此投资建设强大的数字化解决方案对于希望扩大其在亚洲地区的影响力的欧美品牌而言至关重要（图2）。

图2  
不同国家和地区的健康消费品市场规模 (2017-27F)



注释：东南亚地区包括柬埔寨、印度尼西亚、老挝、马来西亚、缅甸、菲律宾、泰国和越南  
资料来源：Euromonitor; L.E.K.研究与分析

### 预测5: 在制药企业和私募股权活动都不太活跃的情况下, 包装消费品 (CPG) 将继续扩张

随着公众兴趣的增加, 健康消费品正在从专业渠道 (例如保健品专卖店) 扩展到商超等更主流的渠道。再加上近年来制药企业在该领域的收购活动较为保守, 包装消费品 (CPG) 公司开始进入该领域, 近年来也进行了大量收购活动。CPG公司尤其关注运动营养品和VMS领域, 这些品类能够与其原有的其它产品组合相辅相成, 满足消费者的健康需求。这些公司 (例如, 雀巢、联合利华和亿滋) 在健康消费品行业建立了初步的滩头阵地后, 势必会进一步通过并购扩展其在消费健康品领域的业务。

运动营养品是过去五年中增长最快的健康消费品赛道, 在后疫情时代同样展现出强劲增长, CPG公司可能会继续瞄准该领域。KOL的反馈表明, 运动营养品领域的利润普遍受到挤压, 与小型投资者相比, 这些产品可能更适合在运营高规模、低利润商业模式方面经验丰富的大型CPG公司。

由于疫情后可用资金增多、利率较低以及投资者积极的融资行为, 私募股权在2021至2022年大量涌入健康消费品行业, L.E.K.预计私募股权公司将继续在健康消费品投资组合方面发力, 并利用buy-and-build战略来发展自己的平台, 从而扩大规模并提高成本效率。然而, 这个领域的私募股权活动可能会受到近年来高借贷成本的影响, 债务融资交易可能会受到限制。

面对不断变化的市场环境和层出不穷的新机遇, 我们始终致力于帮助客户制定清晰且有效的商业战略。

## 关于作者



### **Adrienne Rivlin, Partner | [A.Rivlin@lek.com](mailto:A.Rivlin@lek.com)**

Adrienne Rivlin博士是L.E.K.合伙人，常驻伦敦，专注医疗行业。Adrienne致力于为制药、生物技术、医疗器械和健康消费品领域的企业客户以及政府部门在企业 and 产品组合战略制定、产品上市、定价和市场准入、临床管理架构和流程以及商业和监管政策尽职调查等一系列关键战略问题上提供建议。

Adrienne热衷于解决当今医疗行业所面临的一系列挑战，包括提高治疗的可及性和患者的负担能力，减轻医疗领域的歧视问题对患者和医务工作者的影响，并改善他们的心理健康。她具备10年的管理咨询行业经验，在此之前，她曾是牛津大学的研究员、公共政策顾问和导师。在此期间，她与内政部、司法部和卫生部合作，负责研究和审查监狱的卫生政策。Adrienne在学术期刊上发表了許多优质文章，针对影响全球医疗和生命科学领域的一系列关键问题分享了她的深刻见解。



### **Mark Boyd-Boland, Partner | [M.Boyd-Boland@lek.com](mailto:M.Boyd-Boland@lek.com)**

Mark Boyd-Boland是L.E.K.合伙人，常驻伦敦。Mark自2014年加入L.E.K.，是全球消费品业务团队成员。他领导了许多备受瞩目的战略和企业转型项目，并多次为并购交易提供支持。Mark在零售、消费品、旅游与休闲、健康消费品领域等广泛领域具备丰富的管理咨询经验，尤其专注于为客户建立数字化和全渠道商业模式。利用详尽的消费者洞察、市场细分和渠道分析，他致力于在增长战略制定、数字化战略制定、价值主张、客户细分、忠诚度和客户体验以及市场进入等一系列关键战略问题上为客户提供支持。Mark拥有悉尼大学商业和法律学士学位以及欧洲工商管理学院MBA学位。



[info.lek.com/leklookforward](http://info.lek.com/leklookforward)

我们是L.E.K.咨询，一家全球性的战略咨询公司，致力于帮助业务领导者把握竞争优势，获取持续增长。我们的深刻洞见能够帮助客户重塑业务发展轨迹，发掘机遇，并为其赋能，以把握每一个关键时刻。自1983年创立以来，我们遍布全球的团队在跨越美洲、亚太和欧洲的区域，与来自各个行业的跨国企业、创业企业以及私募股权投资者展开合作，为其提供战略咨询服务。如欲了解更多信息，请访问 [lek.com](http://lek.com)。

L.E.K. Consulting是L.E.K. Consulting LLC的注册商标。本文中提及的所有其他产品和品牌均为其各自所有者的财产。  
© 2023 L.E.K. Consulting