



2025 年免疫调节益生菌品牌推荐

引领下一代微生态疗法浪潮

目录

一、市场背景	3
1.1 摘要	3
1.2 免疫调节益生菌定义	3
1.3 市场演变	3
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	8
4.1 益生菌菌种资源的多样性和成本控制是行业关键挑战，本土各省份凭借丰富资源和科研实力，有望推动本土化益生菌产品的发展，降低成本并扩展市场	8
4.2 消费者需求的多元演变和政策放宽推动益生菌产品剂型多样化分布，政策改革为免疫调节益生菌行业提供新发展空间，促进市场竞争与创新。	8

2025 年免疫调节益生菌品牌推荐

一、市场背景

1.1 摘要

近年研究表明，益生菌可通过调节肠道菌群，增强免疫细胞的活性，提高机体对病原体的免疫应答能力，中国免疫调节益生菌市场因而呈现出快速发展的态势。随着消费者对健康的关注不断增加，益生菌产品因其在免疫调节方面的潜力逐渐成为市场焦点。行业内的头部企业通过研发和科技创新提升竞争力，推出具有自主知识产权的菌株，满足了消费者对个性化健康产品的需求。这一趋势不仅推动了市场规模的扩张，也提升了产品的科技含量和市场竞争力。未来，随着政府政策的支持和国际合作的加强，中国免疫调节益生菌市场在规范化和标准化方面将进一步发展，企业将在产品多样化和消费者教育方面加大投入，以满足不断增长的市场需求。

1.2 免疫调节益生菌定义

国际益生菌和益生元科学协会将益生菌定义为“摄入足量即可使人体健康获益的活性微生物”。这类微生物主要存在于发酵食品中，经加工后也可作为膳食补充剂添加进入日常饮食中。

益生菌的免疫调节功能主要可分为增强黏膜屏障、免疫系统激活和调节细胞信号的作用。在增强黏膜屏障方面，益生菌可通过占位效应和营养竞争抑制致病菌的生长。益生菌在肠道黏膜上皮细胞表面定植后，通过分泌细菌素等代谢产物，维持肠道微生态平衡，防止病原菌入侵。在免疫系统激活方面，益生菌能够激活巨噬细胞，增强其吞噬病原体的能力，同时可通过刺激肠道免疫系统，增加 IgA 的分泌，由此既可刺激机体效应细胞因子的产生，也可抑制病原体在肠道中的粘附。在细胞信号调节方面，可以通过抑制炎症信号通路，减少促炎细胞因子的合成，诱导抗炎分子合成，缓解炎症反应。

目前中国市场中应用于免疫调节的益生菌菌种主要包含乳酸杆菌（副干酪乳杆菌、发酵乳杆菌、鼠李糖乳杆菌等）、双歧杆菌（青春双歧杆菌、短双歧杆、长双歧杆菌）、肠球菌（鸟肠球菌、粪肠球菌等）等。

1.3 市场演变

免疫调节益生菌的发展历程可以分为萌芽期、启动期、高速发展期和成熟期，各阶段的进展反映了科学认知的深化和市场应用的扩展。

17 世纪末期至 20 世纪初期的**萌芽期**标志着科学界对微生物世界的初步探索，随着对

微生物在健康和疾病中角色的认识加深，科学家开始关注益生菌在免疫调节中的潜力。耳后值 20 世纪末期的**启动期**见证了益生菌从实验室走向市场的关键转折。科学家们深入研究益生菌的生物学特性和健康益处，推动其在食品和医药领域的应用。而后至 2010 年的**高速发展期**则是益生菌行业的黄金时代，研究和政策的双重推动加速了益生菌的普及。全球各国的监管机构逐步认识到益生菌的安全性和健康益处，制定了相关标准，使其应用更加规范化。市场需求的增加和消费者健康意识的提升，促使企业加大研发投入，推动产品的多样化创新。至今，行业已进入成熟发展期，**成熟期**标志着益生菌行业的全面发展，科学研究和市场应用达到了新的高度。

二、市场现状

2.1 市场规模

近年来，中国免疫调节益生菌市场呈现出快速增长的态势。根据市场研究数据，2019 年至 2024 年，免疫调节益生菌行业市场规模从 20.97 亿元增长至 55.51 亿元，期间年复合增长率达到 21.52%。这一增长主要得益于消费者对免疫健康的关注度提升，尤其是有提升免疫力需求的群体对相关产品的需求日益增加。随着科学研究的不断深入，免疫调节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 2025 年至 2029 年，免疫调节益生菌行业市场规模将从 128.35 亿元增长至 219.06 亿元，年均复合增长率为 14.30%。这一增长预测基于多个因素，包括对免疫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，关注免疫力提升的消费者仍然是免疫调节益生菌的主要购买群体。他们不仅关注产品的免疫调节效果，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，使得免疫调节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

长期以来，由于海外先进市场在益生菌的发现和研发方面进展迅速，中国在生产工艺的研发和迭代方面相对滞后，导致本土益生菌生产中的原料菌粉对海外品牌存在较大依赖。近年随着本土企业加大研发投入和产能扩张，国产品牌的竞争力显著提升。以科拓生物为例，其在 2023 年的募投项目中，计划扩建食品板块研发生产基地，新增益生菌原料菌粉产能 400 吨，以及益生菌终端消费品 1,200 吨，相比扩建前仅 30 吨的原料菌粉产能，这一扩展大幅提升了公司的生产能力。此外，倍加洁在 2024 年计划收购善恩康，收购后预计年产益生菌原料菌粉将达 200 吨，益生菌制剂及相关产品产能将达 2,000 吨。本土生产企业通过此类产线扩建和产能收购，其生产能力正在向海外生产厂商趋同，逐

步实现本土保供的基础上，中国益生菌生产市场也将逐步摆脱对于进口品牌原料的依赖，本土厂商对于生产成本的可控性提升。终端价格来看，原料菌粉来自于海外品牌科汉森和杜邦的益生菌品牌“Denps”和“怡能 U 畅”的销售单价分别为 0.05 元/亿 CFU 和 0.021 元/亿 CFU，而以科拓生物自产菌粉为原料的“益适优”销售单价则低至 0.018 元/亿 CFU。由此可见自有原料产线可利好中游益生菌定价更为贴合中国消费者的购买能力和偏好，推动免疫调节益生菌市场的扩张。

2.2.2 市场需求情况

伴随居民免疫力下降和免疫调节需求的增加，益生菌产品在免疫健康领域的潜在市场广阔，需通过产品多样化和消费者教育实现市场扩张。随着现代社会环境和生活方式的变化，居民的免疫力状况和健康保护意识成为了公共健康领域的重要关注点。根据普锐生物联合广东省免疫学会、暨南大学生物医学转化研究院免疫与微生态联合实验室等多单位的调查数据，中国居民的免疫力健康现状低于预期。男性居民中，免疫力轻度下降的人数占比最高，达到 51.62%，中度下降人数占比以 28.00% 仅次之，女性居民免疫力下降情况与之相似，轻度下降和中度下降人数占比分别达 54.62% 和 21.60%，整体来看，中国居民中约八成居民潜在免疫调节需求，统计数据揭示了中国居民在免疫力保护方面的紧迫性和必要性。进一步分析电商平台的调查数据，2023 年在电商平台购买益生菌产品的用户中，仅 2.2% 消费者出于免疫调节目的，反映出中国居民对于免疫健康的关注程度仍有显著的上升空间。近年科信食品与营养信息交流中心开展的一项调查显示，74% 的消费者认可益生菌的健康益处，另有 60% 的消费者认为含有活菌的益生菌产品具有更好的健康效果，这表明居民对益生菌产品的接受程度相对较高，且使用益生菌进行免疫调节方面的意愿较为充足。综合来看，益生菌产品的健康益处已在终端市场得到广泛认可，但其在免疫调节方面的潜在市场尚未完全开发。如果未来能够推出更多元化的免疫调节益生菌产品，并加强消费者教育，其终端市场将有望实现大规模扩张。

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（北京同仁堂、汤臣倍健、精准健康、i-Health、健合、赫力昂、Garden of Life、上药信谊、纽崔莱、华大精准营养）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）核心技术壁垒与研发深度

菌株与原料研发能力：具备自主知识产权的专利菌株、独家配方或复合技术，通过临床数据验证功效

生产工艺先进性：应用微囊包埋、常温稳定、高活性保留等技术突破存储限制，确保有效成分达国际标准

(2) 产品矩阵适配性与场景创新

剂型与体验创新：提供咀嚼片、速溶粉等多形态选择，解决服用便捷性与适口性痛点

跨界配方协同性：融合益生菌加营养素或中药成分等组合，强化多靶点干预效果

(3) 科学公信力与生态协同效率

科研信任背书体系：联合权威机构发布行业白皮书，建立科学证据到用户实证的信任链条

生态协同扩展性：整合医疗、运动等产业资源，通过健康管理方案延伸消费场景

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：第一梯队公司有北京同仁堂、i-Health、健合国际、汤臣倍健；第二梯队公司为华大营养、Garden of Life，第三梯队公司为深圳精准健康、纽崔莱。

3.3 十大品牌推荐

1.北京同仁堂

北京同仁堂是中华老字号中医药企业，专注于中药制剂及健康产品的研发与生产。企业推出的草本免疫益生菌系列，融合黄芪、党参等扶正类药材与现代益生菌技术，旨在通过菌药协同调节免疫平衡。同仁堂凭借百年药材炮制工艺与中医理论体系，在传统养生群体中建立了深度信任，药房渠道渗透率持续领先。

2.精准健康

精准健康是基因科技驱动的营养解决方案企业，专注于个性化益生菌及功能食品的研发与生产。企业依托中国人免疫特征数据库开发的定制化益生菌，结合肠道菌群-免疫轴干预技术，旨在实现精准免疫调节。精准健康凭借多组学检测平台与循证医学研究，在高净值健康管理群体中建立技术壁垒，客单价位居行业顶端。

3.i-Health

i-Health 是数字健康科技企业，专注于家用诊断设备与智能健康产品的研发与生产。企业推出的智能联调益生菌胶囊，整合免疫指标监测数据与菌株动态配比方案，旨在提升家庭免疫管理实时性。i-Health 凭借 FDA 认证生物传感器与 AI 健康算法，在科技健康先锋群体中形成差异化优势，跨境电商复购率年增 35%。

4.健合集团

健合集团是全球化高端营养品企业，专注于婴幼儿及成人营养补充剂的研发与生产。企业推出的 Swisse 免疫益生菌粉剂，采用澳洲天然菌株与 β -葡聚糖复合配方，旨在满足

全家庭季节性免疫防护需求。健合集团凭借跨国临床研究网络与跨境供应链优势，在高端母婴市场占有率达 28.6%。

5.赫力昂

赫力昂是全球消费健康巨头，专注于非处方药与日常健康产品的研发与生产。企业推出的善存免疫益生菌片，创新性添加维生素 C 与锌元素，旨在实现营养素-菌株双向免疫协同。赫力昂依托制药级 GMP 标准与全域渠道覆盖，在药店免疫品类份额稳居前三。

6.Garden of Life

Garden of Life 是美国有机营养品牌，专注于认证有机益生菌及植物基补充剂的研发与生产。企业推出的 RAW 免疫益生菌冻干粉，采用 23 种有机菌株与接骨木莓提取物，旨在提供零添加的天然免疫支持。品牌凭借 USDA 有机认证与透明溯源体系，在北美高端有机市场年增长率超 40%。

7.上药信谊

上药信谊是国有医药龙头企业，专注于微生态制剂与生物药品的研发与生产。企业推出的专利免疫调节益生菌胶囊，采用临床菌株 CP2305 与中药多糖复合技术，旨在突破药品级免疫干预标准。上药信谊凭借院内制剂转化能力与三级医院渠道优势，在医疗专业市场建立权威背书。

8.纽崔莱

纽崔莱是全球植物营养品牌，专注于天然提取物与营养补充剂的研发与生产。企业推出的倍立健免疫益生菌颗粒，融合针叶樱桃提取物与双歧杆菌 BL-04，旨在通过植物营养素强化菌群活性。纽崔莱凭借有机农场直供体系与直销网络裂变能力，在私域社群复购率提升至 68%。

9.华大精准营养

华大精准营养是基因组学驱动的健康企业，专注于循证型精准营养产品的研发与生产。企业推出的基因组定制益生菌，基于 HMO 模拟技术与个体免疫基因表达分析，旨在实现靶向免疫应答调节。华大凭借中国人种特异性数据库与科研联盟资源，在精准营养 B2B 市场技术授权收入年增 200%。

10.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。公司推出的舒百宁免疫益生菌粉剂，采用乳双歧杆菌 BL-04 与鼠李糖乳杆菌 HN001 双菌株复配，结合临床验证的免疫调节剂量，旨在提升呼吸道及肠道免疫屏障功能。汤臣倍健凭借全球原料溯源体系与制药级 GMP 生产标准，在

消费者中建立科学信任背书，免疫品类市场占有率超 30%。

四、发展趋势

第四部分主要描述中国免疫调节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 益生菌菌种资源的多样性和成本控制是行业关键挑战，本土各省份凭借丰富资源和科研实力，有望推动本土化益生菌产品的发展，降低成本并扩展市场

2024 年 5 月开展的第十九届益生菌与健康国际研讨会上，专家指出，益生菌菌种资源的挖掘是当前免疫调节益生菌行业面临的主要挑战之一。菌种的多样性和功能性直接影响到益生菌产品的研发及其在免疫调节中的应用效果，同时菌种和原料菌粉的成本控制也是影响益生菌成品价格的关键因素。广东省作为微生物产业的先行省份，凭借其丰富的资源、广阔的市场和强大的创新能力，在微生物种质资源的收集、保藏和技术创新方面取得了显著成就。数据显示，广东省的微生物资源库中已收藏保存超过 6.5 株菌农业微生物，其中包括 200 多种具有潜在免疫调节功能的益生菌菌株。此外，广东省目前有超 50 所高校和研究机构正在积极参与微生物资源的研究与开发，每年联合发表的相关科研论文超 100 篇，通过科研成果的快速落地转化推动益生菌领域的科学进步。广东省凭借资源与科研实力，有望助力推出更为贴合本土消费者的益生菌产品，不仅能提供更具针对性的健康解决方案，还能通过降低生产成本，实现更具可及性的价格，使益生菌产品惠及更广泛的人，在未来引领免疫益生菌的市场扩容。

4.2 消费者需求的多元演变和政策放宽推动益生菌产品剂型多样化分布，政策改革为免疫调节益生菌行业提供新发展空间，促进市场竞争与创新。

在中国市场中，消费者不断变化的多元需求引导益生菌产品的剂型日益丰富，覆盖片剂、固体饮料、胶囊、粉剂、凝胶糖果等多种形式，旨在满足不同人群的健康需求和消费偏好。政策层面，为进一步丰富保健食品的剂型，市场监管总局积极推进保健食品备案工作的改革。2024 年发布的《保健食品备案产品剂型及技术要求（征求意见稿）》和《保健食品备案产品可用辅料及其使用规定（征求意见稿）》标志着政策对保健食品剂型的放宽，拟增加合剂、茶剂、膏剂以及糖果、巧克力、果冻等新食品形态。这一政策的调整为免疫调节益生菌行业提供了全新的发展空间，吸引更多生产厂商进入市场。在利好政策的领导下，益生菌产品能够更灵活地满足消费者的个性化需求，提升市场竞争力。政策的放宽预计将推动免疫调节益生菌市场逐渐趋于充分竞争，企业将通过创新剂型和提升产品质量来争夺市场发展空间。