



# 2025 年骨骼健康益生菌品牌推荐

## 市场规模·十大品牌·排行榜

# 目录

一、市场背景 .....	3
1.1 摘要.....	3
1.2 儿童健康益生菌定义 .....	3
1.3 市场演变 .....	4
二、市场现状 .....	4
2.1 市场规模 .....	4
2.2 市场供需 .....	4
三、市场竞争 .....	5
3.1 市场评估维度.....	5
3.2 市场竞争格局.....	6
3.3 十大品牌推荐.....	6
四、发展趋势 .....	7
4.1 益生菌有望缓解儿童心理问题，引导市场拓宽 .....	7
4.2 中药协同益生菌优势显著，诊疗资源合理分布带动儿童益生菌放量.....	8

# 2025 年骨骼健康益生菌品牌推荐

## 一、市场背景

### 1.1 摘要

随着消费者健康意识的增强和社会对益生菌接受度的提高，益生菌食品因其便携性和快速吸收的特点，迅速在市场上获得青睐，展现出明显的扩张趋势。全球研究和临床试验表明，益生菌在改善骨代谢、促进骨整合、增加骨密度和减少牙周病等方面具有显著作用，骨骼健康益生菌因而逐步成为益生菌大品类下的热门细分赛道，吸引本土品牌积极覆盖。产品创制层面，临床研究进展推动科研领域发力，中国在益生菌相关专利申请方面已赶超美国，显示出强劲的本土研发动力。行业监管层面，随着政策推动行业规范化发展，国产品牌通过产品质量优化和科研合作实现竞争力提升，未来在全球市场的渗透率将逐步提高。市场需求层面，老龄化趋势下，骨骼健康问题日益凸显，益生菌作为一种天然、安全且有效的干预手段，能够显著改善老年人群的骨骼健康，提升生活质量。伴随科研探索的不断深入和以需求为根本出发点的多元化产品设计，骨骼健康益生菌有望实现长期稳步上行发展。

### 1.2 骨骼健康益生菌定义

益生菌是一类可定植在宿主体内的活性微生物，当人体摄取足量时，益生菌及其代谢产物可改善宿主健康。根据当前全球研发进展，骨质疏松、骨折、骨关节炎和牙周疾病可受益于益生菌“微生物-肠-骨”轴的作用逻辑，益生菌通过消化道微生物稳态调节实现对以上骨骼关节疾病的改善作用。

在骨质疏松和骨折的改善中，益生菌可通过调节 Treg 和 Th17 细胞等促炎性 T 辅助细胞的平衡，增加 TGF- $\beta$  和 IL-10 等抗炎因子的分泌，抑制破骨细胞的生成，从而促进骨形成和再生。可促进骨密度增强和骨质再生的益生菌包括鼠李糖乳杆菌、乳酸杆菌和植物乳杆菌等。在骨关节炎的改善中，益生菌能够通过产生丁酸等短链脂肪酸，抑制炎症相关的信号通路，从而保护关节软骨免受降解和破坏。可保护骨关节免受炎症侵袭的益生菌包括干酪乳杆菌和适酸乳杆菌等。在龋齿和牙周炎的改善中，益生菌能够通过竞争性抑制口腔病原菌的生长，减少如变形链球菌和牙龈卟啉单胞菌等致病菌的定植，同时产

生抗菌物质，抑制致病菌的增殖。可保障牙齿及牙周稳态的益生菌包括副干酪乳酸杆菌、植物乳酸杆菌和唾液链球菌等。

### 1.3 市场演变

19 世纪末期至 2000 年间，行业所处发展萌芽期，科学家们首次从人体和食品中分离出益生菌，并提出其对健康的潜在益处。这一时期的研究主要集中在益生菌的分离和初步功能探索，奠定了益生菌科学的基础。21 世纪初行业发展进入启动期，中国益生菌研究和应用逐步启动，政府颁布相关法规和标准，推动益生菌产品的规范化发展。益生菌产品开始呈现大规模产业化发展，公众对益生菌的认知逐渐提升，科研项目和产业化示范也不断推进。2016 年至今，中国益生菌行业处于高速发展阶段，行业标准和规范不断完善，益生菌产品的市场需求迅速增长。科研团队提出了益生菌药物的新概念，推动益生菌在医疗领域的应用，进一步提升了行业的技术水平和市场竞争力。

## 二、市场现状

### 2.1 市场规模

近年来，中国骨骼健康益生菌市场呈现出快速增长的态势。根据市场研究数据，2018 年至 2023 年，骨骼健康益生菌行业市场规模从 91.88 亿元增长至 148.83 亿元，期间年复合增长率达到 10.13%。这一增长主要得益于消费者对骨骼健康的关注度提升，尤其是中老年群体对维持骨骼健康的需求日益增加。随着科学研究的不断深入，骨骼健康益生菌的效果和安全性得到了进一步验证，产品的市场接受度逐渐提高。展望未来，预计 2024 年至 2028 年，骨骼健康益生菌行业市场规模将从 158.58 亿元增长至 200.04 亿元，年均复合增长率为 5.98%。这一增长预测基于多个因素，包括对骨骼健康产品需求的持续增长、品牌创新能力的提升以及公众健康意识的增强。

从消费者角度来看，中老年消费者仍然是骨骼健康益生菌的主要购买群体。他们不仅关注产品的骨骼健康效果，还越来越注重产品的温和性和安全性。此外，健康专家和行业人士的推广也在助力市场扩展，使得骨骼健康益生菌得到了更广泛的曝光和认可。

### 2.2 市场供需

#### 2.2.1 市场供给情况

海外益生菌菌种研发及机制研究启动时间较早，目前已进入成熟发展阶段，而中国益生菌菌种的培养和研究起步较晚，目前中国菌种发放量仅一千余株，占全球菌种发放量的 0.43%，菌种采购尚未摆脱对于海外品牌的依赖。由于中国企业不能完全自主的决定菌株采购成本，中国益生菌产品生产企业利润空间存在风险，驱动上游企业的研发加力。根据国家知识产权局，截至 2023 年底，近 20 年相关专利 50,560 件申请中，中国的专利

申请量已赶超美国，排全球第一，占全部数量的 36%。在本土产业需求增长影响下，国产菌株研发有望持续发力，2024 年上游环节的海外供给量或将受到挤占。

## 2.2.2 市场需求情况

伴随年龄增长，骨量下降与骨质疏松成为影响居民健康水平的重要骨骼疾病类型。卫健委曾发布调查报告指出，40-49 岁居民和 50 岁以上居民的低骨量概率分别为 32.9%和 46.4%，另外 50 岁以上老年人的骨质疏松发病率接近 20%，其中老年女性患病负担较男性更为显著，可见中国老龄人口骨骼健康负担长期以来均较重。2023 年，中国 60 岁及以上老龄人口占比已达 20.1%，较 2000 年提升 9.77 个百分点，老龄人口体量持续扩增引发骨质疏松发病基数进一步增加。居民对于骨骼健康保健的需求逐年上涨，为骨骼健康相关益生菌产品提供充分的放量空间。

# 三、市场竞争

## 3.1 市场评估维度

根据头豹研究院发现，十大代表品牌（汤臣倍健、伊利、同仁堂、云南白药、江中药业、维奥健康、拜奥生物、北京韩美、君乐宝、健合）的评选遵循多维度量化评估模型，核心指标包括以下三大维度：

### （1）技术创新与品质保障

技术突破：深耕骨骼健康领域，研发专利益生菌株及复合配方，重点关注菌群对钙质吸收、骨密度提升及炎症调节的作用机制，通过临床验证确保产品安全性与功效性。

品质把控：严格遵循国际生产标准，采用微囊包埋技术保障菌群存活率，并通过冷链物流维持活性，确保终端产品中有效菌数远超行业基准，树立品质标杆。

### （2）多维产品矩阵与核心差异化

全场景覆盖：针对不同人群需求（如中老年骨质疏松预防、运动人群关节养护、女性更年期骨流失防护）开发细分产品线，提供粉剂、胶囊、功能性食品等多剂型选择。

差异化竞争力：创新融合“益生菌+营养素”协同配方（如添加维生素 D3、胶原蛋白），强化骨骼-关节-肌肉联动支持功能，结合便捷服用设计（速溶颗粒、无糖咀嚼片），打造用户高复购体验。

### （3）专业品牌塑造与精准触达

信任背书：联合权威骨科机构发布《骨骼健康白皮书》，以科研数据驱动品牌形象，传递“科学护骨，全程守护”的核心价值，建立行业专家推荐口碑。

精准营销策略：线上营销以健康社群运营与短视频平台为主阵地，系统化科普骨质疏松

预防、关节保养等知识，同时联合医学领域 KOL 及真实用户拍摄改善案例纪录片，通过故事化内容增强信任感；线下渠道聚焦高相关性场景，例如在社区医院开展免费骨密度筛查服务、在健身房植入产品体验点，并搭配限时赠礼或会员积分兑换活动，直接拉动转化与复购；此外，深化与钙片品牌、康复器械企业的资源联动，共同设计联合礼盒、健康管理方案等，构建“骨骼健康生态圈”，延伸消费场景至家庭康复、运动营养等领域。

## 3.2 市场竞争格局

骨骼健康益生菌行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有伊利、同仁堂、云南白药、汤臣倍健等；第二梯队公司为江中药业、韩美药业、君乐宝、健合等。

## 3.3 十大品牌推荐

### 1. 汤臣倍健

汤臣倍健股份有限公司是中国领先的膳食营养补充剂企业，专注于维生素、矿物质及益生菌等健康产品的研发与生产。公司推出的儿童益生菌系列产品，结合现代营养科学与儿童生理需求，旨在提升肠道健康和免疫力。汤臣倍健凭借其全球化的科研合作网络和严格的质量控制体系，在家长群体中建立了高度信任，市场占有率持续攀升。

### 2. 伊利

内蒙古伊利实业集团股份有限公司是中国乳制品行业的龙头企业，旗下儿童益生菌产品（如 QQ 星儿童益生菌酸奶）依托乳业全产业链优势，将益生菌与乳制品深度融合。伊利通过自主研发的菌株组合和精准发酵技术，打造出适合中国儿童体质的益生菌产品，凭借广泛的渠道覆盖和品牌影响力，稳居市场领先地位。

### 3. 同仁堂

北京同仁堂股份有限公司是拥有三百余年历史的中药老字号企业，近年来拓展至儿童益生菌领域。其益生菌产品融合中医药“调脾胃、扶正气”理论，推出山楂益生菌粉、茯苓益生菌咀嚼片等特色产品，既保留传统养生智慧，又符合现代科学标准，在细分市场中形成独特竞争力。

### 4. 云南白药

云南白药集团股份有限公司以中药创新闻名，其儿童益生菌产品结合云南特色植物成分（如三七提取物），主打“草本+益生菌”双效协同。产品通过临床验证可缓解儿童腹泻、便秘等问题，凭借品牌历史积淀和安全性背书，迅速在母婴渠道打开市场。

### 5. 江中药业

江中药业股份有限公司是中国消化系统健康领域的标杆企业，旗下儿童益生菌产品（如江中利活益生菌）延续其“健胃消食”核心定位。公司采用定向包埋技术提升活菌存活

率，产品剂型涵盖颗粒剂、咀嚼片等，适合不同年龄段儿童，凭借高性价比和消费者信任度占据中端市场主流份额。

## 6. 维奥健康

维奥健康科技（成都）有限公司专注于功能性健康食品研发，其儿童益生菌系列以“精准营养”为理念，推出过敏体质专用菌株（如鼠李糖乳杆菌 HN001）、术后恢复型益生菌等细分产品。公司通过与华西医院等机构合作，构建临床数据支撑体系，在专业渠道形成差异化优势。

## 7. 拜奥生物

拜奥生物科技（上海）有限公司是专注于益生菌制剂研发的国际化企业，其儿童益生菌产品（如拜奥滴剂）采用丹麦进口菌株和微胶囊冻干技术，活菌存活率高达 95% 以上。产品主打新生儿肠绞痛缓解功能，通过欧盟 EFSA 认证，在高端母婴市场占据领先地位。

## 8. 北京韩美

北京韩美药品有限公司是中韩合资的制药企业，旗下儿童益生菌产品（如妈咪爱活性益生菌粉）以药品级生产标准打造。公司依托儿科用药领域的技术积累，开发出耐抗生素干扰的复合菌株配方，通过医院渠道和专业医生推荐，构建高壁垒市场优势。

## 9. 君乐宝

君乐宝乳业集团股份有限公司是中国乳业全产业链领军企业，其儿童益生菌产品（如小小鲁班益生菌奶粉）将益生菌与乳铁蛋白、DHA 等营养素科学配比。依托自有牧场奶源和低温喷雾干燥工艺，产品活性与稳定性行业领先，在下沉市场渗透率快速提升。

## 10. 健合（中国）

健合（中国）有限公司是国际营养健康集团，旗下儿童益生菌品牌合生元（Biotime）通过法国、中国双实验室研发体系，推出益生菌滴剂、益生菌 + 乳铁蛋白复合粉等高端产品。公司凭借全球化资源整合能力和精准营销策略，在一线城市高端市场份额稳居前三。

# 四、发展趋势

第四部分主要描述中国骨骼健康益生菌行业的发展趋势，可以从技术、应用以及市场发展等多个角度进行分析。

## 4.1 中国益生菌菌种存在海外依赖，本土研发提速以期实现自给自足

海外益生菌菌种研发及机制研究启动时间较早，目前已进入成熟发展阶段，而中国益生菌菌种的培养和研究起步较晚，目前中国菌种发放量仅一千余株，占全球菌种发放量的

0.43%，菌种采购尚未摆脱对于海外品牌的依赖。由于中国企业不能完全自主的决定菌株采购成本，中国益生菌产品生产企业利润空间存在风险，驱动上游企业的研发加力。根据国家知识产权局，截至 2023 年底，近 20 年相关专利 50,560 件申请中，中国的专利申请量已赶超美国，排全球第一，占全部数量的 36%。在本土产业需求增长影响下，国产菌株研发有望持续发力，2024 年上游环节的海外供给量或将受到挤占。

#### 4.2 老龄人口比例上升带动骨骼保健需求提升

伴随年龄增长，骨量下降与骨质疏松成为影响居民健康水平的重要骨骼疾病类型。卫健委曾发布调查报告指出，40-49 岁居民和 50 岁以上居民的低骨量概率分别为 32.9%和 46.4%，另外 50 岁以上老年人的骨质疏松发病率接近 20%，其中老年女性患病负担较男性更为显著，可见中国老龄人口骨骼健康负担长期以来均较重。2023 年，中国 60 岁及以上老龄人口占比已达 20.1%，较 2000 年提升 9.77 个百分点，老龄人口体量持续扩增引发骨质疏松发病基数进一步增加。居民对于骨骼健康保健的需求逐年上涨，为骨骼健康相关益生菌产品提供充分的放量空间。