



2025 年 DHA+叶黄素酯品牌推荐

协同助力清晰视界，前瞻营养告别视疲劳

目录

一、市场背景.....	2
1.1 摘要.....	2
1.2 DHA+叶黄素酯产品定义.....	2
1.3 市场演变.....	2
二、市场现状.....	3
2.1 市场规模.....	3
2.2 市场供需.....	3
三、市场竞争.....	4
3.1 市场评估维度.....	4
3.2 市场竞争格局.....	4
3.3 十大品牌推荐.....	5
四、发展趋势.....	6
4.1 功能复合与精准分群成为产品创新主轴.....	6
4.2. 渠道融合加速，线上内容化驱动消费决策.....	6
4.3. 品类规范化进程加快，产业链向高标准演进.....	6

2025 年 DHA+叶黄素酯产品品牌推荐

一、市场背景

1.1 摘要

DHA+叶黄素酯产品是以藻油、鱼油等来源的 DHA（二十二碳六烯酸）与从万寿菊等植物中提取的叶黄素酯为核心成分的功能性食品，主要用于支持脑神经发育、保护视力及缓解视疲劳。近年来，中国 DHA+叶黄素酯产品行业已从早期的独立单品补充向科学复配、精准定位方向升级，通过营养协同研究与全生命周期应用开发，实现了从单一护眼或益智功能到“脑眼同补”综合健康解决方案的产业转型。当前行业已形成“基础研究—标准制定—剂型创新—市场教育”的协同发展体系，构建了覆盖原料提取、配方研发、临床评价及消费者服务的全产业链生态；在健康意识提升与消费需求细分背景下，产品在婴幼儿早期发展、学生用眼健康、中老年认知与黄斑健康等场景中的渗透率不断提高，也推动企业聚焦于生物利用率提升、剂型适口性改良、跨年龄层功效验证等核心技术方向，促进行业从粗放型营养补充向精准化、场景化、证据化的科学营养干预升级，逐步构建“配方科学—体验优化—服务延伸”三位一体的市场竞争体系。

1.2 DHA+叶黄素酯产品定义

DHA+叶黄素酯产品是指以二十二碳六烯酸（DHA）和叶黄素酯为核心成分的可食用产品，这些食品的常见形态包括咀嚼片、软胶囊和凝胶软糖等多种形式。原国家卫生计生委发布的《关于批准茶叶籽油等 7 种物品为新资源食品的公告》（2009 年第 18 号）和《关于批准 DHA 藻油、棉籽低聚糖等 7 种物品为新资源食品及其他相关规定的公告》（2010 年第 3 号）已批准鱼油及提取物、DHA 藻油为新资源食品；我国原卫生部已于 2008 年批准叶黄素酯为新食品原料，食用量 $\leq 12\text{mg}/\text{天}$ ，使用范围为焙烤食品、乳制品、饮料、即食谷物、冷冻饮品、调味品和糖果，不包括婴幼儿食品。在《保健食品原料目录——营养素补充剂》（2023 年版）中，DHA 藻油作为一种营养物质，被纳入保健食品原料目录。

1.3 市场演变

中国 DHA+叶黄素酯产品的发展经历了从单一功能补充到复合精准营养的演进过程：早期以婴幼儿配方奶粉的 DHA 添加强调脑部发育为主，随后随着护眼需求凸显和叶黄素酯获批新资源食品，产品逐渐从母婴群体延伸至学生、上班族及中老年等多个人群，并形成了“脑眼同补”的复合功能定位；近年来在临床研究深化、消费认知升级及政策规范引导下，产品形态已从传统软胶囊扩展至凝胶糖果、便携粉剂等多种剂型，配方也逐步向“DHA+叶黄素酯+辅助营养素”的协同体系升级，推动市场从基础营养补充

迈向精准化、场景化、科学化的功能营养新阶段。

二、市场现状

2.1 市场规模

根据头豹研究院，DHA+叶黄素酯产品在中国市场呈现持续增长趋势，2024年中国DHA+叶黄素酯产品的销量市场规模约为126.9亿元，预计未来将持续高速扩容。产品涵盖了婴幼儿、青少年、中老年人三大人群，覆盖全生命周期的健康管理需求。从传统的咀嚼片、软胶囊到口服液、凝胶软糖等创新剂型，品牌不断提升产品适口性与便捷性，满足不同人群在“营养零食化”、“日常功能化”中的多样化需求。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

中国DHA+叶黄素酯市场的供给正朝着配方复合化、人群精准化与剂型创新化方向快速发展。当前，供给侧的竞争核心已从提供单一营养补充，转向构建“脑眼同补、精准高效、体验友好”的整合性解决方案。领先品牌正加大研发投入，推动DHA与叶黄素酯在婴幼儿智力视力发育、学生用眼健康、中老年认知与黄斑健康等不同生命阶段场景的深度应用，产品形态也从传统的软胶囊，扩展到更受年轻及儿童消费者欢迎的凝胶糖果（软糖）、便携条装粉剂、乳剂和功能性饮品等多种创新剂型。同时，供给方愈发重视配方的科学协同与实证背书，通过采用更易吸收的藻油DHA与游离态叶黄素酯等优质原料，并复配玉米黄质、维生素、微量元素等成分以增强功效，同时借助临床研究数据提升产品的科学可信度。此外，针对用户对口味、便利性的高要求，品牌在产品适口性、便携包装及日常食用场景融合上持续优化，并通过电商渠道的即时反馈驱动产品快速迭代，推动行业从同质化竞争向以科学配方和卓越体验为核心的价值竞争升级。

2.2.2 市场需求情况

中国DHA+叶黄素酯市场需求基础深厚且呈现刚性增长趋势。随着国民健康意识提升和电子屏幕使用时间激增，各年龄段人群对视力保护与脑健康管理的需求日益迫切。数据显示，我国儿童青少年总体近视率超过50%，而老年性黄斑变性等眼病发病率也随人口老龄化攀升，同时家长对婴幼儿早期神经与视觉发育的关注空前高涨，这为兼具护眼与健脑功能的产品创造了坚实的市场基础。此外，学生及高强度用眼职场人士的视力养护需求、中老年人对抗认知衰退与维护眼部健康的双重诉求，共同推动了DHA+叶黄素酯产品从母婴专属向全生命周期核心健康消费品拓展。在消费升级与“主动健康”理念驱动下，消费者不再满足于基础补充，转而追求有科学依据、配方透明、剂型便捷且口感愉悦的高品质产品。随着市场教育的深入和产品力的不断提升，DHA+

叶黄素酯作为能够同时满足“明目”与“益智”两大核心健康关切的复合营养素，其市场正从专业细分领域加速渗透至大众日常健康管理清单，释放出巨大的市场潜力。

三、市场竞争

3.1 市场评估维度

根据头豹研究院发现，中国 DHA 和叶黄素酯产品品牌的核心竞争维度，主要体现在五大方面：原料能力、配方与技术、品牌力和人群运营力。这些维度共同构成品牌在高度细分、认知教育驱动型营养品市场中的长期竞争壁垒。

1. 原料能力：稳定、安全、专业是基础保障

优质 DHA 与叶黄素酯的来源（如微藻 DHA、天然万寿菊提取叶黄素酯）对产品的安全性、吸收率及最终功效具有决定性影响。拥有自主研发技术、稳定供应链或与国际优质原料商深度合作的品牌，在品质控制、成本结构上具明显优势。部分国产企业已实现原料自给或 ODM 模式打通上游。

2. 配方与技术：功能协同与适口性创新是产品核心力

单一成分时代已过，市场进入“精准营养+复配功能”阶段。DHA+叶黄素酯产品通常需要科学配比并结合多种营养素（如维生素 A、维生素 E、锌、牛磺酸等）实现护眼与补脑协同。与此同时，如何实现高稳定性（避免氧化）、高吸收率和良好的适口性成为研发门槛。

3. 品牌力：科普教育驱动型品类，信任优先于价格

消费者对 DHA 和叶黄素酯产品的理解主要依赖医生、母婴营养师、KOL 及品牌自身的功能教育和内容传播。因此，品牌的专业形象、权威背书（如临床数据、注册认证）的长期深耕尤为关键。品牌越强，消费者越易复购和持续信任。

4. 人群运营力：精准洞察与产品分层匹配

DHA+叶黄素酯产品面向多个人群场景，消费者从婴幼儿、学生群体到职场白领、老年人，不同人群有差异化需求。领先品牌往往通过精准的产品分层、定制化配方和场景化包装，构建产品矩阵，提升市场覆盖力和用户忠诚度。

3.2 市场竞争格局

中国 DHA+叶黄素酯产品行业市场竞争格局呈现出“品牌集中度低、产品同质化明显、细分定位加速”的特点。当前市场头部营养品牌凭借渠道优势与品牌认知占据较大份额，也有部分专业细分品牌和母婴营养品新锐通过精准人群定位和配方创新实现快速突围。同时，大量依赖 OEM/ODM 的中小品牌通过电商平台切入市场，导致整体产品形态趋同、价格竞争加剧。未来，随着消费者对功能认知的提升和监管趋严，行业将

加速向品牌化、专业化、差异化方向演进。

3.3 十大品牌推荐

1. 同仁堂

公司隶属于中国北京同仁堂（集团）有限责任公司，创立于 1669 年，是中国中医药行业的百年老字号，坚持发展以现代中药为核心的生命健康产业。

2. 江中

公司是江中药业股份有限公司旗下品牌，成立于 1969 年，是江西省的国有上市公司，专注于药品和大健康产品的研发、生产与销售。

3. 仁和

公司是仁和药业股份有限公司旗下品牌，成立于 1996 年，是中国知名的医药企业，主营业务涵盖中成药、化学药品等多个治疗领域。

4. Swisse（斯维诗）

公司是健合（H&H）国际控股有限公司旗下源自澳大利亚的国际知名品牌，创立于 1999 年，于 2016 年被中国健合集团收购，致力于提供自然健康的解决方案。

5. 汤臣倍健

公司是广东汤臣倍健生物科技股份有限公司旗下品牌，成立于 2005 年，是中国膳食营养补充剂的领先企业，业务覆盖保健食品生产与销售。

6. 天然博士

公司是广东汤臣倍健生物科技股份有限公司旗下的子品牌，同样创立于 2005 年，与汤臣倍健共享公司的研发和生产资源，专注于提供高品质健康产品。

7. 康麦斯

公司是 K-Max Health Products Corp. 旗下品牌，1991 年于美国洛杉矶成立，是一家通过美国 GMP、FDA 认证的全天然营养保健食品企业。

8. Goodhealth（纽好康）

公司是新西兰好健康公司旗下品牌，成立于 1987 年，专注于从原料种植到产品生产的全产业链，致力于提供高品质的健康产品。

9. Doctorsbest（多特倍斯）

公司隶属于厦门金达威集团股份有限公司，成立于 1997 年，立足于医药原料制造，是国内 A 股营养健康全产业链的领先企业。

10. Brieye (珍悦目)

公司是广州源美生物科技发展有限公司旗下品牌，成立于 2019 年，是一家专注于为国内外优质健康消费品提供服务的领先企业。

四、发展趋势

第四部分主要描述中国 DHA+叶黄素酯食品行业的发展趋势，可以从需求、供给和渠道发展等多个角度进行分析。

4.1 功能复合与精准分群成为产品创新主轴

随着消费者健康意识提升，DHA+叶黄素酯产品正从单一成分走向多功能复配，通过与维生素 A、E、锌、牛磺酸、花青素等营养素组合，打造复合食品方案。同时，品牌也在儿童、青少年、孕妇、中老年等不同人群中推行差异化产品策略，满足阶段性营养干预需求，推动品类向更高附加值发展。

4.2. 渠道融合加速，线上内容化驱动消费决策

DHA 和叶黄素酯类产品正在从以母婴店、药店为主的传统线下渠道，快速向线上平台迁移，尤其是在电商、短视频、直播和社群团购等场景下实现内容带动型销售。头部品牌通过科普型内容种草、专家背书讲解与功能场景推荐，实现了认知-转化-复购的营销闭环，强化品牌粘性与用户教育效应。

4.3. 品类规范化进程加快，产业链向高标准演进

随着相关国家标准、备案目录和原料使用规范日趋明确，DHA 与叶黄素酯产品的行业准入门槛不断提升，原料来源、功能宣称、产品标签等方面逐步走向规范化。这一趋势推动上游原料企业强化标准化生产与质量可溯源体系建设，同时促使品牌商向合规、高品质和功能有据方向转型，行业集中度有望进一步提高。