



2025 年枸杞子类保健食品品牌推荐

“枸”在滋养，活力源于日常

目录

一、市场背景	3
1.1 摘要	3
1.2 枸杞子类保健食品定义	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	5
3.3 十大品牌推荐	5
四、发展趋势	7
4.1 正经历从传统滋补向精准健康解决方案的转型	7
4.2 正从单一原料供应迈向全产业链高质量发展	7
4.3 消费场景正被持续拓展和创新	7

2025 年枸杞子类保健食品品牌推荐

一、 市场背景

1.1 摘要

枸杞子类保健食品以枸杞子为主要原料，具有多种保健功效，如辅助降血压与降血脂、增强免疫力等，市场应用前景广泛。其产品剂型丰富，功能多元，满足不同消费者需求。行业监管严格，企业需提升生产标准和技术创新。市场规模增长受多重需求因素推动，包括国民健康意识提升、行业供给能力提升等。未来，随着老年人口增长、产品研发创新与政策支持加强，枸杞子类保健食品市场规模将持续扩大。

1.2 枸杞子类保健食品定义

枸杞子类保健食品是以枸杞子为主要原料的保健食品。枸杞子是茄科枸杞属植物枸杞干燥成熟的果实，用药时间较早，距今有 3000 余年历史。近现代医学研究和药理学考证，枸杞子在降血压、降血脂、护肝明目、抗肿瘤增强免疫、抗衰老、抗氧化等方面可发挥作用，存在一定程度的药用价值和保健效果，相较于目前医疗市场而言，具有广泛的开发应用前景。

1.3 市场演变

萌芽期是 1996 年到 2003 年。《保健食品管理办法》的发布不仅为市场设立了准入门槛，也为枸杞子类保健食品的发展奠定了法律基础。同年，中国首批枸杞子类保健食品成功获批注册上市，为后续产品的开发和上市提供了参考案例。后续枸杞子作为国家卫生部公布首批药食同源物质之一，肯定了枸杞子在保健食品原料领域的地位。

启动期是 2004 年到 2013 年。行业产品供给显著增长，体现中国枸杞子保健食品市场快速发展的态势，也体现了企业对该领域投资热情的高涨和消费者对枸杞子健康效益的认可度提高。后续《食品安全法》的颁布实施是整体保健食品行业发展的重要里程碑，强化了对保健食品安全的监管力度，为杞子类保健食品的安全性和质量提供了更为严格的法律保障。

高速发展期是 2014 年到 2025 年。保健食品“注册+备案”双轨制的实施，为含行业产品在内的整体保健食品创新和市场准入提供了更加灵活和高效的机制。地方政府对枸杞子产业发展的高度重视和支持，不仅保证了高质量原料的稳定供应，也为枸杞子类保健食品的持续发展奠定了坚实的物质基础。后续《保健食品原料目录:人参 西洋参 灵芝》及配套解读文件的发布，虽然直接涉及的是其他药材，但这一举措表明国家对于传统药材作为保健食品原料的认可和支撑力度正在加强。这种政策导向不仅有利于拓宽保健食品的原料来源，也将促进包括枸杞子在内的多种传统药材在保健食品中的应用和发展。

二、 市场现状

2.1 市场规模

根据头豹研究院，市场规模按销售额计，经测算，2020年—2024年，枸杞子类保健食品行业市场规模由172.47亿人民币元增长至196.20亿人民币元，期间年复合增长率3.27%。预计2025年—2029年，枸杞子类保健食品行业市场规模由202.71亿人民币元增长至239.55亿人民币元，期间年复合增长率4.26%。

过去，特殊时期让公众深刻认识到健康的重要性，还促使人们开始寻求更加安全、有效的健康管理方式。枸杞子类保健食品，凭借其源于自然的药理智慧与现代科技的健康理念，成为众多消费者的优选。行业产品“食品”而非“药品”的属性，不仅降低了消费者的心理门槛，还增强了其作为日常保健品的可接受度。相较于药品，保健食品更注重长期调理与营养补充，这一特性恰好契合了特殊时期后民众对健康生活方式的迫切需求。此外，随着生活水平的提高和健康知识的普及，消费者对保健食品的认知和接受度也在不断提升，进一步推动了枸杞子类保健食品市场规模的持续扩大。未来，需求端看，行业规模的增长将显著受益于银发经济的催化作用。随着中国人口老龄化的加剧，老年人口比例不断上升，这一群体对保健食品的需求尤为旺盛。枸杞子类保健食品以其独特的药理作用和丰富的功能特性，如增强免疫力、改善视力、延缓衰老等，恰好契合了老年人对健康养生的需求。尤其是其便捷的剂型，如胶囊、口服液、颗粒剂等，便于老年人服用与携带，进一步提升了产品的市场接受度。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

枸杞产业的供给格局正经历深刻变革，从传统种植销售模式向全产业链整合转型。种植区域从宁夏为主逐渐向甘肃、青海等西北地区扩展，形成了以西北为核心的大种植区格局，实现了资源的优化配置与品质提升。产品供给从单一的枸杞干果向多元化深加工产品延伸，包括枸杞原浆、功能性食品、日化产品等，覆盖了从日常饮食到美容护理的多场景应用。企业通过科技创新和品质提升，推动枸杞从“原料输出”向“品牌输出”转变，打造了具有文化内涵和品质保障的产品体系，同时注重生态种植与绿色加工，实现了产业的可持续发展，更好地匹配了市场需求的升级与变化。

2.2.2 市场需求情况

随着健康生活方式的普及和消费者对天然保健食品需求的持续提升，枸杞子类保健食品的市场认可度不断提高。枸杞因其独特的保健功能，如提高免疫力、滋补肝肾、益精明目等，逐渐从传统中药材转型为日常健康消费的重要选择。市场需求呈现多元化发展趋势，消费者不再满足于单一的枸杞干果，而是追求更加丰富的产品形态和功能体验。年轻消费群体的崛起推动了枸杞从药用向日常健康生活方式的转变，消费者更加注重产品的天然性、有机性和功能性，推动了枸杞产品向高品质、高附加值方向发展。

展，满足了现代人对健康与生活品质的双重追求。

三、 市场竞争

3.1 市场评估维度

根据头豹研究院发现，十大代表品牌的评选遵循多维度量化评估模型，中国枸杞子类保健食品市场企业主要通过以下维度进行评估：

(1) 经济收益

根据公司公告，统计公司 2023 年创造的营业收入，体现公司创造经济收益的能力。收入越高，在业内竞争力越强。

(2) 盈利能力

根据公司公告，统计公司 2023 年的毛利率，体现公司的盈利能力。毛利率越高，在业内竞争力越强。

(3) 行业深耕程度

根据国家市监局，统计截至 2025 年 2 月，企业已获批准注册的枸杞子类保健食品数量。数量越多，在业内越具有竞争力。

3.2 市场竞争格局

行业属于中药材保健食品的细分赛道，同样存在产品同质化严重的问题。枸杞子类保健食品行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有华润三九、同仁堂和哈药股份等；第二梯队公司有汤臣倍健等；第三梯队有交大昂立等。

3.3 十大品牌推荐

1. 金陵药业

金陵药业凭借其深厚的医药研发底蕴与严格的质量控制体系，在枸杞子类保健食品领域展现出卓越的品质保障能力。公司依托药品级生产标准，将枸杞子的天然活性成分进行科学提取与精准配比，确保产品在功效性与安全性上达到行业领先水平，同时通过持续的临床验证与消费者反馈优化产品体验，有效满足了市场对高品质、可信赖保健食品的深度需求。

2. 同仁堂

同仁堂以百年中药老字号的文化积淀为核心优势，将枸杞子的滋补养生价值融入传统中医药智慧，开发出兼具文化内涵与实用功能的保健产品系列。公司通过传承古法炮制工艺并结合现代健康理念，打造出如枸杞养生茶、枸杞滋补膏等经典产品，以品牌信任度与消费者情感连接为纽带，成功将枸杞子从传统药材升级为日常健康生活

的品质象征。

3. 华润三九

华润三九依托强大的医药研发平台与全国性营销网络，系统性挖掘枸杞子的健康价值，将其与现代健康需求精准对接。公司通过科学配比与功能化设计，推出针对免疫力提升、视力保护等细分领域的枸杞保健产品，以严谨的品质管控和广泛的渠道覆盖，为消费者提供安全有效的健康解决方案。

4. 汤臣倍健

汤臣倍健作为中国保健食品行业的领军企业，以消费者需求为导向，深度整合枸杞子的天然特性与现代营养学理论。公司通过创新的产品形态设计与严谨的功效验证，开发出枸杞原浆、枸杞复合营养片等多样化产品，以品牌公信力和市场洞察力引领枸杞类保健食品的消费升级。

5. 百合股份

百合股份专注于生物活性成分的创新应用，将枸杞子的活性物质通过先进提取技术转化为高纯度、高生物利用度的保健原料。公司凭借生物技术优势，开发出枸杞多糖缓释胶囊等尖端产品，显著提升枸杞的健康功效与吸收效率，推动枸杞类保健食品向科技化、功能化方向发展。

6. 九芝堂

九芝堂依托深厚的中药文化底蕴与配方研发能力，将枸杞子与经典中药方剂深度融合，打造出特色保健食品。公司注重传统智慧与现代健康理念的结合，以精准的配方设计和严格的质量溯源，赢得追求天然养生消费者的广泛认可。

7. 东阿阿胶

东阿阿胶以阿胶为核心产品，将枸杞子作为协同成分融入滋补保健体系，开发出枸杞阿胶复合膏方等创新产品。公司凭借对滋补养生文化的深刻理解与产品品质的极致追求，构建了独特的健康价值体系，满足消费者对复合型滋补解决方案的期待。

8. 交大昂立

交大昂立依托高校科研资源与创新技术平台，将枸杞子的保健功能通过科学化手段进行系统化验证与产品开发。公司注重生物活性成分的精准应用，推出枸杞酵素饮品等健康产品，以科技赋能提升枸杞类保健食品的功能性与消费体验。

9. 哈药股份

哈药集团凭借覆盖全国的医药产业链与规模化生产能力，构建了从原料种植到终端产品的完整枸杞供应链。公司通过生态化种植基地与标准化加工工艺，确保枸杞子原料的品质稳定与供应可靠，以规模化优势提供高性价比的枸杞保健产品，满足大

众化健康消费需求。

10. 贵州百灵

贵州百灵将枸杞子纳入其中医药健康产品体系，结合地方特色与药用价值，开发出具有地域文化特色的保健食品。公司以制药级品质管控和对传统药用价值的深度挖掘，强化了枸杞类保健食品在健康领域的专业形象与市场竞争力。

四、 发展趋势

4.1 正经历从传统滋补向精准健康解决方案的转型

枸杞子类保健食品正经历从传统滋补向精准健康解决方案的转型，产品开发更加注重科学验证与功能细分。企业通过深入研究枸杞的活性成分及其在人体中的作用机制，精准定位不同健康需求，开发出针对免疫力提升、视力保护、抗氧化等特定功能的枸杞保健产品。这种功能化趋势不仅满足了消费者对健康精准化的需求，也推动了枸杞从大众滋补品向专业健康解决方案的升级，使枸杞子类保健食品在健康管理领域占据更加专业和重要的位置。

4.2 正从单一原料供应迈向全产业链高质量发展

枸杞产业正从单一原料供应向全产业链高质量发展迈进，企业通过构建从种植、加工到销售的完整生态体系，实现品质的全程把控与价值的系统提升。种植环节注重生态化、标准化，确保枸杞原料的天然品质与安全；加工环节融合现代科技与传统工艺，提升产品功效与稳定性；销售环节强化品牌建设与文化内涵，将枸杞的养生智慧融入现代生活方式。该全产业链整合不仅保障了产品的高品质与高价值，也推动了枸杞产业从"卖产品"向"卖健康生活方式"的转变，为消费者提供更可靠、有温度的健康选择。

4.3 消费场景正被持续拓展和创新

枸杞子类保健食品的消费场景正在被持续拓展和创新，从传统的药用、食补场景延伸至现代生活多维度。枸杞不再局限于茶饮或干果，而是融入了日常饮品、休闲零食、美容护理、健康食品等多个生活场景，成为现代人健康生活方式的自然组成部分。同时，企业将枸杞的传统文化价值与现代审美需求相结合，通过创新的产品设计与文化表达，使枸杞子类保健食品既承载着千年养生智慧，又符合当代消费者的审美与生活方式，实现了传统与现代的完美融合，使枸杞从"养生食材"升级为"健康生活符号"。