



2024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。

消化健康需求为益生菌产品赋予个性化与功能化发展新趋势 头豹词条报告系列

荆婧 · 头豹分析师
2024-08-01

未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业： [制造业/医药制造业/保健及康复食品制造](#) [消费品制造/医疗保健](#)

关键词： [益生菌](#) [鼠李糖乳杆菌](#) [嗜酸乳杆菌](#) [双歧杆菌](#) [抗幽益生菌](#)

词条目录			
<h3>行业定义</h3> <p>膳食补充剂包含维生素、矿物质、膳食纤维及益生菌...</p> AI访谈	<h3>行业分类</h3> <p>按照胃肠功能调节机制进行分类，胃肠功能调节益生...</p> AI访谈	<h3>行业特征</h3> <p>胃肠功能调节益生菌行业的特征显著体现在消费者对...</p> AI访谈	<h3>发展历程</h3> <p>胃肠功能调节益生菌行业目前已达到 3个阶段</p> AI访谈
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> AI访谈	<h3>行业规模</h3> <p>胃肠功能调节益生菌行业... 评级报告 1篇</p> AI访谈 SIZE数据	<h3>政策梳理</h3> <p>胃肠功能调节益生菌行业相关政策 5篇</p> AI访谈	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 近年，伴随消费者对健康生活方式追求的与日俱增以及对自然疗法认识的提升，胃肠功能调节类益生菌产品在中国医疗健康市场中占据显著地位。随着科学研究的深入，益生菌在维护肠道健康、预防和治疗胃肠道疾病方面的重要作用受到重点关注。在消化不良、腹泻、便秘和肠易激综合征等常见胃肠问题的预防和缓解方面，市场对胃肠功能调节益生菌的需求持续增长。随着生物技术的进步和消费者需求的多样化发展，益生菌产品正在经历由单一菌株向复合菌株添加的迭代演化，从而为消费者提供更全面的健康效益。此外，对于儿童、老年人、女性等特定人群和免疫调节、肠道屏障强化等特定健康需求，个性化和功能化益生菌产品的开发已成为行业的新趋势。展望未来，在个性化健康解决方案需求上行的推动下，胃肠功能调节益生菌行业将继续保持增长势头，跨学科合作、创新技术的应用以及全球市场的拓展将为行业带来新的发展机遇。

行业定义^[1]

膳食补充剂包含维生素、矿物质、膳食纤维及益生菌等，产品研发生产和居民购买服用环节须遵循膳食营养素参考摄入量以达到最优保健效果。其中益生菌是一类定植在人体内环境中的活性微生物，足量摄入可改变宿主某一部位菌群构成，益生菌及其代谢产物在人体内可通过发挥生物屏障功能和参与免疫应答调节，对机体内多种生理代谢起到重要作用。

益生菌按照由菌属细化至菌种而后分为不同菌株的逻辑进行分类及命名，益生菌菌属包含双歧杆菌、乳杆菌、芽孢杆菌和链球菌等，其中双歧杆菌菌种包含乳双歧杆菌、两歧双歧杆菌、婴儿双歧杆菌和青春双歧杆菌等，乳杆菌有嗜乳酸杆菌、鼠李糖乳杆菌和干酪乳杆菌等，芽孢杆菌包含地衣芽孢杆菌、枯草芽孢杆菌和凝结芽孢杆菌等，链球菌中仅有嗜热链球菌可用于食品制造与生产。

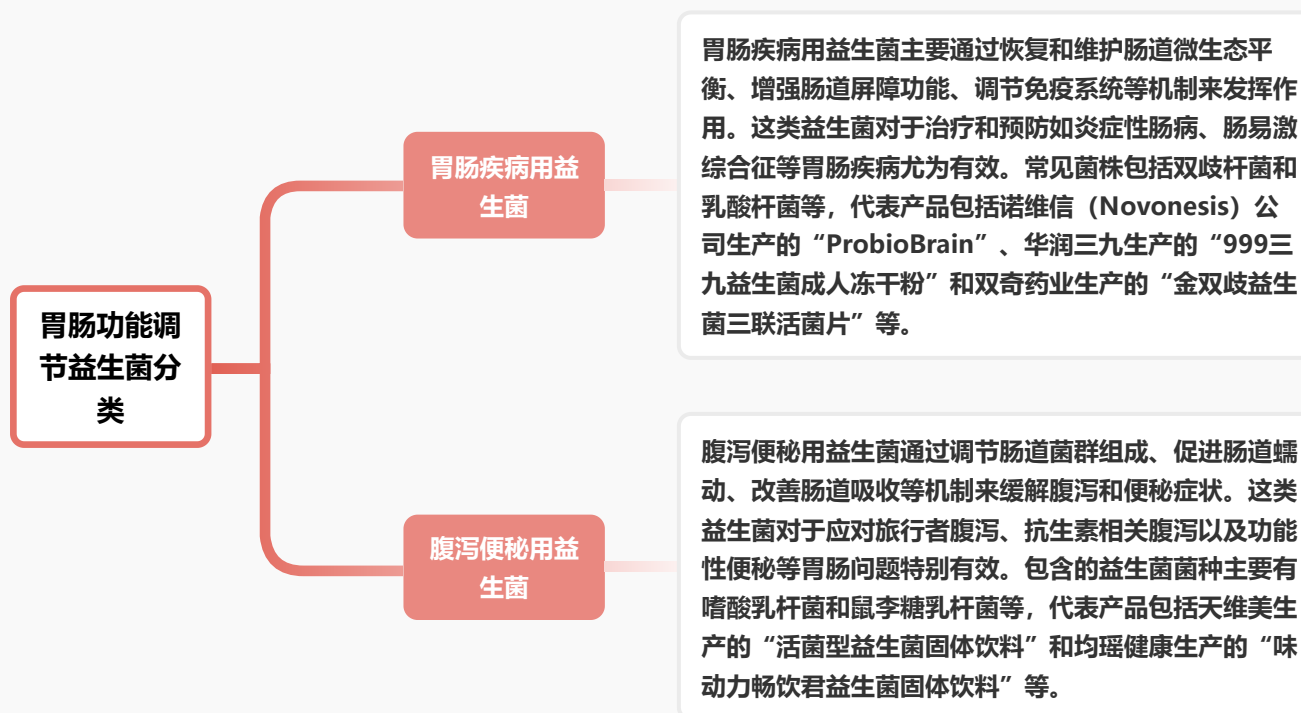
截至目前，全球多项临床试验评价和循证医学证据表明，益生菌在调节胃肠道菌群和维护消化系统健康方面具有明显的缓解或改善作用，可用于调节因胃肠功能受损而引发的胃肠炎症、腹泻便秘、坏死性小肠结肠炎、婴儿肠绞痛、肠易激综合征及幽门螺杆菌感染等疾病。

[1] 1: <https://actamicro.i...> 2: <https://im.cas.cn/k...> 3: 微生物学报, 中国科学...

行业分类^[2]

按照胃肠功能调节机制进行分类，胃肠功能调节益生菌行业可以分为如下类别：

胃肠功能调节益生菌行业基于胃肠功能调节机制的分类



[2] 1: <https://www.novo...> 2: <https://www.jd.co...> 3: 诺维信, 京东

行业特征^[3]

胃肠功能调节益生菌行业的特征显著体现在消费者对复合功效产品的高度期待、特定人群专属需求的显著增长、益生菌与营养物质组合创新的热门趋势、消费者对产品便捷性的强烈偏好以及政策对新型剂型拓展的积极支持等方面。

1 消费者消化道管理的精准需求日益提升，引导中国益生菌产品多元化和定制化转型

当前消费者对益生菌产品的效果持有高度期待，促使多家生产企业积极探索具备复合功效的益生菌产品以满足市场需求。同时，市场中如婴幼儿和老年人等特定人群的专属需求日益增长，使益生菌与维生素、矿物质、蛋白质等营养物质的组合创新逐渐成为品牌研发的热门领域，由此中国胃肠调节益生菌产品迈进“益生菌+”时代。

2 胃肠调节类益生菌产品在本土市场享有高关注度和市场接受度，市场持续增长潜力凸显

消化道保护类益生菌产品的市场热度和消费者的关注度持续走高，得益于养生知识的普及和保健品选购便捷程度的提升。在公共卫生防控需求增强和个性化定制模式出现的背景下，搜索引擎用户点击数据反映出中国消费者对于益生菌产品关注度的持续走高，胃肠道调节益生菌产品因满足了居民对消化道健康的维稳需求而长期占据市场销量之首，市场持续扩张潜力可观。

3 消费者对益生菌产品的便捷性和适口性提出要求，促进胃肠健康益生菌产品快速创新

中国职场人群对于能够轻松携带并可随时服用的益生菌产品形式表现出显著偏好，为适应多种消费场景，市场中创新益生菌产品需求激增。政策的适时调整，扩宽了益生菌产品的剂型范围，推动软糖、果冻、即食粉剂等便捷式产品的开发与推广。这些新型剂型产品不仅满足了消费者对便捷性的高度需求，也为益生菌产品的市场拓展开辟了新渠道。

[3] 1: <https://www.china...> | 2: <https://www.msd...> | 3: <https://www.mdpi...> | 4: <https://rs.yiigle.co...> | 5: <https://www.foodt...> | 6: 中国工业微生物菌种保...

发展历程^[4]

行业发展萌芽期见证了益生菌概念的提出和初步研究成果的面世，科学家们通过对益生菌的基础研究奠定了后续应用的基石。启动期标志着益生菌行业从科研走向市场化和国际化，这一时期，政策规范制定与科研成果的

广泛应用推动了行业的初步商业化，中国益生菌产品崭露头角。进入2020年，益生菌产品功能的多元化和消费体验的创新引领行业进入高速发展阶段，同时科研合作和政策支持进一步加强，益生菌在医疗健康领域的应用深化。

萌芽期 · 1899~1992

1899年，法国儿科医生Henry Tissier**从母乳喂养的婴儿粪便中分离得到长双歧杆菌**，并提出双歧杆菌对治疗腹泻有效；

1905年，俄国生物学家Metchnikoff在东欧贫困地区居民人均寿命的研究中发现，居民日常食用的发酵酸奶中存在与长寿有关的细菌，**提出细菌并非全部对人体无益**；

1930年，日本研究人员代田稔利用干酪乳杆菌制成乳酸菌饮料，并打造“**养乐多**”品牌在全球范围内进行商业化；

1953年，德国细菌学家Werner Kollath**首次使用“益生菌”这一名称**来指代对人体生理机能和健康状态有促进作用的含菌补剂；

1965年，一篇发表于Science杂志的论文首次用“益生菌”描述由一种微生物产生的可以促进另一种微生物生长的物质；

1974年，一篇发表于《动物营养健康杂志》的论文中提及的“**益生菌**”指有益于促进肠道菌群平衡的微生物，此概念定义由此沿用至今。同年《伯杰氏细菌学鉴定手册》第8版划分出独立的双歧杆菌属，属内包含11个菌种，双歧杆菌由此从乳杆菌属中分离出来；

1985年，科研人员Sherwood Gorbach与Barry Goldwin**从健康成年人粪便样本中分离获得鼠李糖乳杆菌GG**，至今已成为全球累计研究数量最多的益生菌菌株；

1989年，肠道微生物学家Fuller将益生菌定义为能够促进肠内菌群生态平衡，且可对宿主起到健康促进作用的活性微生物制剂，强调益生菌需为具有活性的微生物，不具活性的微生物及其代谢产物不属于益生菌范畴；

1992年，Fuller**对适宜进行制剂生产的益生菌提出更为全面的标准**，包含体内活性保存能力、产生有益作用能力和安全无毒害特性等。

自海外科研人员首次分离得到长双歧杆菌起，益生菌的研究与应用便开启了其在全球范围内的发展历程。**全球早期研究主要集中在益生菌的发现与基础科学研究，进入20世纪中后期，益生菌的研究逐渐从科学实验室转向商业化应用**，“养乐多”品牌的全球推广，标志着益生菌产品开始进入大众消费市场。

启动期 · 1994~2018

1994年，**FDA颁布实施了《膳食补充剂健康与教育法案》**，将膳食补充剂由按处方药管理调整为按食品和软饮料管理；

2002年，联合国世界粮农组织（FAO）和世界卫生组织（WHO）共同起草《**食品益生菌评价指**

南》，而后被益生菌产业研究和制剂生产领域沿用至今；

2003年，合生元公司与法国拉曼公司达成战略合作，**专注于母婴赛道的益生菌品牌“合生元”上市**；

2007年，英国、美国、法国及中国科学家计划于2008年4月联合启动“**人类基因组计划**”，对人体内所有共生的微生物群落开展测序和功能分析，为益生菌用于肠道功能调节的作用精准性和安全性打下基础；

2011年，世界胃肠病学组织指出，强有力的证据支撑益生菌在缓解腹泻和便秘等胃肠道障碍症状方面的作用功效；

2016年，中华预防医学会微生态学分会发表《**中国消化道微生态调节剂临床应用专家共识（2016版）**》，提出益生菌可发挥生物屏障功能并参与免疫应答调节，可激活或调节人体胃肠道的广泛生理功能；

2017年，爱尔兰皇家科学院研究队在Nature Microbiology杂志发表了前瞻性论述，正式提出“**下一代益生菌**”这一概念，并将“下一代益生菌”定义为各类尚未得到应用的肠道非典型益生菌以及基因改良微生物；

2018年，欧洲胃肠病学基础医疗学会对《**益生菌在下消化道症状管理中的应用国际共识**》进行更新，指出特定益生菌对腹痛腹胀、腹泻便秘等下消化道症状有明显的缓解或改善作用。

从1994年到2018年，**益生菌行业经历了从初步的政策规范制定到科研成果的广泛应用，再到市场化和国际化发展的启动期**。在这一时期，全球对益生菌的认知和应用均取得了显著进步，**而中国在追赶全球趋势的同时，也在益生菌产业中确立了自己的地位**。

高速发展期 · 2019~2023

2019年，定位为“**Z世代新营养品牌**”的**万益蓝WonderLab**品牌创立，产品覆盖肠道调节、饮食健康、营养补充和作息规律调整等功能；

2021年1月，**拜耳与江南大学达成合作意向**，根据中国消费者的传统健康理念和特殊肠道环境研发益生菌创新产品，而后“**达益喜**”在中国市场上市；

2021年2月，国家市监局将粉剂和凝胶糖果纳入保健食品备案剂型，为益生菌产品适口度提升和需求多元化满足提供路径；

2021年下半年，Swisse旗下专注于膳食补充剂的子品牌**Swisse Me进入中国市场**，以**营养软糖、微泡片和直饮粉**等更为便捷的产品形态提升消费者对品牌的认可度和依赖性；

2022年，**WonderLab**从成分、配方、菌种体内存活率和安全性等角度对产品进行升级，推出**第二代小蓝瓶益生菌**；

2023年，兰州大学、兰大二院及中科院研究团队系统分析益生菌、益生元及后生元在疾病治疗领域的有效性，并基于研究成果提出“**益生菌药物**”这一全新的学术概念。

产品迭代优化层面来看，这一时期益生菌产品不仅在**功能上覆盖了肠道调节、饮食健康、营养补充和作息规律调整等多个方面**，同时在**产品形态和消费者体验上也实现了创新和多元化**。**中国品牌竞争实**

力层面来看，高速发展主要在于科研合作和政策支持的加强，以及益生菌在医疗健康领域应用的深化。这一时期，中国市场在全球益生菌产业中的地位日益重要，**不仅在消费市场上展现出强劲的增长潜力，同时在科研和产品开发方面也取得了显著成就，与全球益生菌产业形成相互协调发展的新态势。**

- [4] 1: <https://rs.yiigle.co...> 2: <https://topics.gm...> 3: <https://china-cicc...> 4: <https://www.foodt...>
5: <https://news.jiang...> 6: <https://www.samr....> 7: <https://www.foodt...> 8: <https://pinpai.smz...>
9: <https://pubmed.nc...> 10: 中国食品学报, 中华感...

[13]

产业链分析

胃肠功能调节益生菌产业链上游为菌种的研究与开发环节，主要作用是筛选和鉴定具有特定健康效益的益生菌菌株；产业链中游为益生菌培养与产品生产环节，主要作用是大规模培养选定的益生菌并加工成稳定的产品形式；产业链下游为胃肠道调节益生菌的市场拓展与销售环节，主要作用是将益生菌产品通过各种渠道推广给消费者，满足其对胃肠健康的需求。^[7]

胃肠功能调节益生菌行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

中国益生菌产业通过自主研发和技术创新，自供能力显著增强，有效缩减对海外原料的依赖，加速向全面产业自主化和技术领先的转变。

2019至2021年间，随着居民生活质量提升，中国益生菌市场扩容，企业开始从直接进口转向引进菌株结合自主研发，但原料供给仍主要依赖海外，如美国杜邦和丹麦科汉森占据约85%市场份额。近年来，中国在益生菌研究方面取得显著进展，研究发表数量从2018年的2,249篇增至2023年的4,919篇，中国研究成果占比从不足16%增至27.97%，显示出中国在益生菌领域的理论基础逐渐完善，技术实力赶超海外企业，减少进口依赖的前景可期。同时，菌株供给成本成为关键竞争因素，多家企业如科拓生物和生合生物通过技术创新和产能扩增，提升本土菌种供给充分度，促进产业自主化。

鼠李糖乳杆菌对于胃肠疾病的缓解作用成为当前企业关注焦点，与维生素、矿物质及母乳寡糖结合这一理念的推出，带动益生菌行业迈向功能性与定制化的“益生菌+”新阶段。

炎症性肠病（IBD）是一种慢性肠道炎症疾病，饮食偏好和肠道微生物群组成是其主要影响因素。中科院农林学院的研究发现，鼠李糖乳杆菌能有效促进有益菌群繁殖，减轻IBD症状，并通过干扰病毒复制和调节免疫细胞缓解腹泻。这一菌株因高安全性而被列入国家卫健委推荐菌种，成为消化道疾病研究和产品开发的焦点。市场调研显示，益生菌产品的功效是消费者购买时关注的主要维度，多家本土企业正积极探索复合功能益生菌以满足不同人群需求，推动益生菌行业进入“益生菌+”时代。维生素、矿物质及母乳寡糖与益生菌的结合被认为能调节肠

道菌群平衡，健合国际等企业通过研究支撑创新产品开发，如雀巢针对老年人推出的“怡养”奶粉等，期望通过益生菌和蛋白质的共同补充提升消化道免疫能力。

益生菌市场热度持续攀升，胃肠调节功能成为主要卖点，教育改革和城镇化推动家庭对儿童健康管理重视，促进细分市场持续增长。

2018至2024年间，“益生菌”关键词在百度平台的搜索指数均值为3,610，其中在2021年9月和2023年1月两次达到高峰，反映居民对益生菌产品的持续高度关注。淘宝与天猫平台数据显示，调节胃肠健康类益生菌产品以38%的销售占比领先，预示2023年销量或可达40亿元，标志着消化道健康诉求已成为益生菌市场的主要驱动力。同时，教育体制改革和城镇化推进带动中国家庭对儿童健康管理的要求逐步提升，益生菌消费群体中70.1%为旨在调节儿童消化功能的家长，进口品牌在本土市场的销量也显示出稳定增长态势，尤其是胃肠调节产品在益生菌市场中以65.27%的占比居首，展现出消费者对健康管理精细化需求的增加和细分市场的持续扩张潜力。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

涉及益生菌菌株的发现、研究与开发的科研机构和专业生物技术公司

上游厂商

生合生物科技股份有限公司 >

北京科拓恒通生物技术股份有限公司 >

科汉森（天津）食品添加剂有限公司 >

[查看全部](#) v

产业链上游说明

中国益生菌制剂生产的菌株原料长期依赖海外进口，近年中国专利申请数量速增赶超欧美国家，原料供给有望加速实现自给自足。

全球益生菌菌株的产品化和商业化起源于20世纪初期日本品牌“养乐多”的面世，而中国在此后约一个世纪的时间内则以益生菌成品进口和海外乳制品半成品加工为主，自主研发益生菌产品较少且市场中产品功能较为单一。2019年至2021年间，居民生活质量提升带动益生菌市场扩容，中国益生菌产品制造企业由成品和半成品的直接进口转向菌株引入结合制剂自研新模式，中国市场虽处于逐步摆脱海外产品主导的进程中，源头菌株仍主要依靠海外厂商进口供给，2021年，美国杜邦营养生物1家即占据中国益生菌原料供给约50%的市场，另有丹麦科汉森占比达35%，剩余仅15%来自海外和本土益生菌原料生产制造厂商，中国原料供给市场形成海外品牌主导的垄断竞争态势。近年中国科研机构在益生菌领域的研究逐渐凸显其营养属性的重要性，同时结合多种疾病的病理学特征对于益生菌入药可能性进行积极探索，从产能、进化关系和功能机制等多维度开展覆盖多菌株的临床试验项目，以期根据市场中益生菌产品需求进行特定菌株培养，实现充分的自主供给。学术成果来看，全球关于益生菌的相关研究发表数量由2018年的2,249篇涨至2023年的4,919篇，期间2020年和2022年分别以660篇

和593篇的发表量实现同比显著增长，同期中国研究成果占比由不足16%速增至27.97%，**可见中国菌株创新及扩产的理论基础已逐步完善，益生菌源头供给环节技术实力逐步赶超海外企业，摆脱进口依赖未来可期。**

菌株采购价格根据用途和供应来源不同而存在差异，本土原料生产厂商优化生产能力与效率以压缩供给价格，本土益生菌菌株供应存在成本优势。

伴随中国科研机构对于益生菌菌种的研究覆盖面扩大，菌株供给成本成为影响源头厂商竞争实力和中游制剂生产企业利润空间提升的关键问题，对此，菌株原料生产环节多厂商布局产能提升和效率优化，如科拓生物于2015年在浙江金华建成食用益生菌制品产业基地，低温颗粒包装、代谢调控培养和协同增效应用等技术实现集成落地，公司食用益生菌产能利用率由2020年的46.47%速增至2022年的95.39%，预计2023年将实现进一步增长。公司另搭建包含36,000余株益生菌菌种的资源库，**通过益生菌分离、筛选、液氮滴冻和保藏运输等技术转化，实现120余株益生菌的大规模产业化，助力本土多菌种供给充分度提升。**同样，中国台湾企业生合生物的南科高雄园区于2022年动土，**此次产线扩增以生产降本增效为主要目的**，公司新园区计划于2024年投入使用，并预估在产能方面实现5倍提升。

众多益生菌原料供给企业争先布局产能扩增，上游市场中国产原料成本优势逐步显现。中国普通微生物菌种保藏管理中心根据来源和购买用途将菌种分为A类、B类、C类和D类，其中鼠李糖乳杆菌、嗜酸乳杆菌和德氏乳杆菌等中国研究成果较多且供给较为充足的菌种已基本实现本土厂商供给主导，作为A类菌株售价为1,000元/株，而用于益生菌生产的约氏乳杆菌和动物双歧乳杆菌单株仍需依靠海外菌种库进口，采购价格则为1,500至2,000或更高。

中 产业链中游

品牌端

益生菌产品的生产、加工和工艺优化厂商

中游厂商

[健合\(H&H\)國際控股有限公司 >](#)

[汤臣倍健股份有限公司 >](#)

[北京科拓恒通生物技术股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

鼠李糖乳杆菌凭借广泛改善消化道问题的作用机制优势和制剂添加的高安全性，成为科研领域和产品生产制造领域的热门菌株，益生菌品牌多产品加速覆盖。

炎症性肠病（Inflammation Bowel Disease, IBD）是一种起病于肠道的慢性炎症疾病，存在消化道疾病家族史的人群易因肠道细菌触发免疫反应而发病，**有研究表明饮食偏好和肠道微生物群组成是引发IBD的影响因素之首。**2022年中科院农林学院开展的一项临床试验证实，鼠李糖乳杆菌可有效促进

肠道菌群中双歧杆菌、奥尔森菌、异杆菌和丁酸菌等有益菌群的繁殖，**通过逆转肠道菌群结构失调以减轻IBD症状**。另外有研究表明，鼠李糖乳杆菌可通过干扰轮状病毒复制和调节免疫细胞等机制**缓解腹泻和因此引发的消化道上皮损伤**。经多项临床试验验证，鼠李糖乳杆菌也具备较高安全性，因此其多菌株被国家卫健委列入可用于成人和婴幼儿食品的菌种名单。**鼠李糖乳杆菌在多种消化道疾病中所展现的症状改善功能促使其成为临床科研和产品生产领域的重点关注目标**。科研成果来看，有3种鼠李糖乳杆菌菌株进入2023年全球科学研究热门菌株前10位，其中鼠李糖乳杆菌GG以84项研究成果占据首位；生产制造来看，Life Space的成人广谱益生菌、乐力益生菌固体饮料和汤臣倍健小绿盾益生菌等以鼠李糖乳杆菌为主要菌株添加的益生菌产品于近年涌现，**凭借针对消化系统广泛的作用功效和安全保障形成市场份额主导**。

下游客户端多元复合需求引领制剂生产环节进入“益生菌+”时代，产品协同作用互补升级成为当下益生菌产品主要发展趋势。

一项面向中国益生菌消费群体的洞察调研显示，**在对于益生菌产品的多维度反馈中，功效是否能满足健康管理需求成为50.7%消费者关注的首要问题**，高达16.4%的消费者对于已购益生菌产品功效给出负向评价，**引发生产企业对于复合功效益生菌的积极探索**。另有20.6%消费者对产品适用人群较为关注，当前市场中益生菌产品多面向中青年年龄段成年人，**婴幼儿和老年人作为疾病易感人群，生理功能维稳的需求亟需得到满足**。因此，**益生菌创新制造企业当前的转型优化方向在于产品与多种营养物质搭配实现功能协同及配方改进以精准匹配老幼居民需求，产业由此迈进“益生菌+”时代**。维生素和矿物质作为人体不可或缺的营养元素，由于自身合成量无法满足机体正常运转所需，**因此食源获取成为此类营养物质摄取的主要途径**。近年有研究表明，维生素和矿物质的摄入对肠道菌群组成存在影响，**缺乏将打破消化系统微生物稳态，因此“益生菌+维生素矿物质”的成分组合或可通过多重机制调节胃肠道菌群平衡**。《中国居民膳食指南（2022版）》指出，母乳中的母乳寡糖具有维护肠道微生态平衡和调节免疫力等重要功能，且能够被宿主主体内菌群选择性利用并转化为有益健康的物质，**因此生产厂商可利用母乳寡糖与益生菌同服产生的协同效应，创新开发面向婴幼儿的健康管理方案，充分满足新生儿肠胃环境脆弱的调理需求**。健合国际关于婴儿来源双歧杆菌对母乳寡糖的协同作用相关项目成果已于2022年发表于国际权威期刊，**为公司创新产品研发及上市提供理论基础**。同样，老龄人口的蛋白质吸收转化效率较低，**“益生菌+蛋白质”的组合添加为国人蛋白质摄入“质不优、量不够”的问题提供解决方案**，如雀巢旗下的奶粉品牌“怡养”推出针对老年人的奶粉产品，**期望通过益生菌和蛋白质的共同补充提升特殊群体消化道免疫能力**。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

益生菌产品的销售拓展环节及有胃肠道调理需求的消费者

渠道端

产业链下游说明

居民对于消化健康调节类益生菌产品及其相关功效长期保持高度关注，市场热度及消费需求助力其加速放量。

作为了解养生知识和选购保健品的主要途径，居民在搜索引擎中的关键词点击搜索次数可间接展现相关品类产品的市场热度及居民对于此类产品的关注度。搜索点击量来看，基于百度指数平台对不同关键词搜索的频次加权，“益生菌”关键词的搜索指数在2018年至2024年间均保持在2,000及以上，均值高达3,610，其中在2021年9月和2023年1月，在公共卫生防护需求和益生菌产品个性化定制模式出炉等因素的驱动下，“益生菌”关键词搜索指数分别触及5,658和6,036的高峰，而同期“维生素”和“膳食纤维”关键词的平均搜索指数仅为2,028和1,197。由此可看出，居民对于益生菌通过活性菌种口服以调节身体机能这一理念的认可度逐步提升，且对益生菌产品保有较高的接受程度。不同功能益生菌产品市场占比来看，2022年淘宝与天猫平台益生菌产品总销量中，调节胃肠健康类益生菌销售金额以38%占比位居第一；胃肠调节类益生菌销量走势来看，2021年淘宝与天猫双平台销量合计达26.1亿元，同比增幅为32.8%，以此推算，2023年其销量有望逼近40亿元。居民对于消化道健康的重视驱动胃肠道调节类益生菌长期居于益生菌大品类销量之首，养生理念的推广和按需定制产品模式的成熟化发展带动此细分品类市场持续扩张。

思维观念及教育水平等多维度因素导致中国家长对于儿童健康精细管理的关注度提升，儿童作为益生菌产品的主要使用群体，有力带动市场销量上涨。

20世纪末期中国高等教育体制改革及招收人数扩张，在此利好政策带动下，中国父母受教育程度在大专及以上的占比由2010年的11.4%速增至2020年的23.3%，同时城镇化推进影响下，居住在城市的儿童占比10年间上涨7.3个百分点，家长对于前沿育儿理念的追求和物质生活丰富度的提升，双重驱动中国家庭对于儿童的健康管理逐步趋于精细化发展，为此期间已进入高速发展阶段的益生菌等保健食品和食品添加剂产品营造广阔发展市场。中国国际益生菌行业交流研讨会公布数据，2023年中国全品类益生菌消费群体中，以调节儿童消化功能和促进儿童生长发育为目的的家长群体占比高达70.1%，位居第一。中国家庭对于儿童消化系统稳态和健康生长的重视程度不断提升，主导中国胃肠功能调节益生菌销量连年上涨。产品品牌来看，在长期发展布局中产品成熟度处于本土市场领先地位的海外品牌销量增势显著，排除“618促销”和“双十一大促”带来的销量短期暴涨，进口产品销售额由2020年6月的0.84亿元增至2023年3月的近1.3亿元，期间年复合增速约为1.05%，细分类目来看，2023年胃肠调节产品在各功能益生菌销量市场中以65.27%的占比居首，其销量约为1.37亿元，较2022年同期涨幅达38.93%。

- [5] 1: <https://www.jiemia...> 2: <http://finance.peo...> 3: <https://www.webo...> 4: <https://www.webo...>
 5: <https://www.webo...> 6: <https://cgmcc.net/...> 7: <https://readers.cte...> 8: <https://www.china...>
 9: <https://www.china...> 10: <https://www.chin...> 11: 界面新闻, 人民网, 热...
- [6] 1: <https://www.china...> 2: <https://www.msd...> 3: <https://www.mdpi...> 4: <https://rs.yiigle.co...>
 5: <https://www.foodt...> 6: <http://www.binc.c...> 7: <https://www.nestle...> 8: <https://rs.yiigle.co...>
 9: 中国工业微生物菌种保...
- [7] 1: <https://index.baid...> 2: <http://yanfa.food...> 3: 百度指数, 食品研发服...
- [8] 1: <https://www.jiemia...> 2: <http://finance.peo...> 3: <https://www.webo...> 4: <https://www.webo...>
 5: <https://www.webo...> 6: <https://www.webo...> 7: <https://www.webo...> 8: <https://www.webo...>
 9: 界面新闻, 人民网, 热...
- [9] 1: <https://cgmcc.net/...> 2: <https://readers.cte...> 3: <https://www.china...> 4: <https://www.china...>
 5: <https://www.china...> 6: <https://www.china...> 7: <https://www.china...> 8: 中国普通微生物菌种保...
- [10] 1: <https://index.baid...> 2: <http://yanfa.food...> 3: 百度指数, 食品研发服...
- [11] 1: <https://www.china...> 2: <https://www.msd...> 3: <https://www.mdpi...> 4: <https://rs.yiigle.co...>
 5: <https://www.foodt...> 6: <https://www.fx361...> 7: 中国工业微生物菌种保...
- [12] 1: <https://rs.yiigle.co...> 2: <http://www.binc.c...> 3: <https://www.nestle...> 4: 热心肠生物技术研究院...
- [13] 1: 儿童蓝皮书, 中国国际...

行业规模

2018年—2023年, 胃肠功能调节益生菌行业市场规模由148.77亿元增长至286.57亿元, 期间年复合增长率14.01%。预计2024年—2028年, 胃肠功能调节益生菌行业市场规模由311.13亿元增长至377.57亿元, 期间年复合增长率4.96%。^[17]

胃肠功能调节益生菌行业市场规模历史变化的原因如下:^[17]

中国居民购买医疗保健产品的消费能力逐步增强, 结合对于胃肠道健康的关注度提升, 消费者对于消化功能调节益生菌购买偏好逐渐向高价转移, 成为拉动市场规模速增的关键因素。

随着中国居民收入水平的稳步增长和健康意识的显著提升, 保健品消费水平呈现出显著的上升趋势, 这一变化主要体现在为消费者愿意为提升个人和家庭健康状况支付更高成本。根据魔镜市场情报发布的2022年益生菌产品在淘宝和天猫平台的购买价格分布来看, 2018年多数消费者购买的胃肠调节益生菌产品落入0-100元价格区间, 而后每个价格区间的消费者占比随价格升高而显著下滑, 仅一成消费者的单品花费在300元及以上。《“健康中国

2030”规划纲要》出台后，居民健康需求由单一的医疗服务需求向疾病预防、健康管理和生活方式改善等方面拓展，消费者们日益关注日常健康管理并重视各种亚健康问题与自身免疫力的相互影响，优质产品迭代以满足居民免疫力提升需求已成为市场的重点议题之一。至2023年的5年间，天猫淘宝平台中单价低于200元的胃肠道调节益生菌购买频次有所削减，而价格在200-300元间的益生菌产品受消费者欢迎程度显著提升。至2023年，近三成消费者的单品购买支出落入此区间中，价格在300-400元之间和400元以上益生菌产品的消费者购买量也均接近两成，由此可见**高端益生菌产品已成为消费者满足胃肠护理需求的首选，消化道功能调节益生菌产品销售均价的上涨同时带动行业整体市场规模的扩大。**

监管部门放宽准入剂型以满足消费者多元化需求，产品形态创新成为创造市场增量的重要因素。

当前中国经济发展加速，多产业融合发展协同推进，各职业领域对于从业者产出效率提出新要求，以中青年居民为主的职场群体工作压力走高，工作生活失衡导致饮食不规律情况广泛发生，因此胃肠道功能调节益生菌的主要需求场景在于工作场所及通勤路途中，使用场景限制带动消费者对于益生菌产品的服用便捷性和适口性需求提升。对于消费者便携性需求的调查分析数据显示，占比58.0%的消费者提出方便携带和便携小包装成为其选购益生菌产品的重点关注维度之一，在服用方式方面，由于冲泡和牛奶送服对服用场景限制较大，16.2%消费者倾向于选购可直接服用的益生菌颗粒或益生菌粉。为进一步满足消费者对于益生菌产品契合使用场景的需求，为肠胃健康益生菌寻求市场拓展新出口，国家药监局于2021年提出在已有的片剂和胶囊剂型基础上，可将粉剂和凝胶糖果纳入益生菌等保健食品的备案剂型，政策准入剂型放宽为益生菌产品生产企业提供提升消费者满意度的新途径。政策出台后，北京同仁堂和三九医药接连推出白芸豆添加益生菌果冻和益生元酵素果冻，另有WonderLab品牌凭借小蓝瓶益生菌即食粉迅速赢得大量市场份额。至2023年4月，益生菌软糖在阿里平台的销售额已达0.30亿元，益生菌果冻销售额达0.43亿元，另外在小蓝瓶益生菌粉品牌推广的带动下，益生菌粉剂品类同期在抖音平台的销售占比以64.6%形成领先地位，环比增速约为80%。**需求导向的益生菌市场布局和创新产品的市场推广协同带动胃肠健康益生菌市场加速扩张。**^[17]

胃肠功能调节益生菌行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[17]

炎症性肠病接受临床治疗及医疗保健长期预后较差，本土品牌通过新产品带动全新解决方案，有望突破消化道疾病治疗瓶颈。

对机体有益的微生物群通过构建特异性免疫系统和抵抗病原体入侵等功能实现对于肠道微环境的调节，因此多数**消化道炎症由菌群失调引起**。炎症性肠病作为肠道炎症的主要病症之一，其起病症状较轻且确诊需依赖对于肠道结构的多次内镜检查，因此在确诊环节多见延时和误诊等情况，另外因临床科研领域对其发病机制尚不明确，**市场中针对炎症性肠病暂无安全有效的诊疗方案，多数患者长期服药预后仍较差**。2023年中国炎症性肠病新发病例约为4.55万人，较2018年呈显著增长趋势，以此数据计算，2023年患病总人数已突破700万人，居民对于**生活质量保障和消化道健康水平提升的需求驱动科研人员探索微生物解决方案的可行性**。2023年武汉活菌一号公司研发结合罗伊氏乳杆菌JYLB-291、干酪乳杆菌L.Casei21、长双歧杆菌JBLC-141和青春双歧杆菌bbf-06等肠道有益菌群，推出“活君一号”这一针对炎症性肠病的益生菌创新品牌，其中**罗伊氏乳杆菌可通过抑制炎症细胞因子的表达减轻消化道黏膜炎症，干酪乳杆菌和长双歧杆菌则具有增强肠道免疫屏障的功能，多株益生菌的协同作用为“活君一号”缓解炎症性肠病提供基础**。相关临床对照试验结果显示，在同时服用活君一号和马来酸曲美布汀的实验组中，用药30日后有92.0%患者实现有效治疗，同期服用马来酸曲美布汀单药的对照组有效治疗比例仅

为70.0%。“活君一号”的面世作为益生菌在减缓消化道炎症方面的前沿进展，为生产厂商提供商业化新思路，同时炎症性肠病治疗卡点的突破引导患者对益生菌的购买意愿增强，长期来看有望带动胃肠功能调节类益生菌市场规模扩张。

益生菌与中药联用优势凸显，政策利好中医诊疗服务覆盖范围拓展，“药食同源”养生理念或将带动益生菌与中医药产业同频发展。

中药作为独具民族特色的自然产物，借由近年养生潮流兴起而逐步赢得消费者高度认可，多项研究表明，中药与益生菌联用可在养胃护肠和消化道疾病防治方面发挥协同作用。2.5g/L至5g/L浓度范围的黄芪可为枯草芽孢杆菌、酵母菌和嗜酸乳杆菌等有益消化功能菌株提供增殖必需营养物质，当归对以上复方益生菌产生刺激增殖作用的最佳浓度为2.5g/L至10g/L，甘草在2.5g/L至5g/L浓度范围内效果最佳。由此可见，添加中药成分可有效促进益生菌的体内增殖，进而增强益生菌对于消化道的保护作用。另外，南京大学医学院消化科与南京中医药大学科研人员针对普氏栖粪杆菌（*Faecalibacterium Prausnitzii*, *F.Prausnitzii*）联合溃克灵治疗结肠炎的疗效展开临床试验，以大鼠为试验模型的结果显示，联合用药组大鼠体重下降幅度较单药治疗组更小，三天后体重变化仅为 $-1.87\pm 6.57\%$ 。益生菌与中药复方治疗方案在结肠炎病例常见的结肠长度缩短方面也呈现显著优势，正常组大鼠结肠长度为 $17.37\pm 1.78\text{cm}$ ，联合给药组大鼠三天后结肠长度平均仅缩短1.77cm，而*F.Prausnitzii*和溃克灵单独给药组大鼠结肠可见明显缩短。疗效优化与作用机制强化优势为生产企业提供生产“益生菌+中药”复方制剂的创新思路。进入2020年，国潮文化的兴起带动养生热潮在新生代年轻人中加速渗透，另有老龄人口慢病负担带来的“以养代治”需求走高，双驱中医诊疗资源加速覆盖，中国中医诊疗机构数量已由2018年的6.07万家速增至2022年的8.03万家，以此趋势推算，2023年中国中医诊疗机构数量有望增至近9万家。诊疗机构在中国各省市的快速铺开为中药产品提供广阔放量空间，背靠疗效优势的“益生菌+中药”创新产品有望搭载养生热潮，迅速实现市场拓展。^[17]

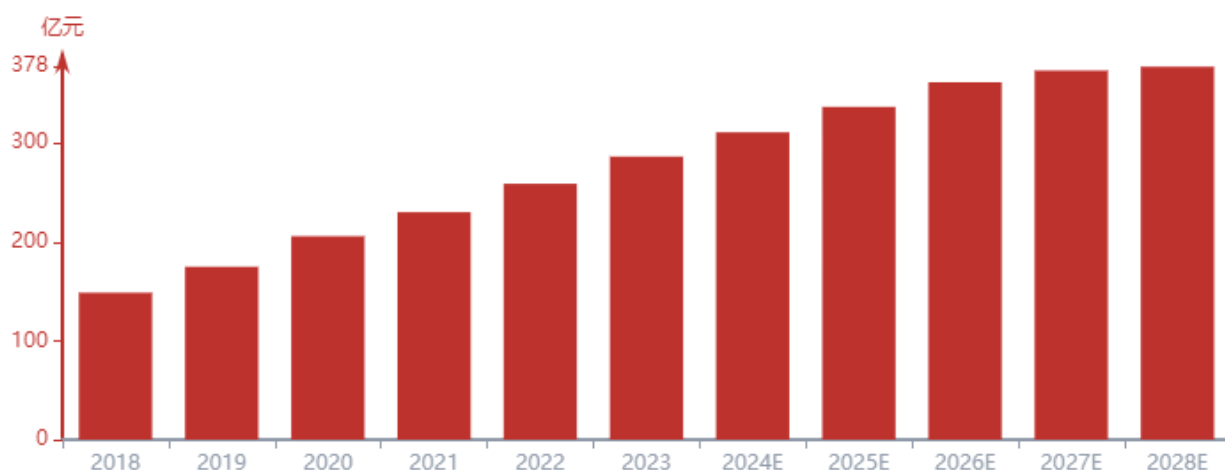
企业VIP免费

中国胃肠功能调节益生菌行业规模

★★★★★ 5星评级

胃肠功能调节益生菌行业规模

中国胃肠功能调节益生菌行业规模



[14] 1: <https://www.samr...> 2: 热心肠生物技术研究院...

[15] 1: <https://rs.yiigle.co...> 2: <https://health.gm...> 3: <https://www.meds...> 4: <https://www.x-mol...>

5: 中华内科杂志, 光明日...

[16] 1: <https://www.g3mv...> 2: 热心肠生物技术研究院...

[17] 1: 魔镜市场情报

政策梳理^[18]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《保健食品新功能及产品技术评价实施细则（试行）》	国家市监局	2023-08	8
政策内容	保健食品新功能研究样品应当是新研发的对应新功能的保健食品，或经研究发现具有新功能的已注册备案的保健食品。新功能研究样品应当符合保健食品的安全性、保健功能和质量可控性要求，具备开展新功能保健食品技术评价条件。			
政策解读	政策规定，保健食品新功能研究样品应为新研发的对应新功能的保健食品，或经研究发现具有新功能的已注册备案保健食品。样品需符合保健食品的安全性、保健功能和质量可控性要求，并具备开展新功能保健食品技术评价的条件。该细则为胃肠道功能调节益生菌行业提供了明确的技术评价标准和监管要求， 推动行业内新功能益生菌产品的研发和市场准入，提高产品的安全性和有效性 ，进一步促进该领域的健康发展和技术创新。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》	国家卫健委	2022-08	8
政策内容	制定营养素及营养相关物质风险评估技术指南，为营养干预策略和营养标准制定提供科学支撑，推动食品、营养、医学等多学科交叉创新型人才培养，锻造更多复合型专业人才。构建营养风险受益评估模型，			

	开展营养素及相关标准的“风险—收益”、“成本—效益”分析评估，建立基于中国人群数据的营养特膳标准评价模型。
政策解读	通过制定营养素及营养相关物质风险评估技术指南，本规划为营养干预策略和营养标准制定提供科学支撑。对于胃肠益生菌细分行业而言， 政策推动了营养标签的标准化和透明度，提升消费者对益生菌产品的认知度和信任度。 同时，多学科交叉创新型人才的培养和营养风险受益评估模型的构建， 为益生菌产品的研发和评价提供了更为科学和系统的方法 ，有利于行业的规范发展和技术进步。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《益生菌类保健食品申报与审评规定（征求意见稿）》	国家市监局	2019-03	8
政策内容	建立危害分析关键控制点等良好质量保证体系，并保证有效运行；必须有适用于该产品生产的厂房或车间、生产设备和设施；必须配备益生菌实验室，菌种必须有专人管理，应由具有与生产管理相适应的相关专业技术人员负责；制定相应的详细技术规范和技术保证。			
政策解读	此规定要求试制场所建立危害分析关键控制点(HACCP)等质量保证体系，并具备中试以上的生产规模。 促使企业在生产过程中严格控制质量，确保产品的安全性和有效性。 同时，规定对生产场所、设备及益生菌实验室的具体要求，强调专业技术人员的管理和详细技术规范的制定。这些要求 提升了益生菌产品的生产标准和技术水平，推动了行业的规范化和标准化发展 ，增强消费者信心，促进市场健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国家食品药品监督管理总局重点实验室总体规划(2018-2020年)》	国家药监局	2018-01	3
政策内容	鼓励重点实验室积极申请和参加国际上区域性的重大科技合作计划，积极参与重要国际科技活动，加快先进技术的引进、消化、吸收与再创新，不断缩小与国际先进水平之间的差距。强化重点实验室间的交流合作，创新科学监管理念。			
政策解读	规划鼓励重点实验室积极参与国际科技合作计划和重要科技活动，促进先进技术的引进、消化、吸收与再创新， 助力本土益生菌行业生产企业引进国际先进技术，提升产品研发水平。 通过强化重点实验室间的交			

	流协作，创新科学监管理念，推动行业内技术和管理的规范化、科学化发展，从而 提升中国益生菌产品的国际竞争力，推动胃肠道功能调节益生菌行业的持续健康发展。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十三五”食品科技创新专项规划》	国家科技部	2017-06	6
政策内容	重点发展食品高新技术产业，提升食品产业竞争力；优化食品科技创新平台布局，培养食品科技人才，提升食品科技创新能力；推进食品产业科技发展，构筑食品科技创新先发优势；加强全链条过程控制，提高食品安全保障水平；全面提升国际合作交流水平，增强自主研发能力与国际竞争力；强化技术成果转化服务，实现科研成果产业化。			
政策解读	该规划重点发展食品高新技术产业，提升食品产业竞争力， 优化科技创新平台布局，培养食品科技人才，显著提升行业的创新能力和技术水平。 通过推进食品产业科技发展和构筑创新先发优势，增强产品功效。全面提升国际合作交流水平， 增强自主研发能力与国际竞争力，使胃肠道功能调节益生菌行业能够在全球市场中占据更有利的位置。 强化技术成果转化服务，实现科研成果产业化， 为行业带来更多创新成果和商业机遇，推动其持续健康发展。			
政策性质	指导性政策			

[18] 1: 国家市监局, 国家卫健委

竞争格局

胃肠功能调节益生菌行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有诺维信、蔚蓝生物等；第二梯队公司为维奥健康、微康益生菌、君乐宝等；第三梯队有深圳美丽营养、上海交大昂立、科拓恒通生物等。^[22]

胃肠功能调节益生菌行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[22]

功能需求和有效成分为消费者购买益生菌产品主要关注的维度，海外品牌积极践行行业标准建立，通过引导益生菌产品高质量生产稳占市场主导地位。

根据电商渠道消费者购买益生菌后的反馈统计数据来看，看重产品功能和服用效果的消费者群体以50.7%的占比位居第一，16.4%消费者表示购入的益生菌产品功能未达预期，另外虽仅有1.3%消费者提及对于益生菌成分的关注，此维度的负反馈比例却高达13.7%。由此可见，**益生菌产品的保健功效和有效成分含量成为决定居民消费选**

择的重点。益生菌在消化道中发挥调解菌群平衡功效的关键取决于菌株活性，而胃酸和胆盐的高腐蚀性也对益生菌在特殊环境中的耐受性提出考验。2022年，维奥健康公司在“乐力高活性益生菌”产品面世的同时，率先推出选购益生菌产品的“5大标准”，分别为耐腐蚀性、出厂活菌数、临床数据验证、菌株真实添加量和复方成分协同作用，一方面为中国市场中益生菌产品生产厂商树立高标准标杆，另外通过硬性指标的框定，打消消费者因“标准模糊”和“概念添加”等问题而存在的选购顾虑。其中乐力摒弃市场中多数产品使用的“益生菌添加量标准”，转而采用“出厂时活菌含量”以保障产品流入市场时的功能有效性，另外在产品包装标明干酪乳杆菌 Zhang 和双歧杆菌等明星菌株的切实添加量，解答消费者对于产品有效成分是否充足的疑惑。通过从需求角度出发打通产品痛点，乐力品牌在竞争愈发激烈的中国消化道益生菌市场实现长远立足。

幽门螺杆菌高危害性可致多种胃肠道疾病，中国居民感染负担走高引发研发生产环节重点关注，多种益生菌产品凭借抗幽功能覆盖实现市场领先。

经多项临床试验证实，幽门螺杆菌（*Helicobacter Pylori*, HP）是引发活动性慢性胃炎和消化性溃疡等疾病的重要影响因素之一，同时服用非甾体抗炎药可增加胃十二指肠溃疡和出血风险，因此世界卫生组织与美国卫生与公共服务部分别于2017年和2021年将幽门螺杆菌列为一类致癌物，由此拉动全球抗幽需求提升。在诊疗指南更新和防控政策出台等因素驱动下，中国幽门螺杆菌感染负担可见降幅，但46.7%的流行率仍可引发政府部门的高度重视。近年关于幽门螺杆菌根治的临床试验结果显示，多种益生菌菌株对于药物根除幽门螺杆菌存在显著的辅助作用，对胃肠功能有显著调节作用的嗜酸乳杆菌在四联疗法治疗的基础上可将幽门螺杆菌根除率再抬升12.5个百分点，长双歧杆菌联合三联疗法以97.56%的根除率远高于对照组的81.40%，部分药品和保健食品生产企业开始将抗幽益生菌纳入产品布局，以寻求业务拓展新增量。丹麦One Health公司率先在全球范围内开展临床试验以证实抗幽菌株作为产品添加的安全性和有效性，而后基于实验结果推出以罗伊氏粘液乳杆菌DSMZ 17648为主要添加的Pylopass品牌，带动全球益生菌抗幽解决方案的创新发展。而后WonderLab于2023年推出PYLO益生菌胶囊，以专利岩藻多糖高效清理幽门螺杆菌根植和大豆蛋白粉舒缓胃部不适的双重创新功能进一步提升益生菌抗幽产品的辅助效果，带动本土品牌抗幽产品的大规模商业化发展。同年微康益生菌公司推出富含嗜酸乳杆菌LA05、嗜酸乳杆菌LA85和植物乳杆菌Lp05的复合益生菌品牌Wecpro，并通过发布幽门螺杆菌感染防控白皮书的方式普及科学饮食和肠道健康相关常识，以居民科学认知提升带动品牌产品市场拓展。可见近年海外及本土多家益生菌生产厂商均通过布局幽门螺杆菌辅助防控赛道提升其市场认知度，消费者抗幽护胃意识的逐步增强成为细分领域品牌市场主导地位稳固的重要推手。[22]

胃肠功能调节益生菌行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：[22]

中国科研团队关注当前化学药物治疗痛点，药用价值初现助力益生菌入药成未来热门趋势，市场监管规则生变或将引起竞争格局洗牌。

2023年化学药品以43.71%的市场规模占比和55.7%的新药临床注册占比成为中国药物治疗市场中的主要药物类型，而长期开发利用导致化学药物的筛选难度不断提升，且面对部分起于菌群失调的疾病存在疗效不佳的问题。Ambrosia-SupHerb公司旗下Bio-25胶囊在炎症性肠病和肠应激综合征临床试验中展现出的治疗成效为中国科研人员提供益生菌入药的新思路。针对此卡点问题，兰州大学李祥锴研究团队系统分析了益生菌、益生元和后生元在疾病治疗领域的作用机制和有效性。研究团队指出，益生菌通过调节肠道菌群平衡达到疾病治疗效果的作用机制可分为“加法”和“减法”2种类型，“加法”机制指鼠李糖乳杆菌、乳酸双歧杆菌和长双歧杆菌等存在特

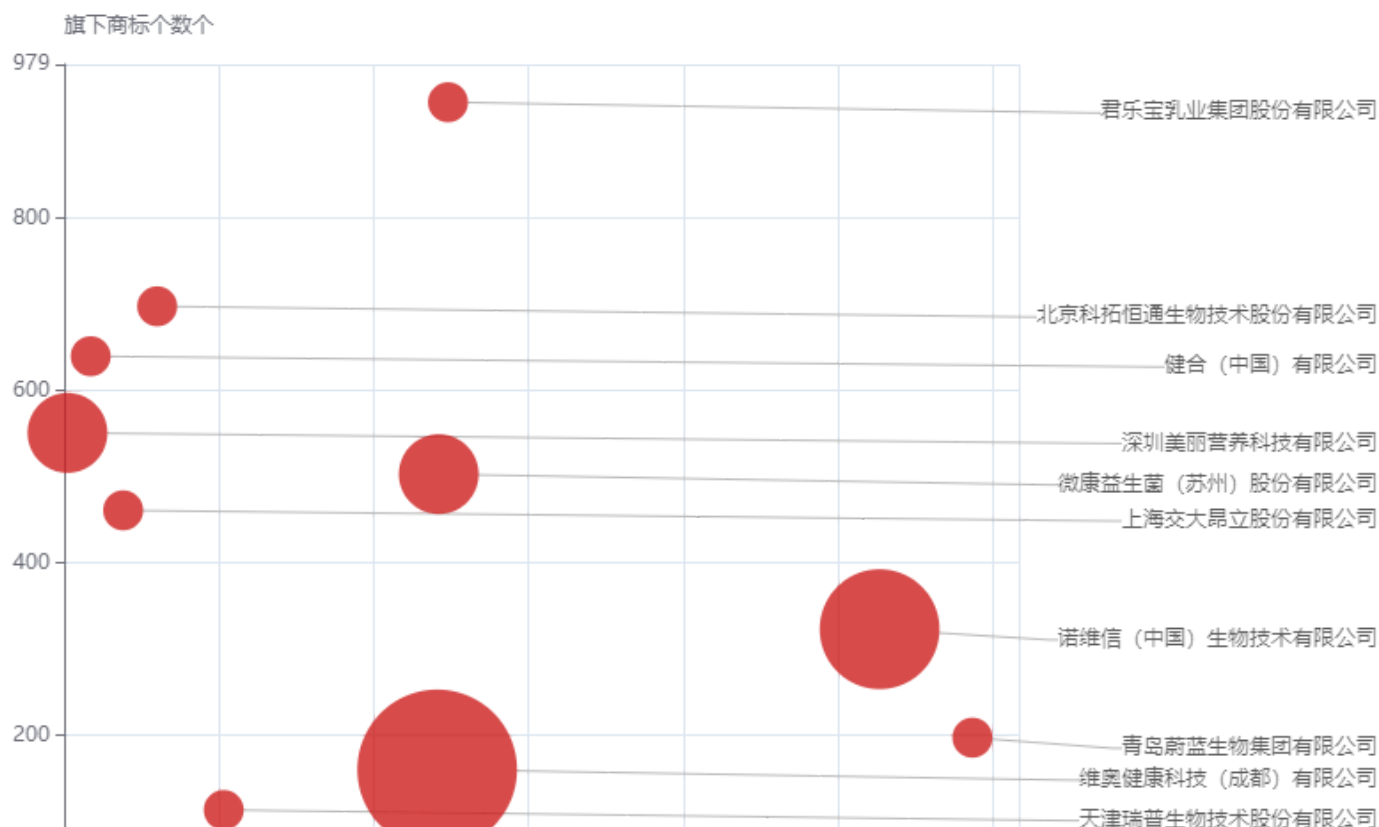
定功能的益生菌可通过促进紧密连接蛋白和粘液素的产生而实现对于胃肠黏膜屏障功能的增强，有效阻止病原体和毒素通过消化道黏膜进入血液，以达到减缓病情蔓延的作用。另外益生菌可有效分解体内代谢副产物并降解复杂膳食成分和抗生素等外源性物质，通过“减法”机制降低有害物质对机体肠道微生物群的影响，为化学药物起效营造良好的内环境。益生菌当前的生产及销售均基于国家药监局对于保健品的监管，未来期间如有生产厂商计划布局益生菌药品（Probiotic）的研发及商业化落地，药品监管体系中包含的疗效临床试验验证和生产环节严格的质量控制等环节或将为生产厂商提出新要求，具胃肠调节功能的益生菌行业有望迎来全新竞争态势。

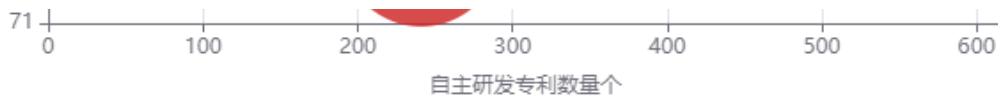
婴幼儿胃肠道稳态构建窗口期时间较短，0至3岁不同年龄层儿童的菌株补充需求差别较大，以肠道稳态阶段作为益生菌产品定位成为产业发展新趋势，生产企业间竞争动向也将由此生变。

婴幼儿时期是人体菌群定植和建立的初期阶段，在此时期的肠道菌群改变和群落异常成为人体少年时期及成年后多种消化道疾病引发的关键因素，根据世界卫生组织建议，新生儿应在1,000天的窗口期内构建肠道菌群稳态以保障长期生长过程中的消化道健康。2023年6月，新营养平台联合多家益生菌产品创新生产企业发布《中国婴幼儿益生菌白皮书》，提出新生儿体内菌群组成由出生时与母体菌群的互惠共生逐步形成相对稳定的微生物生态系统，多数婴幼儿长至3岁，其消化道内菌群构成及多样性即已接近成年人水平，期间菌落结构的形成间隔最短仅为1周。反观当前市场，菌株添加和作用功能成为多数儿童益生菌产品的营销重点，对于适用年龄层的划分尚不明晰，由此可见以肠道菌群的演变周期对益生菌产品进行市场定位，并以“肠道稳态调节窗口期”理念推动品牌传播，将成为婴幼儿益生菌产业发展的新思路。当前经由国家卫健委批准的可用于婴幼儿食品的菌株仅有14种，其中中国仅拥有鼠李糖乳酪杆菌MP108的自主知识产权，其他获批菌株多来自欧美国家，临床试验仅覆盖菌株来源地婴幼儿，对于中国婴幼儿的营养补充和健康保障功效仍有待进一步试验验证。综上所述，在国家科研机构及益生菌研发生产企业对于本土婴幼儿肠道特征和营养补充需求进一步探明的基础上，以幼儿肠道稳态不同阶段作为产品落脚点或将在细分赛道内引发新一轮变革。^[22]

气泡大小表示：市场力(分)

[25]





上市公司速览

上海交大昂立股份有限公司 (SHSE:600530)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
21.3亿元	3.0亿元	-21.43%	22.48%

天津瑞普生物技术股份有限公司 (SZSE:300119)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
65.7亿元	22.5亿元	7.9%	49.69%

Oragenics, Inc. (OGEN.A)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
645.2万美元	2100.0万元	-71.37%	-

健合(H&H)国际控股有限公司 (1112.HK)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
61.5亿港元	140.1亿港元	9.25%	59.56%

- [19] 1: <https://www.cnfoo...> 2: <https://www.xinyin...> 3: <https://www.leliwe...> 4: 中国食品报网, 魔镜洞...
- [20] 1: <https://news.scien...> 2: <https://lifesc.lzu.e...> 3: <https://pharm.ncm...> 4: 科学网, 兰州大学生命...
- [21] 1: <https://www.china...> 2: <https://hpachina.o...> 3: <https://www.wjgn...> 4: <https://www.novo...>
5: <https://npcitem.jd...> 6: 中国疾控中心, 世界胃...
- [22] 1: <https://www.xinyin...> 2: <https://www.unicef...> 3: 新营养, 联合国, 国家...
- [23] 1: <https://www.paten...> 2: <https://www.paten...> 3: <https://www.paten...> 4: <https://www.paten...>
5: <https://aiqicha.bai...> 6: <https://www.paten...> 7: <https://www.qcc.c...> 8: <https://www.paten...>
9: <https://www.paten...> 10: 专利顾如, 企查查
- [24] 1: <https://aiqicha.bai...> 2: <https://www.qcc.c...> 3: <https://www.qcc.c...> 4: <https://www.qcc.c...>
5: <https://www.qcc.c...> 6: <https://www.qcc.c...> 7: 企查查
- [25] 1: <https://npcitem.jd...> 2: <https://www.novo...> 3: <https://www.wjgn...> 4: <https://hpachina.o...>
5: <https://www.china...> 6: 中国疾控中心, 世界胃...

企业分析

1 青岛蔚蓝生物股份有限公司【603739】

· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	25302.8866万人民币
------	----	------	----------------

企业总部	青岛市	行业	批发业
法人	陈刚	统一社会信用代码	913702007702752624
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2005-02-23
品牌名称	青岛蔚蓝生物股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生物技术开发、转让、咨询；货物和技术的进出口；自有资金投资；饲料添加剂的代理和销... 查看更多		

▪ 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1	1.06	1.1	1.05	1.02	1.05	0.95	0.96	1.02	-
资产负债率(%)	36.7888	32.6066	32.9376	33.2103	19.4335	23.1641	24.1329	32.764	39.8368	-
营业总收入同比增长(%)	3.2271	3.9251	2.3309	1.8176	4.0305	13.4004	19.8463	1.0722	3.0726	-
归属净利润同比增长(%)	31.9919	17.4831	3.7247	-2.6163	-6.7542	40.157	21.6533	-47.3182	15.5564	-
应收账款周转天数(天)	68.6172	72.9868	65.0442	62.1622	66.6124	67.0446	69.3415	86.1754	95.1911	-
流动比率	1.7601	2.017	1.9388	1.8233	3.8411	2.7208	2.6101	1.5027	1.0329	-
每股经营现金流(元)	0.64	1.33	1.05	0.7392	0.4224	1.1185	0.3551	0.3775	0.607	-
毛利率(%)	52.1567	54.6905	51.8898	49.6831	48.3844	48.7285	46.2552	43.2314	46.2268	-
流动负债/总负债(%)	73.0295	74.6689	77.8455	80.4457	73.8087	81.1361	69.441	76.3474	90.0305	-
速动比率	1.3322	1.5445	1.4684	1.3413	3.0144	2.2636	2.1884	1.2336	0.8441	-
摊薄总资产收益率(%)	9.6106	10.8502	10.813	10.1636	8.0295	8.9511	8.1725	3.5584	3.665	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	8.5577	8.5521	3.2756	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	89.5583	115.4462	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	15.74	16.72	16.41	15.55	8.55	10.92	9.42	4.3	4.82	-
基本每股收益(元)	0.61	0.71	0.74	0.72	0.51	0.7	0.54	0.28	0.32	0.05

净利率(%)	10.3328	11.455	11.5744	11.418	10.5567	12.7368	13.0426	7.343	8.5793	-
总资产周转率(次)	0.9301	0.9472	0.9342	0.8901	0.7606	0.7028	0.6266	0.4846	0.4272	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	141.0484	78.2714	96.0162	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.0039	0.0039	0.0052	0.0052	2.0003	1.9937	2.7524	2.7931	2.8142	-
存货周转天数(天)	77.0119	75.6239	77.2383	81.7031	84.3427	84.4377	81.9952	90.1375	105.8294	-
营业总收入(元)	7.52亿	7.81亿	7.99亿	8.14亿	8.47亿	9.60亿	11.51亿	11.63亿	11.99亿	2.87亿
每股未分配利润(元)	3.0265	3.2619	3.4423	3.6109	2.9959	3.4359	2.4876	2.6009	2.7802	-
稀释每股收益(元)	0.61	0.71	0.74	0.72	0.51	0.7	0.54	0.27	0.32	0.05
归属净利润(元)	7026.58万	8255.04万	8562.52万	8338.49万	7775.29万	1.09亿	1.33亿	6984.20万	8070.69万	1272.29万
扣非每股收益(元)	0.35	0.58	0.59	0.61	0.35	0.56	0.39	0.16	0.17	-
经营现金流/营业收入	0.64	1.33	1.05	0.7392	0.4224	1.1185	0.3551	0.3775	0.607	-

• 竞争优势

作为一家专注于酶制剂和益生菌领域的领先企业，蔚蓝生物已构建了里氏木霉、毕赤酵母、黑曲霉、芽孢杆菌等四大高效蛋白质表达系统及对应的规模化发酵体系，确立了其在工艺研究和自动化、规模化发酵生产方面的技术优势。公司不仅在食品益生菌领域取得突破，还通过与国际巨头ADM集团的合作，强强联合，进一步加速拓展千亿级的国内人用益生菌赛道，获得明显的竞争优势。此外，蔚蓝生物还拥有一批具有自主知识产权的益生菌菌株，并建立了Vland人用益生菌研究实验平台，推动了益生菌产品的创新和应用。

2 上海交大昂立股份有限公司【600530】



• 公司信息

企业状态	存续	注册资本	77492万人民币
企业总部	上海市	行业	食品制造业
法人	嵇敏	统一社会信用代码	9131000013412536XD
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1997-12-24
品牌名称	上海交大昂立股份有限公司	股票类型	A股

经营范围

许可项目：旅行社业务；消毒产品生产（除一次性使用医疗用品）；药品批发；药品零售；...

[查看更多](#)

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.12	1.13	1.09	1.18	1.03	1	1.05	1.02	1.12	-
资产负债率(%)	27.0338	28.1955	22.7408	31.4336	44.0491	34.1829	35.8688	58.1511	58.3878	-
营业总收入同比增长(%)	-30.9164	0.1689	4.9404	-7.8032	31.5682	0.243	5.7098	4.0195	-21.43	-
归属净利润同比增长(%)	16.9967	38.1728	16.9317	-415.4238	84.6268	215.0895	-109.958	-5490.3798	92.9637	-
应收账款周转天数(天)	101.1218	84.7436	77.7841	70.6353	63.5927	90.2004	91.2928	85.3371	78.694	-
流动比率	0.8328	0.6249	0.9345	0.8164	1.0034	1.0201	1.334	1.0928	0.8994	-
每股经营现金流(元)	0.0736	0.0517	-0.0146	0.016	0.127	0.0861	0.1334	0.126	0.0717	-
毛利率(%)	58.6068	59.5828	56.0502	56.9282	54.1142	44.0878	42.8183	38.826	22.4765	-
流动负债/总负债(%)	81.6494	65.2784	82.455	92.3586	60.055	61.2313	52.2606	57.7615	63.4856	-
速动比率	0.7356	0.472	0.7929	0.6755	0.8622	0.8647	1.1137	0.9243	0.7646	-
摊薄总资产收益率(%)	3.4528	4.4401	6.9278	-28.4504	-4.9705	6.7124	-0.4204	-44.334	-3.7574	-
营业总收入滚动环比增长(%)	18.6292	-8.9128	26.6114	20.7864	-19.5825	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-365.8514	131.7366	609.1409	-3118.6566	-516.234	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	5.06	7.84	9.72	-39.62	-8.98	11.21	4.17	-86.26	-11.23	-
基本每股收益(元)	0.318	0.176	0.206	-0.649	-0.1	0.11	-0.01	-0.64	-0.05	-0.004
净利率(%)	37.4293	45.1708	60.6391	-211.0246	-21.2922	26.7807	-1.5471	-131.2206	-10.7775	-
总资产周转率(次)	0.0983	0.1043	0.1194	0.1408	0.2402	0.2506	0.2717	0.3379	0.3486	-

归属净利润滚动环比增长(%)	97.2619	-98.0904	88.2719	-3276.3054	-984.8783	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.6932	0.0734	0.1565	0.1466	0.0703	0.0703	0.0717	0.0717	0.0464	-
存货周转天数(天)	234.5489	223.433	196.3278	199.1441	131.5549	89.9595	85.6287	82.5045	71.1589	-
营业总收入(元)	2.68亿	2.69亿	2.82亿	2.60亿	3.42亿	3.43亿	3.63亿	3.77亿	2.96亿	7555.03万
每股未分配利润(元)	0.4346	0.2956	0.4213	-0.2925	-0.2864	-0.1727	-0.1841	-0.8231	-0.8728	-
稀释每股收益(元)	0.318	0.176	0.206	-0.649	-0.1	0.11	-0.01	-0.64	-0.05	-0.004
归属净利润(元)	9929.67万	1.37亿	1.60亿	-506039123.53	-77794294.01	8953.31万	-8915716.43	-498422411.76	-35084389.73	-3319302.29
扣非每股收益(元)	-0.2	-0.043	0.027	-0.704	-0.07	0.01	0.03	-0.64	-0.04	-
经营现金流/营业收入	0.0736	0.0517	-0.0146	0.016	0.127	0.0861	0.1334	0.126	0.0717	-

竞争优势

作为一家深耕于益生菌及相关健康产品领域的企业，公司拥有显著的竞争优势。首先，公司凭借三十余年的发展历程，在益生菌筛选、关键技术研发及产业化方面积累了丰富的经验。其次，公司掌握了益生菌核心技术，包括益生菌菌株及其生物制备的关键技术，这些技术的掌握构成了公司的核心竞争力。此外，交大昂立产学研结合开发方面表现突出，通过与高等学府和研究机构的紧密合作，不断推动技术创新和产品升级，以满足市场需求。

3 北京科拓恒通生物技术股份有限公司【300858】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	26349.5118万人民币
企业总部	北京市	行业	科技推广和应用服务业
法人	刘晓军	统一社会信用代码	91110116754160123E
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2003-09-05
品牌名称	北京科拓恒通生物技术股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	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；食品添加剂... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.11	1.12	1.08	1.05	1.13	1.06	1.24	1.18	1.18	-
资产负债率(%)	71.4618	26.9246	16.6881	19.2396	14.1941	6.6709	7.0463	5.2491	4.2594	-
营业总收入同比增长(%)	-	40.5617	8.8767	12.0317	-3.082	10.0812	7.5064	1.2473	-18.941	-
归属净利润同比增长(%)	-	-67.0589	518.5145	28.8329	1.4848	3.5297	13.422	0.3212	-14.9341	-
应收账款周转天数(天)	-	-	114.3075	111.7735	122.5699	122.9326	120.1918	110.8448	105.6943	-
流动比率	2.1301	3.0997	4.7511	2.898	3.9063	11.9067	12.0463	15.5602	16.2958	-
每股经营现金流(元)	-	0.55	1.36	1.45	1.59	0.808	0.7424	0.8451	0.4071	-
毛利率(%)	40.1013	44.55	46.9434	49.4411	51.1085	48.3209	50.3133	51.9755	54.582	-
流动负债/总负债(%)	52.9507	94.4297	92.3334	96.203	96.3836	96.664	85.1941	90.7352	76.0546	-
速动比率	1.6029	1.5961	4.1126	2.3567	3.2605	11.2125	11.2004	14.963	15.6269	-
摊薄总资产收益率(%)	18.9744	5.0997	23.5815	25.8517	22.2182	13.1826	10.7393	7.7626	5.1924	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	-	8.754	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	109.95	11.65	30.76	30.2	26.41	15.33	11.46	11.11	5.45	-
基本每股收益(元)	1.07	0.26	1.18	1.49	1.51	1.37	0.74	0.74	0.35	0.07
净利率(%)	18.8864	4.4106	25.0833	28.9149	30.2773	28.4754	30.0423	29.7675	31.2389	-
总资产周转率(次)	1.0047	1.1562	0.9401	0.8941	0.7338	0.4629	0.3575	0.2608	0.1662	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-3.1204	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	-	-	2.8043	2.8043	2.8043	7.1391	3.5742	6.8169	4.1948	-
存货周转天数(天)	103.4275	87.7001	81.7717	65.3666	70.0798	76.9264	96.954	105.3679	119.403	-
营业总收入(元)	1.85亿	2.61亿	2.84亿	3.18亿	3.08亿	3.39亿	3.65亿	3.69亿	2.99亿	5902.56万

每股未分配利润 (元)	-	-	0.6711	0.871	2.3253	2.8229	1.7037	1.6173	1.229	-
稀释每股收益 (元)	1.07	0.26	1.18	1.49	1.51	1.37	0.74	0.74	0.35	0.07
归属净利润(元)	3501.80 万	1153.53 万	7134.77 万	9191.93 万	9328.41 万	9657.68 万	1.10亿	1.10亿	9347.99 万	1851.64 万
扣非每股收益 (元)	1.1	1.18	1.16	1.42	1.37	-	-	-	-	-
经营现金流/营 业收入	-	0.55	1.36	1.45	1.59	0.808	0.7424	0.8451	0.4071	-

竞争优势

公司坚持科学研究和不断创新的发展理念，拥有自主研发的技术平台，从益生菌菌株的分离、筛选、鉴定到保藏及产业化应用、功效评估，均采用自主研发的技术，确保了产品的科技含量和市场竞争能力。公司在后生元领域拥有先发优势，主导并参与制定的《益生菌制品乳酸菌类后生元》团体标准的正式发布，进一步明确了行业标准，加强了其在益生菌行业中的领导地位。

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。

商务合作



阅读全部原创报告和
百万数据

会员账号



募投可研、尽调、IRPR等
研究咨询

定制报告/词条



定制公司的第一本

白皮书



内容授权商用、上市

招股书引用



企业产品宣传

市场地位确认



丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：18621660149（郝先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

