

中国补充维生素类保健食品行业概览报告

China Health Food for Vitamin Supplementation Industry

中国ビタミン補給健康食品産業

报告标签：保健食品、维生素、功能声称

主笔人：钟琪

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。

摘要

维生素是人体六大营养素之一，也是维持机体正常运转的必需物质，具有外源性、微量性和调节性的特点。补充维生素类保健食品发展时间较长，至2021年已突破千亿规模。随着国民营养健康意识持续提升，保健食品行业的政策引导持续加强，预计行业规模将保持温和增长的趋势。经测算，2019-2023年中国补充维生素类保健食品的行业规模实现从950亿元至1,039亿元的增长。

■ 保健食品具有调节机体的功能，不以治疗疾病为目的，维生素补充剂属于该范畴

保健食品指声称并具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，根据功能发挥的不同，可再分为营养素补充剂和非营养素补充剂。本文研究的补充维生素类保健食品是维生素及矿物质补充剂的细分品类，又称维生素补充剂。

■ 中老年群体普遍存在饮食不均衡的问题，维生素补充剂是改善该问题的有效途径之一

随着年龄增长，身体机能逐渐衰退，中老年群体普遍存在饮食不均衡的问题，意味着多数中老年人无法从日常饮食中获取足量必需的维生素等营养素。补充维生素类保健食品是改善上述问题的有效途径之一，市场发展空间广阔。

■ 银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展加快，政策催化保健食品产业增长

为积极应对人口老龄化，培育经济发展新动能，国务院发文指出要发展银发经济。银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和。预计该政策将对补充维生素类保健食品行业的供需两端产生显著的正面影响。

目录

- ◆ 中国补充维生素类保健食品行业概述
 - 保健食品的概念界定
 - 营养素补充剂的分类
 - 中国补充维生素类保健食品行业发展历程
 - 中国补充维生素类保健食品行业相关政策法规
- ◆ 中国补充维生素类保健食品市场规模
 - 中国补充维生素类保健食品市场规模综述
 - 中国补充维生素类保健食品市场发展趋势
- ◆ 中国补充维生素类保健食品产业链分析
 - 中国补充维生素类保健食品产业链图谱
 - 中国补充维生素类保健食品产业链上游分析
 - 中国补充维生素类保健食品产业链中游分析
 - 中国补充维生素类保健食品产业链下游分析
- ◆ 中国补充维生素类保健食品行业竞争格局
 - 中国补充维生素类保健食品行业竞争格局分析
- ◆ 中国补充维生素类保健食品行业企业介绍
 - 百合股份
 - 汤臣倍健
- ◆ 方法论
- ◆ 法律声明

目录

- ◆ **Overview of China Health Food for Vitamin Supplementation Industry**
 - Conceptualization of Health Food
 - Classification of Nutrient Supplements
 - Development
 - Policy
- ◆ **Market Size of China Health Food for Vitamin Supplementation Industry**
 - Analysis of Market Size
 - Growing Trend
- ◆ **Industry Chain of China Health Food for Vitamin Supplementation Industry**
 - Industry Chain Mapping
 - Upstream Analysis
 - Midstream Analysis
 - Downstream Analysis
- ◆ **Competitive Landscape of China Health Food for Vitamin Supplementation Industry**
 - Overview of Competitive Landscape
- ◆ **China Health Food for Vitamin Supplementation Industry Company Profile**
 - BIOHIGH
 - BYHEALTH
- ◆ **Methodology**
- ◆ **Legal Statement**

Chapter 1

中国补充维生素类保健食品行业概述

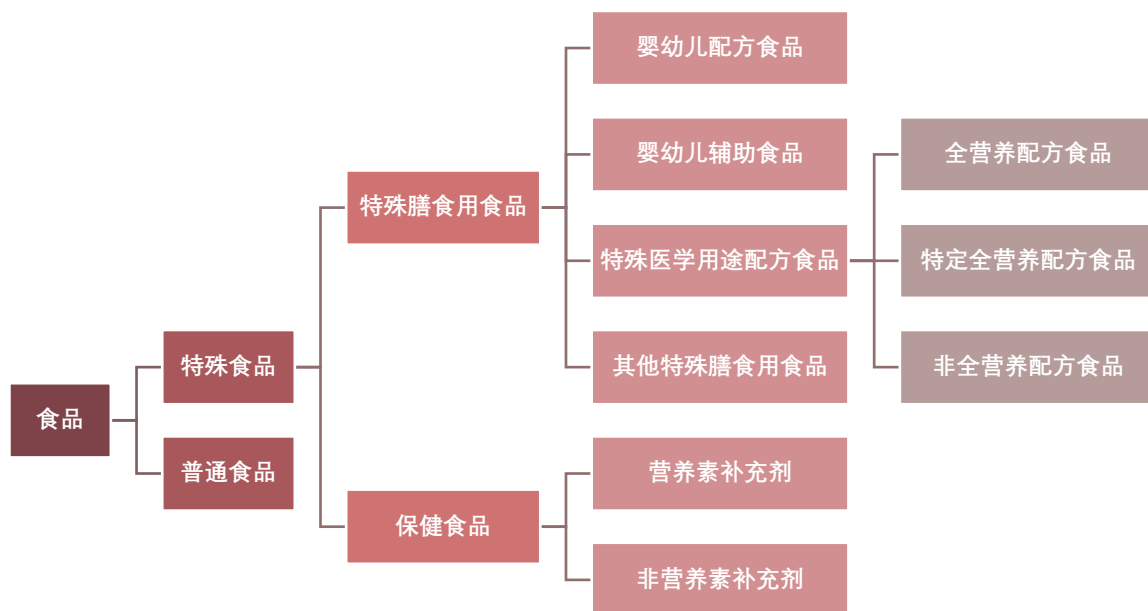
- 保健食品的概念界定
- 营养素补充剂的分类
- 中国补充维生素类保健食品行业发展历程
- 中国补充维生素类保健食品行业相关政策法规



保健食品的概念界定

保健食品具有调节机体的功能，不以治疗疾病为目的，是特殊食品的重要品类，包括营养素补充剂与非营养素补充剂

食品的主要分类



- 保健食品是特殊食品的重要分支，不以治疗为目的，可再分为营养素补充剂与非营养素补充剂

根据《食品安全法》，食品是指各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品，但是不包括以治疗为目的的物品。在我国，食品可划分为普通食品与特殊食品两大类，特殊食品又分为保健食品和特殊膳食用食品。

- **保健食品：**指声称并具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。根据功能发挥的不同，保健食品可再分为营养素补充剂和非营养素补充剂。
 - **营养素补充剂：**指以补充维生素、矿物质而不是以提供能量为目的的产品。其作用是补充膳食供给的不足，预防营养缺乏和降低发生慢性退行性疾病的危险性。
 - **非营养素补充剂：**声称具有特定保健功能（如辅助改善记忆、有助于增强免疫力）的保健食品。
- **特殊膳食用食品：**指为满足特殊的身体或生理状况和（或）满足疾病、紊乱等状态下的特殊膳食需求，专门加工或配方的食品，主要包括婴幼儿配方与辅助食品、特医食品等四类。该类食品的营养素和（或）其他营养成分的含量与可类比的普通食品存在显著差异。

来源：知网《我国保健食品与其他食品及药品的监管情况比较》《营养素补充剂注册管理中的问题及建议》、头豹研究院编辑整理

■ 营养素补充剂的分类（1/2）

营养素补充剂在防治营养缺乏病、促进健康等方面发挥重要的作用，补充维生素类保健食品属于该范畴

■ 补充维生素类保健食品属于营养素补充剂，能改善人体的营养状态

营养素补充剂是补充膳食营养或者特殊营养物质的重要手段，在防治营养缺乏病、促进健康等方面具有重要的作用。根据营养物质的不同，营养素补充剂可分为维生素及矿物质补充剂、特殊补充剂。本文研究的补充维生素类保健食品是维生素及矿物质补充剂的细分品类，又称维生素补充剂，包含单一维生素补充剂、维生素矿物质复合补充剂。

- **维生素及矿物质补充剂**：主要指维生素A、C、D、E和B族维生素，矿物质钙、铁、锌、硒和镁，及多种维生素和矿物质的复合补充剂。
- **补充维生素类保健食品**：主要包括补充维生素A、维生素D、维生素B₁、维生素B₂、维生素B₆、维生素B₁₂、烟酸（尼克酸）、叶酸、生物素、维生素C、维生素K、泛酸、维生素E和n-3多不饱和脂肪酸。
- **特殊补充剂**：指具有特定效应并可用于临床的药材和提取物，比如具有抗炎特性的葡萄糖胺、鱼油以及具有抗增生、抗肿瘤等特性的大蒜提取物、人参等。

主要非维生素补充剂的保健功能及其释义

保健功能	归属类别	释义
补充钙	补充矿物质类保健食品	钙是人体骨骼和牙齿的主要组成成分，能够维持骨密度，许多生理功能也需要钙的参与。因此，补充钙有助于骨骼和牙齿的发育，也助于骨骼和牙齿更坚固。
补充镁		镁是能量代谢、组织形成和骨骼发育的重要成分。
补充铁		铁是血红细胞形成的重要成分，对血红蛋白的产生是必需的。
补充锌		锌是儿童生长发育的必需元素，有助于改善食欲和皮肤健康。
补充葡萄糖胺	特殊补充剂	葡萄糖胺一般指氨基葡萄糖。氨基葡萄糖是人体关节软骨中蛋白多糖的重要成分，可改善关节软骨代谢，促进骨关节健康。
补充鱼油		鱼油富含人体无法合成的EPA（二十五碳烯酸）和DHA（二十二碳六烯酸），EPA和DHA具有降低血脂，改善血液流变性，抑制血小板聚集，阻抑动脉粥样硬化斑块和血栓形成等功效，对心血管疾病起到良好的防治作用。同时，鱼油在健脑益智、美容健肤与抗衰老等方面也有突出的功效。
补充人参		人参具有增强机体免疫力、开发智力、保护心脑血管、抗氧化和抑制癌细胞生长等功能，对人体健康发挥着重要的作用。
补充大蒜提取物		大蒜是药食两用的植物，已有数千年的应用历史。研究表明，大蒜具有多方面的生物活性，如防治心血管疾病、抗肿瘤及抗病原微生物等。

来源：国家市监局、知网、头豹研究院编辑整理

■ 营养素补充剂的分类 (2/2)

维生素在体内不能合成或合成数量极少，其补充依赖外部食物来源，保健食品成为其日常补充的重要手段

主要维生素补充剂的保健功能及其释义

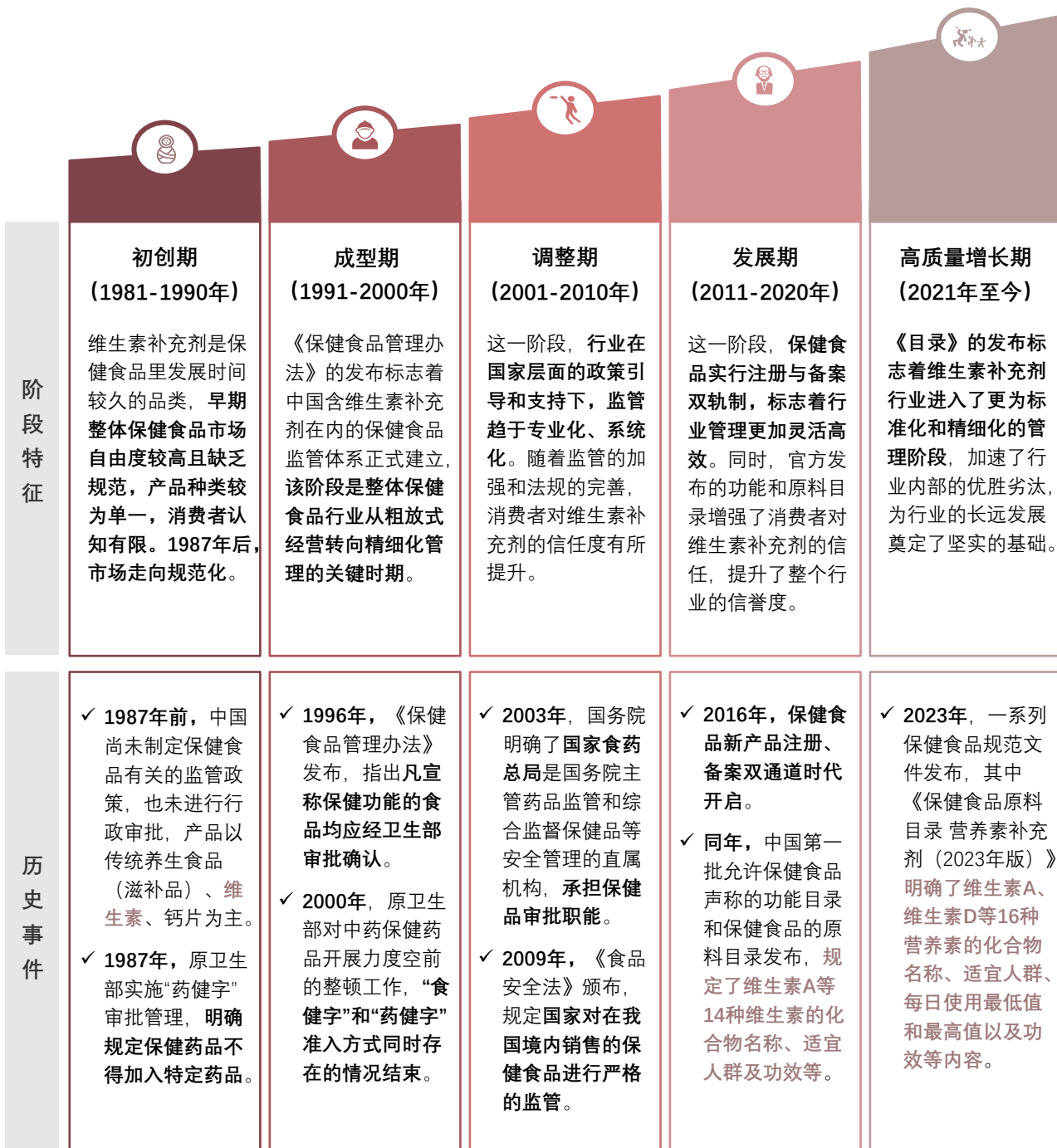
保健功能	释义
补充维生素A	<ul style="list-style-type: none"> 维生素A又名干眼病维生素、视黄醇，易被空气氧化，只存在于动物性食品中。 补充维生素A有助于维持暗视力、维持皮肤和黏膜健康。
补充维生素D	<ul style="list-style-type: none"> 维生素D又名抗佝偻病维生素、钙化醇，性质稳定。 补充维生素D可促进钙的吸收，有助于骨骼和牙齿的健康、骨骼形成。
补充维生素B ₁	<ul style="list-style-type: none"> 维生素B₁又名硫胺素、抗脚气病维生素，是能量代谢中不可缺少的成分。 补充维生素B₁有助于维持神经系统的正常生理功能。
补充维生素B ₂	<ul style="list-style-type: none"> 维生素B₂又名核黄素，是能量代谢中不可缺少的成分。 补充维生素B₂有助于维持皮肤和黏膜健康。
补充维生素B ₆	<ul style="list-style-type: none"> 维生素B₆又名吡哆醇，与不饱和脂肪酸、氨基酸的代谢有关。 补充维生素B₆有助于蛋白质的代谢和利用。
补充维生素B ₁₂	<ul style="list-style-type: none"> 维生素B₁₂又名钴胺素、抗恶性贫血维生素，对治疗恶性贫血有特效。 补充维生素B₁₂有助于红细胞形成。
补充烟酸	<ul style="list-style-type: none"> 烟酸又名维生素PP、尼克酸，也是能量代谢中不可缺少的成分。 补充烟酸有助于维持皮肤和黏膜健康、维持神经系统的健康。
补充叶酸	<ul style="list-style-type: none"> 叶酸又名维生素B₉，在细胞增殖、促进人体生长发育及维护人体健康中具有重要的作用。 补充叶酸有助于胎儿大脑和神经系统的正常发育、红细胞形成。
补充维生素C	<ul style="list-style-type: none"> 维生素C具有酸性，能防治坏血病，又名抗坏血酸。 补充维生素C有助于维持皮肤和黏膜健康、维持骨骼和牙龈的健康，还可促进铁的吸收，并且具有抗氧化的作用。
补充泛酸	<ul style="list-style-type: none"> 泛酸又名遍多酸、维生素B₅，是一种水溶性维生素，在自然中广泛存在。 补充泛酸能促进体内碳水化合物、脂质和蛋白质代谢。
补充维生素E	<ul style="list-style-type: none"> 维生素E又名生育酚，具有抗氧化的作用。 维生素E具有抗神经肌肉变性作用，补充其能维持肌肉正常生长发育，可治疗瘫痪等一类神经疾患，调节内分泌；还可促进生育，延缓老年早衰和记忆力减退。
补充生物素	<ul style="list-style-type: none"> 生物素又称维生素H、辅酶R，是一种水溶性维生素。 补充生物素能促进人体自然生长和正常人体机能的维持。
补充维生素K	<ul style="list-style-type: none"> 维生素K具有促进凝血的功能，又名凝血维生素。 补充维生素K能促进凝血。
补充胆碱	<ul style="list-style-type: none"> 胆碱又名维生素B₄，广泛存在动植物体内。 补充胆碱能促进机体生长。

来源：国家市监局、知网、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品行业发展历程

回顾发展历史，中国补充维生素类保健食品行业在政策引导和市场需求变化的共同作用下，正朝着更加规范化和专业化的方向迈进

中国补充维生素类保健食品行业发展历程



来源：知网《我国保健食品法律法规发展历程分析》、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品行业相关政策法规（1/2）

中国保健食品相关的政策法规制度等文件不断完善，为维生素补充剂高质量发展赋予新动能，行业步入全新的发展时期

中国补充维生素类保健食品行业相关政策法规

文件名称	日期	发布主体	政策内容
《保健食品管理办法》	1996-06-01 实施	原国家卫生部	<ul style="list-style-type: none">对于保健食品、保健食品说明书，国务院卫生行政部门均出台了审批制度。凡宣称保健功能的食品均须经卫生部审批确认。
《国家食品药品监督管理局主要职责内设机构和人员编制规定》	2003-04-25 发布	国务院办公厅	<ul style="list-style-type: none">明确了国家食药总局的主要职责内设机构以及人员编制规定，在国家药品监督管理局基础上组建国家食药总局。国家食药总局是国务院主管药品监管和综合监督保健品、食品、化妆品安全管理的直属机构，承担保健品审批职能。
《保健食品注册管理办法》	2005-07-01 实施 2016-07-01 废止	原国家食药监局	<ul style="list-style-type: none">规定了保健食品新产品的注册管理工作由国家食药总局负责。同时，国产保健食品的注册申请资料由省/自治区/直辖市的原（食品）药品监督管理部门负责，并开展形式审查和现场核查。在保健食品注册申请的过程中，原国家食药总局的相关人员如果违反该办法的相关规定，对申报当事人的合法权益造成损害的，应当根据国家赔偿法中的相关要求给予赔偿。
《中华人民共和国食品安全法》	2009-02-28 通过 2021-04-29 施行	全国人民代表大会 常务委员会	<ul style="list-style-type: none">开始了对特殊食品最为严格的监督管理，明确了特殊食品的范畴，包括婴幼儿配方食品、保健食品、特殊医学用途配方食品，要求使用保健食品原料目录清单以外原料的各种保健食品以及首次进口的保健食品都必须经过国家市场监管总局注册。如果首次申请进口的保健食品属于补充维生素或矿物质的，还需报国家市场监管总局部门进行备案。其他保健食品应当报省、自治区、直辖市市场监管部门进行备案。
《保健食品注册与备案管理办法》	2016-07-01 实施	原国家食药监局	<ul style="list-style-type: none">国家市场监管总局食品审评中心在总局的领导下，承担开展保健食品的注册审评以及进口的补充矿物质或维生素的保健食品备案相关工作。省/自治区/直辖市市场监督管理部门负责其辖区内保健食品的备案工作，并配合国家市场监管总局到辖区内进行保健食品工厂注册现场核查工作。

来源：中国政府网、知网《我国保健食品法律法规发展历程分析》、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品行业相关政策法规（2/2）

中国保健食品相关的政策法规制度等文件不断完善，为维生素补充剂高质量发展赋予新动能，行业步入全新的发展时期

中国补充维生素类保健食品行业相关政策法规

文件名称	日期	发布主体	政策内容
《保健食品原料目录与保健功能目录管理办法》	2019-10-01 实施	国家市监局	<ul style="list-style-type: none"> 制定目的是规范保健食品原料目录和允许保健食品声称的保健功能目录的管理工作，中国境内生产经营的保健食品的原料目录和允许保健食品声称的保健功能目录的制定、调整和公布适用本办法。
《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》	2020-03-01 发布	国家市监局	<ul style="list-style-type: none"> 保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准，不得涉及疾病预防、治疗功能。 保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。
《保健食品新功能及产品技术评价实施细则（试行）》	2023-06-15 实施	国家卫健委	<ul style="list-style-type: none"> 规定了保健食品新产品的注册管理工作由国家药总局负责。同时，国产保健食品的注册申请资料由省/自治区/直辖市的原（食品）药品监督管理部门负责，并开展形式审查和现场核查。 在保健食品注册申请的过程中，原国家药总局的相关人员如果违反该办法的相关规定，对申报当事人的合法权益造成损害的，应当根据国家赔偿法中的相关要求给予赔偿。
《保健食品原料目录 营养素补充剂（2023年版）》	2023-10-01 实施	国家市监局 国家卫健委 国家中医药局	<ul style="list-style-type: none"> 明确了维生素A、维生素D、维生素B₁、维生素B₂、维生素B₆及维生素B₁₂等16种营养素的化合物名称、适宜人群、每日使用最低值和最高值以及功效等内容，扩充完善了营养素补充剂的保健食品原料目录，拓宽了保健食品备案范围，极大缩短了新产品的审批时限，推进国内保健食品行业不断发展壮大，促进其高质量发展。
《保健食品标志规范标注指南》	2023-12-12 实施	国家卫健委	<ul style="list-style-type: none"> 制定目的是指导保健食品生产经营者进一步规范标注保健食品标志，正确引导消费，营造更加公平有序的市场秩序。保健食品标志为依法经注册和备案的保健食品的专有标志，保健食品最小销售包装应当规范标注保健食品标志。

来源：中国政府网、知网《我国保健食品法律法规发展历程分析》、头豹研究院编辑整理

Chapter 2

中国补充维生素类保健食品市场规模

- 中国补充维生素类保健食品市场规模综述
- 中国补充维生素类保健食品市场发展趋势

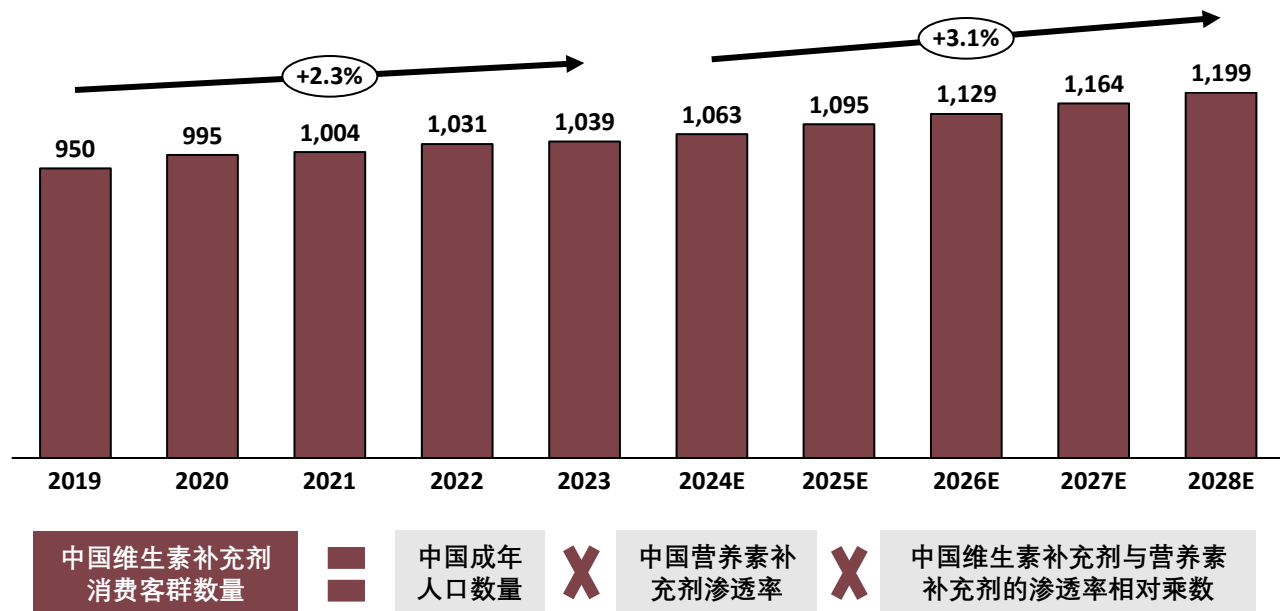


中国补充维生素类保健食品市场规模综述

维生素是维持机体正常运转的必需物质，补充剂市场规模已突破千亿，未来受健康意识提升与政策驱动，规模有望实现稳步扩张

中国补充维生素类保健食品行业市场规模及预测，2019-2028E

单位：亿元



- 历史规模已突破千亿，未来受健康意识提升与政策驱动，预计规模温和增长的趋势将延续

行业规模按项目销售额计，经测算，2019-2023年中国补充维生素类保健食品的行业规模实现从950.3亿元至1,039.0亿元的增长，CAGR为2.3%。预计2024-2028年规模将从1,062.7亿元增至1,199.4亿元，CAGR为3.1%。维生素是人体六大营养素之一，也是维持机体正常运转的必需物质。补充维生素类保健食品发展时间较长，至2021年已突破千亿规模。随着国民营养健康意识持续提升，保健食品行业的政策引导持续加强，预计行业规模将保持温和增长的趋势。

- 量级因子：**中国补充维生素类保健食品的消费客群数量。它由成年人口数与渗透率数据推算而来，也是销售数量的重要基础。2023年中国补充维生素类保健食品的消费客群达到2.2亿人，预计2028年客群将达到2.3亿人。随着社会经济向前发展和健康教育广泛普及，越来越多的消费者认识到维生素的补充对于维护日常健康、预防疾病的重要性，行业的消费客群有望进一步扩大。
- 价级因子：**中国补充维生素类保健食品的平均价格。行业产品属于消费品，平均价格的走势与CPI相近。2023年中国补充维生素类保健食品的均价达到161.0元，预计2028年价格将升至177.8元。

来源：国家统计局、国家市监局、知网、天猫健康、京东、头豹研究院编辑整理

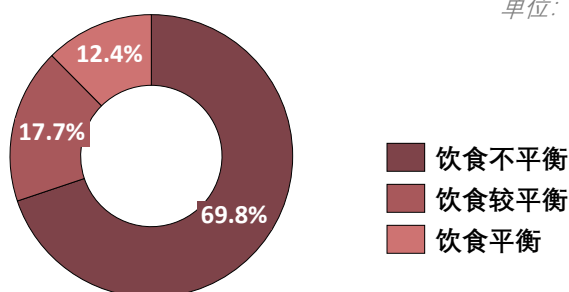
中国补充维生素类保健食品市场发展趋势 (1/2)

中国40至60岁人群普遍存在饮食不均衡问题，并且对维生素的功能认知不及矿物质，行业需求未来仍有较大的提升空间

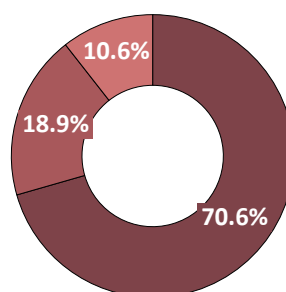
中国40至50岁人群饮食平衡状况构成，2023

中国51至60岁人群饮食平衡状况构成，2023

单位：%

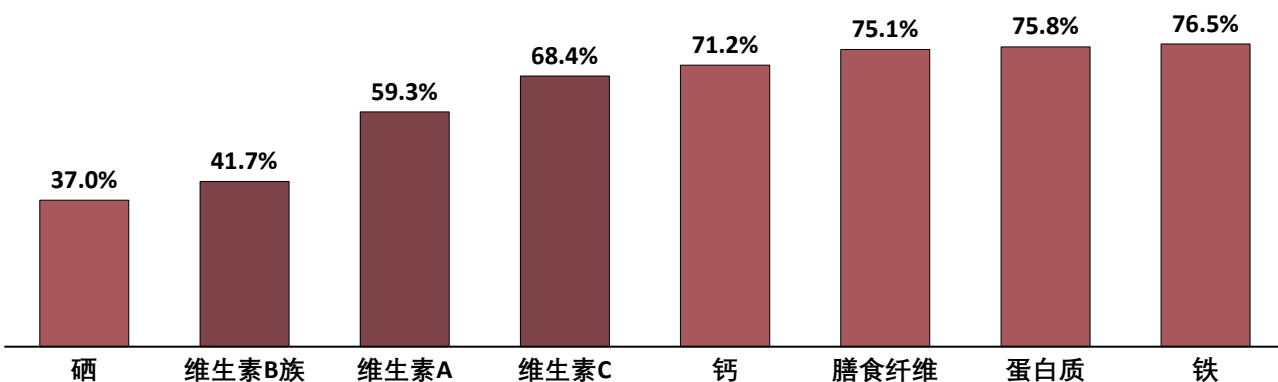


单位：%



中国40至60岁人群对部分营养素主要功能的知晓率构成，2023

单位：%



■ 中老年群体存在显著的饮食不均衡问题，并且目前对维生素功能的认知不足，未来补充维生素类保健食品的需求仍有广阔的增长空间

调研显示，中国40至50岁人群的饮食不平衡人数占比为69.8%，饮食较平衡占17.7%，饮食平衡占12.4%；51至60岁人群的饮食不平衡人数占比为70.6%，饮食较平衡占18.9%，饮食平衡占10.6%。中老年群体普遍存在饮食不均衡的问题，意味着多数中老年人无法从日常饮食中获取足量必需的维生素等营养素。补充维生素类保健食品是改善上述问题的有效途径之一，市场发展空间广阔。

从中国40至60岁人群对部分营养素主要功能的知晓率来看，铁76.5%，钙71.2%，维生素C 68.4%，维生素A 59.3%，维生素B族41.7%。数据体现中老年群体对不同类别营养素功能的认知存在差异，主要维生素的认知度显著低于主要矿物质如铁、钙。功能认知与健康意识密切相关，随着中老年群体对维生素功能的认知度提升，国民健康营养意识随之增加，补充维生素类保健食品的需求也将提升。

来源：知网《中国40~60岁人群营养健康知识和行为调查》、头豹研究院编辑整理

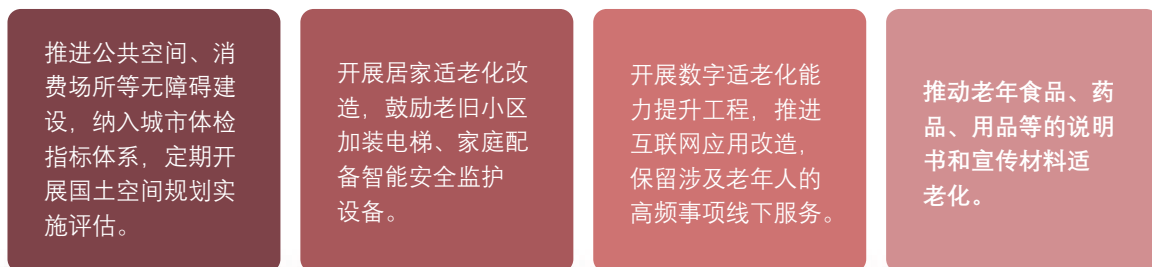
中国补充维生素类保健食品市场发展趋势 (2/2)

银发经济发展元年到来，老年群体的消费意愿日渐增强，政策红利覆盖更多相关企业，行业供需两端均受益

《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》潜力产业分析-强化老年用品创新



《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》潜力产业分析-推进适老化改造



■ 银发经济加速成为经济新赛道，预计对行业供需均产生显著的正向影响

2024年初，国务院印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，这是国家层面首个以银发经济命名的政策文件。银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和，涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大。文件强调要发展潜力产业，指出要“鼓励研发适合老年人咀嚼吞咽和营养要求的保健食品”和“推动老年食品等的说明书和宣传材料适老化”，预计将对行业发展产生显著的积极影响。

- **需求端：**随着社会进入老龄化阶段，人口结构的变化必然带来消费结构的巨大变化，老年消费客群的重要性凸显。而老年人由于身体机能下降，对营养补充的需求更为迫切，政策将极大促进行业需求的提升。
- **供给端：**政策鼓励行业创新发展，为相关企业提供了广阔的市场机遇。企业有望向市场推出更多的符合老年人需求的行业产品，以满足市场日益增长的需求。

来源：中国政府网、头豹研究院编辑整理

Chapter 3

中国补充维生素类保健食品产业链

- 中国补充维生素类保健食品产业链图谱
- 中国补充维生素类保健食品产业链上游分析
- 中国补充维生素类保健食品产业链中游分析
- 中国补充维生素类保健食品产业链下游分析



中国补充维生素类保健食品产业链图谱

维生素补充剂在中国形成完整的产业链，上游主要是原材料生产商及贸易商，中游厂商主要提供产品方案，下游是销售终端与消费者

中国补充维生素类保健食品产业链图谱

上游：补充维生素类保健食品原料供应商

上游厂商主要是原材料生产商及贸易商，包括各种动植物提取物的生产厂商以及部分农产品生产及加工厂商、医药原料制造化学制品厂商，涉及行业有制药、动植物提取物以及农产品生产、加工行业。上游行业新产品研发、新技术应用有利于推动整体补充维生素类保健食品产业链的发展。



中游：补充维生素类保健食品供应商

中游厂商主要提供维生素补充剂的产品方案，包括产品开发（配方研究、工艺设计、产品标准研究和注册支持）和产品生产（订单管理、原料采购、全过程检测和生产及交付），多为毛利表现突出的保健食品公司。截至2024M5，中国已获批准备案的维生素补充剂近10,700件，其中维生素D与维生素C补充剂是行业的重要细分市场。



下游：药店、超市等销售终端及消费者

下游厂商主要是保健食品品牌运营商以及流通领域的各种渠道商。品牌商经营重点在于市场研究、产品营销和推广及市场渠道的拓展；生产服务提供商的优势在重点在于配方研制、产品生产、质量控制及供应链管理。从消费者视角看，维生素补充剂需求日趋专业化和精细化是未来发展的重要趋势。



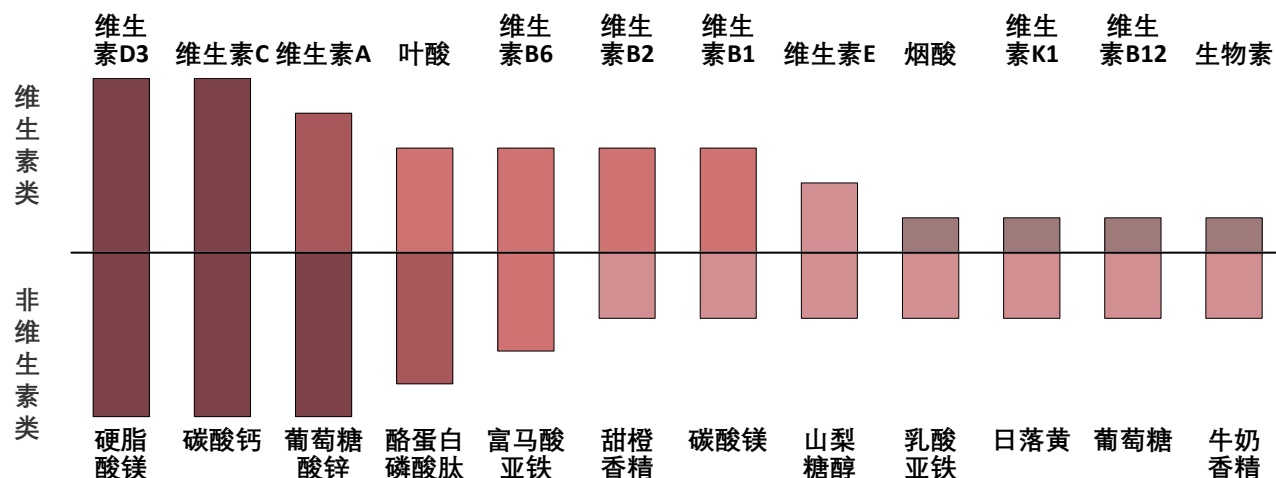
来源：国家市监局、各企业官网、汤臣倍健招股书、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品行业上游分析

市场对于能够促进骨骼健康的行业产品关注度较高，推动上游的创新和突破；并且维生素与矿物质的复配是近年上游原料的重要特征

历年获批注册的补充维生素类保健食品原料构成，2019-2023

单位：%



补充维生素类保健食品原料对应的化合物名称

原料名称		原料名称		原料名称	
营养素	化合物名称	营养素	化合物名称	营养素	化合物名称
维生素A	醋酸视黄酯	烟酸	烟酸	维生素K	维生素K ₁
	棕榈酸视黄酯		烟酰胺		维生素K ₂ (发酵法)
	β-胡萝卜素	叶酸	维生素K ₃ (合成法)		
维生素D	维生素D ₂	生物素	D-生物素	泛酸	D-泛酸钙
	维生素D ₃	胆碱	酒石酸胆碱		D-泛酸钠
维生素B ₁	盐酸硫胺素		维生素C	氯化胆碱	维生素E
	硝酸硫胺素	L-抗坏血酸		D-α-醋酸生育酚	
维生素B ₂	核黄素	L-抗坏血酸钠		D-α-琥珀酸生育酚	
	核黄素5'-磷酸钠	L-抗坏血酸钙		dl-α-醋酸生育酚	
维生素B ₆	盐酸吡哆醇	抗坏血酸棕榈酸酯	dl-α-生育酚	维生素E琥珀酸钙	
维生素B ₁₂	氰钴胺				

■ 在技术方法持续完善的背景下，维生素与矿物质的复配组合已成为近年来上游原料行业发展的重要趋势

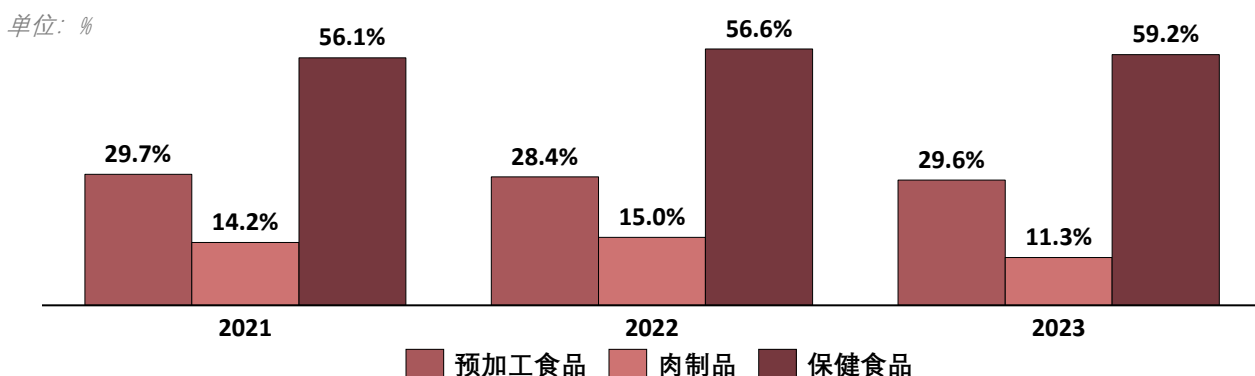
根据国家市监局披露的保健食品注册数据，维生素补充剂的主要原料包括维生素类和非维生素类两类。从维生素类看，以维生素D₃和维生素C为原料的产品最多，其次是维生素A，再次是部分维生素B族，中下游市场对能够促进骨骼健康产品的高度关注影响至上游的原料供应；从非维生素类看，以硬脂酸镁、碳酸钙和葡萄糖酸锌为原料的产品最多，三者均为矿物质原料。受技术进步与科技创新驱动，维生素与矿物质营养素的复配组合在上游生产的重要性凸显，该趋势在未来将延续。

来源：国家市监局、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品行业中游分析 (1/2)

中游保健食品公司毛利水平高于其他传统食品，而细分维生素补充剂市场的数量增长不及整体，与营养健康需求日益精细化有关

中游食品加工公司毛利率对比，2021A-2023A

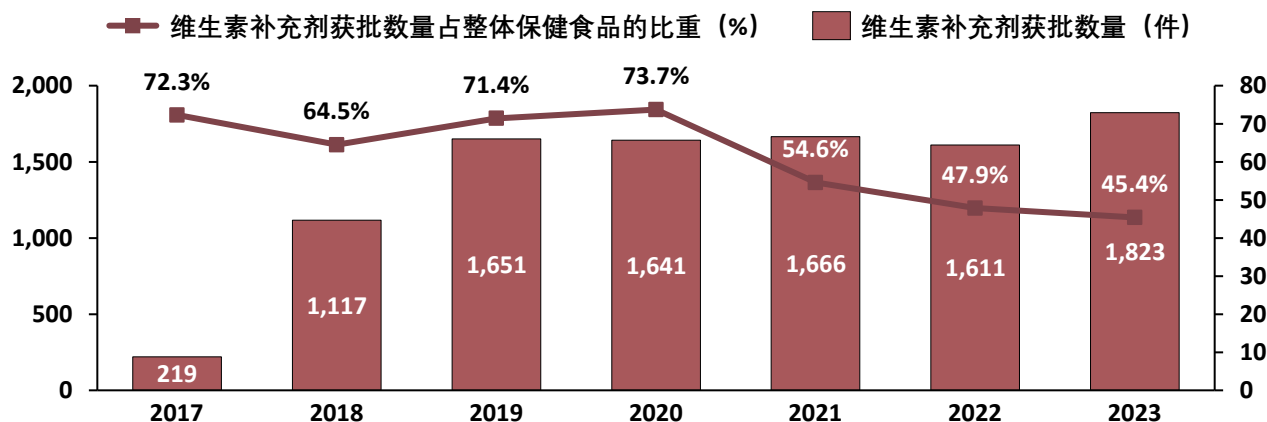


■ 中游保健食品公司盈利水平较高，细分维生素补充剂增长不及整体

对比中游各细分食品加工公司的毛利率，2021-2023年保健食品公司的平均毛利率分别为56.1%、56.6%和59.2%，显著高于预加工食品公司和肉制品公司。保健食品能够提供特定的健康益处或辅助治疗效果，市场溢价能力显著，保健食品公司因此获得更多的定价自由度和品牌忠诚度，毛利空间有所提升。

数据显示，2017-2023年中国已获批备案的维生素补充剂数量从219件升至1,823件，占整体保健食品数量的比重从72.3%降至45.4%。行业产品数量经历显著的增长，但速度不及整体市场。维生素补充剂属于传统的保健食品，而随着消费者健康意识提升，需求日益精细化，市场不再仅满足于单一维生素补充剂，而是转向追求更全面、个性化的健康解决方案。同时，科技创新在助力新原料的研发与应用。

中国获批备案的补充维生素类保健食品数量，2017-2023



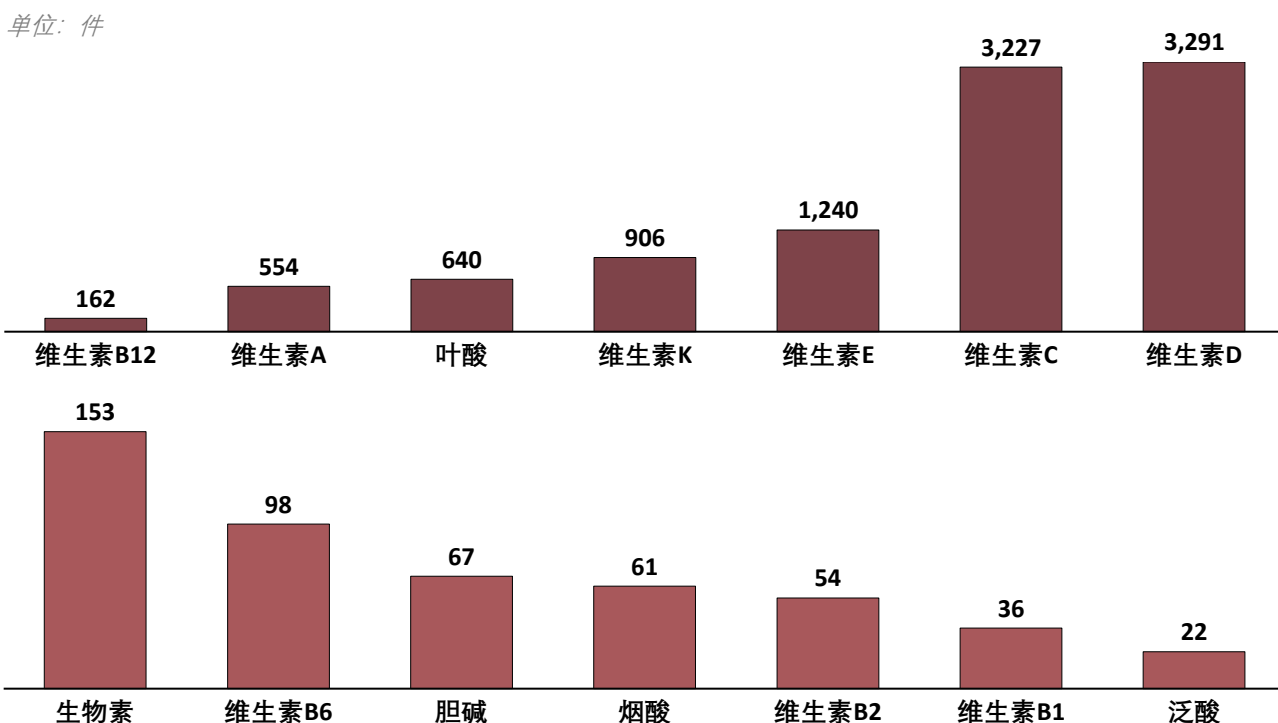
注：该处的维生素补充剂从产品名称中提取。

来源：国家市监局、各公司公告、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品行业中游分析 (2/2)

市场上维生素补充剂品种丰富，细分间规模差异显著，其中维生素D与维生素C领先于其他品类，与二者的多维度健康益处有关

中国获批备案的补充维生素类保健食品构成，2024M5



注：该处的各细分维生素补充剂均从产品名称中提取。

■ 维生素D与维生素C补充剂是行业核心的细分市场，原因在于二者能带来更多的健康效益

截至2024年5月，在中国已获批备案的补充维生素类保健食品中，维生素D与维生素C的补充剂数量远远超过其他维生素补充剂，其次是维生素E、维生素K，再次是叶酸、维生素A和维生素B₁₂。泛酸补充剂的数量相对较少。维生素D和维生素C补充剂是行业重要细分市场，与其多重功效有关。

- 维生素D并不直接参与人体内的生理活动，主要转化为其他活性形式来促进钙吸收，再调节体内的生理活动。同时，维生素D具有一定的免疫调节作用，在干眼病、圆锥角膜等眼表疾病和术后结果中的作用获得了广泛的关注。此外，维生素D被认为是一种多效性激素，在不同精神疾病的病因学和病理生理学中均有作用，包括情绪障碍。
- 维生素C又称抗坏血酸，补充其能有效预防坏血症，也能改善牙周炎患者的术后结果，更能辅助幽门螺旋菌的治疗。此外，维生素C在胶原蛋白的形成中具有重要的作用。

来源：国家市监局、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品行业下游分析

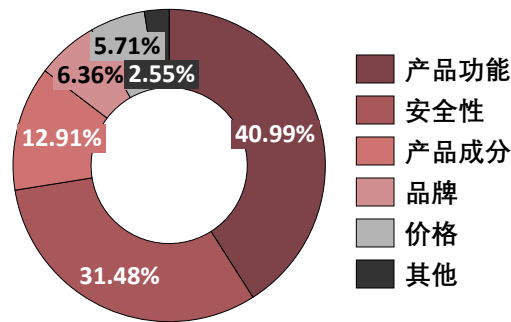
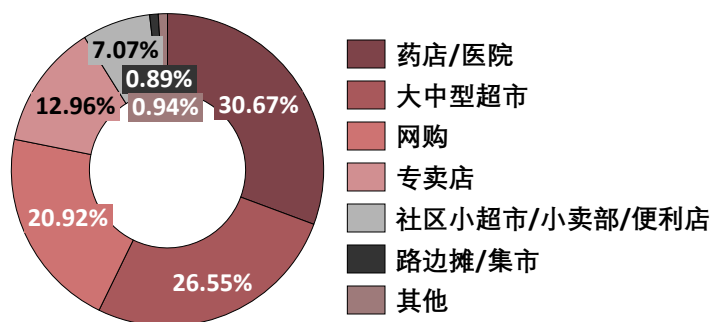
从购买渠道和重视因素看，保健食品消费趋于理性；维生素补充剂产品功能诉求日趋细分化和专业化

保健食品的购买渠道构成，2023

购买保健食品的重视因素构成，2023

单位：%

单位：%



保健食品消费趋于理性谨慎，行业需求细分化和专业化是未来发展的重要趋势

从消费者的购买渠道看，有30.67%的居民通过药店/医院购买，26.55%通过大中型超市购买。在保健食品认知度较低背景下，消费者选购时往往采取谨慎的态度，倾向于通过认知中较为可靠和安全的渠道进行购买。药店和医院等监管严格且与保健食品紧密相关的机构成为首选的购买场所。

从消费者购买的重视因素看，有41.0%的居民注重保健食品的功能，31.5%注重安全性。公众的健康意识逐渐增强，居民购买保健食品的动机往往是追求调节和改善身体机能，因此产品功能成为消费时首要考虑的因素。

随着生活方式的改变和健康意识的提升，维生素补充剂产品功能诉求不断细分化和专业化，包括针对特定人群的精准适配，这已成为未来发展的重要趋势。

历年获批注册的补充维生素类保健食品适用人群，2019-2023

产品名称	适宜人群	不适宜人群
三九鑫牌钙铁锌维A咀嚼片	需要补充钙、铁、锌、维生素A的7~10岁儿童及成人	6岁以下人群、孕妇、乳母
普德牌多种维生素矿物质咀嚼片	需要补充多种维生素、铁、锌、铬的4-6岁人群	3岁以下人群
优莱美牌钙铁锌硒维生素E软胶囊	需要补充钙、铁、锌、硒、维生素E的成人	17岁以下人群、孕妇、乳母
哈贝高钙维C酪蛋白磷酸肽咀嚼片	需要补充钙、维生素C的成人	17岁以下人群、孕妇、乳母
贝蜜儿牌多种维生素多种矿物质咀嚼片	需要补充多种维生素及矿物质的4-10岁少年儿童	4岁以下人群
阿尔法润康牌多种维生素矿物质片	需要补充多种矿物质和维生素的4-10岁人群	3岁以下人群
天灿酪蛋白磷酸肽维生素D钙软胶囊	需要补充钙、维生素D的7-17岁人群、成人、孕妇、乳母	6岁以下人群
博诚牌钙镁维生素K咀嚼片（甜玉米味）	需要补充钙、镁、维生素D、维生素K的成人	17岁以下人群、孕妇、乳母
维力健牌多种矿物质维生素C咀嚼片	需要补充钙、铁、锌、维生素C的4-10岁人群及成人	3岁以下人群、孕妇、乳母

来源：CNKI《中国城镇居民保健食品认知、态度、消费行为分析及产业发展对策》

Chapter 4

中国补充维生素类保健食品竞争格局

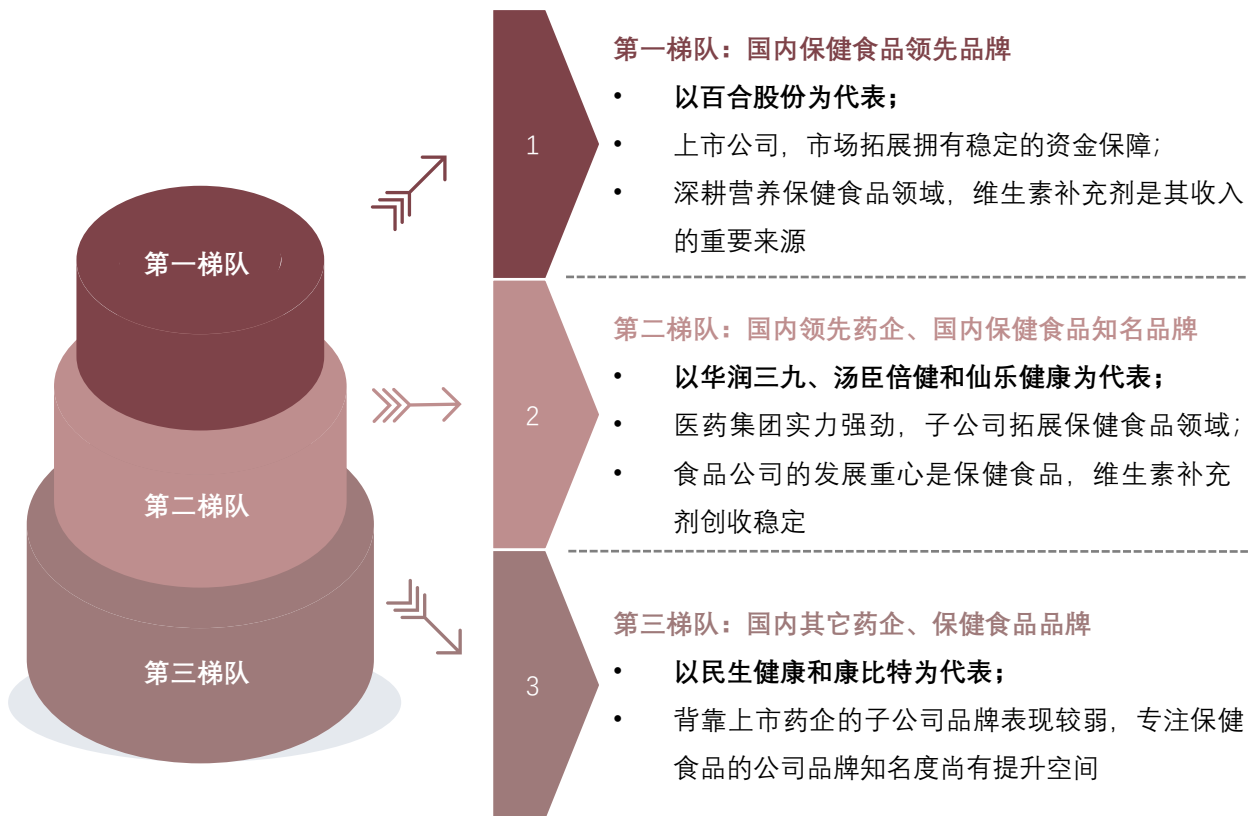
□ 中国补充维生素类保健食品行业竞争格局分析



中国补充维生素类保健食品行业竞争格局综述

行业是保健食品的重要细分赛道，参与者众多，包括大型药企旗下的子公司与主营保健食品的公司两类

中国补充维生素类保健食品行业竞争格局



■ 企业在补充维生素类保健食品的覆盖程度是划分梯队的重要依据

中国维生素补充剂行业的参与者众多，一类是背靠大型医药集团的子公司，另一类是专注保健食品业务的食物公司，可划分为三大梯队：第一梯队以百合股份为代表；第二梯队以华润三九和汤臣倍健为代表；第三梯队以民生健康和康比特为代表。

- 第一梯队：公司成功上市，主营是营养保健食品业务，市场拓展享有充足的资金支持；在维生素补充剂领域，公司的产品数量及其可补充的维生素种类居于领先地位，并且具备一定的科研创新能力，在业内最具有竞争优势。
- 第二梯队：领先医药集团子公司的科研实力强劲，品牌影响力高，业内竞争优势突出；知名保健食品公司具有更高的市场灵活性，能更快适应市场需求的变化，在业内也存在一定的竞争力。
- 第三梯队：部分医药集团对保健食品业务的关注度有限，而部分保健食品品牌的发展重心不是维生素补充剂这一子市场，在业内竞争中处于弱势的地位。

来源：头豹研究院编辑整理

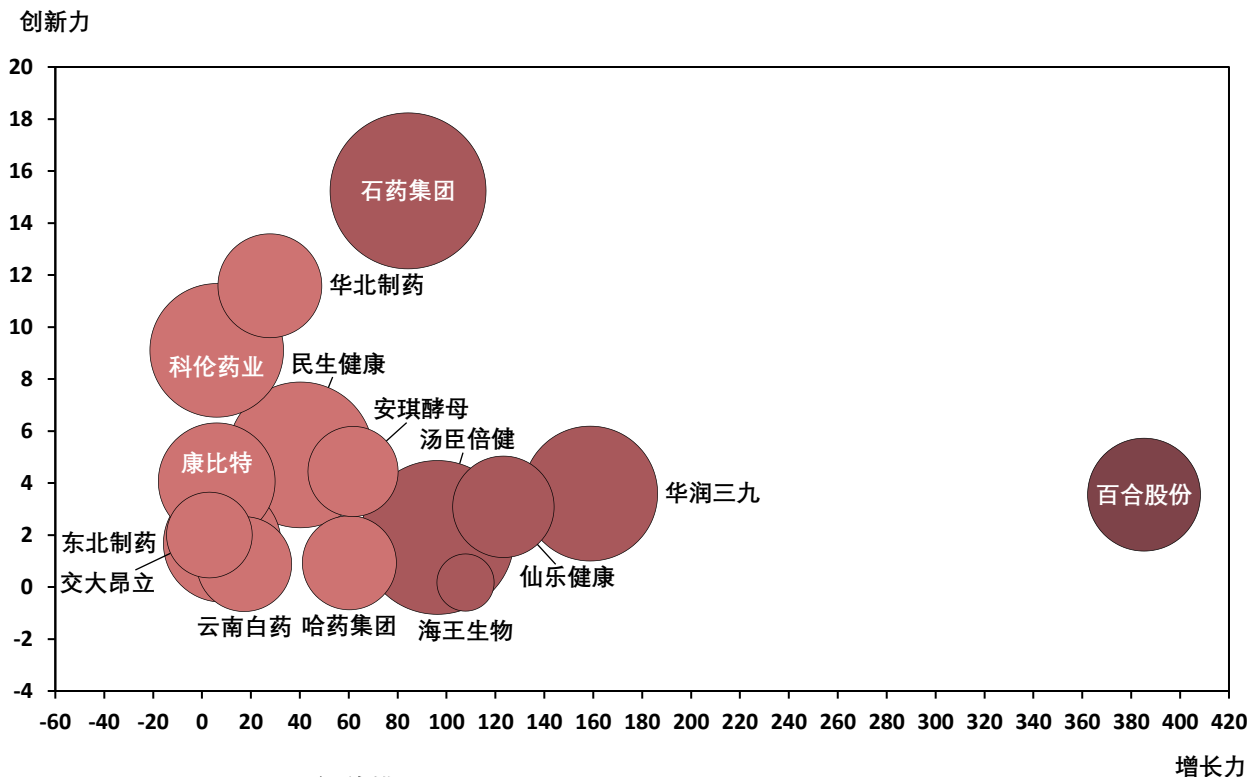
中国补充维生素类保健食品行业竞争格局：评价依据

从增长力、创新力和成本控制力三个维度出发，其中增长力是模型的核心指标

中国补充维生素类保健食品企业竞争格局评价模型

维度	细分指标	指标要点
增长力	覆盖深度	根据国家市监局，统计截至2024年5月，企业已获批备案的维生素补充剂细分品类，含维生素A、维生素D等14种。产品每补充1种维生素，计5分；仅说明补充多种维生素，计5.5分。得分越高，产品可补充的营养素越多，覆盖行业越深，越能驱动收入增长。
	覆盖广度	根据企业公开数据，以服务人数最多且激光类医美服务创收的品牌门店为例，统计截至2024年5月13日门店拥有的激光类医美相关项目数量。可选的服务项目越多，越能吸引更多客群，越能驱动收入增长。
创新力	研发费用率	根据公司公告，统计各企业2023年的研发费用率水平，体现公司的科研创新能力。
成本控制力	毛利率	根据公司公告，统计各企业2023年的毛利率水平，体现公司的成本控制能力。

中国补充维生素类保健食品行业竞争格局气泡图



■ 评价模型：

本报告从增长力、创新力和成本控制力三个维度出发，并细化为4个关键指标，构建中国维生素补充剂行业竞争格局评价模型。其中，增长力是模型的核心指标，也是行业梯队划分的首要考量因素。医药子公司和保健食品公司在维生素补充剂行业的覆盖程度是其增长力的重要表现，包括覆盖深度与覆盖广度两项指标。

来源：头豹研究院编辑整理

Chapter 5

中国补充维生素类保健食品企业分析

- 百合股份
- 汤臣倍健
- 民生健康



中国补充维生素类保健食品企业介绍：百合股份

百合股份坚持自主品牌，主要产品包括基础营养如维生素、矿物质和蛋白质等类别

威海百合生物技术股份有限公司——企业介绍

企业名称： 百合股份

成立时间： 2005年



总部地址： 山东省威海市

经营范围： 保健食品制造

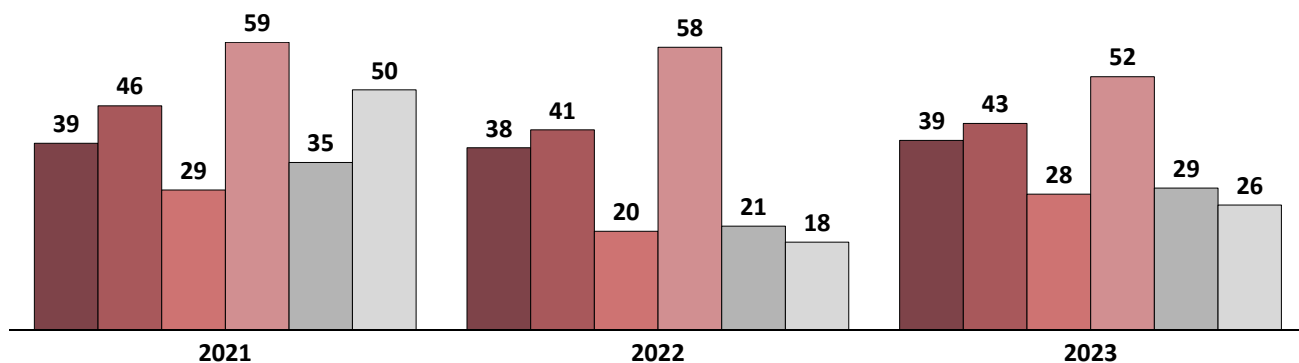
百合股份是专业从事营养保健食品研产销的国家高新技术企业，已形成软胶囊、硬胶囊、片剂、粉剂、口服液、滴剂、瓶装饮品及袋装饮品等多剂型、规模化的生产能力。

百合股份不仅为国内外营养保健食品品牌运营商提供合同生产服务，还积极发展自主品牌，目前拥有“百合康”、“福仔”、“鸿洋神”及“足力行”等自主品牌。从产品类别来看，公司产品主要分为骨骼健康、基础营养（维生素、矿物质、蛋白质）、男性健康、女性健康、心脑血管、婴幼/儿童/青少年健康、中老年健康等类别。

百合股份各业务毛利率，2021-2023

单位：%

■ 软胶囊 ■ 片剂 ■ 粉剂 ■ 硬胶囊 ■ 功能饮品 ■ 组合及其他



■ 公司保健食品剂型覆盖软胶囊、硬胶囊等，产品结构优势突出

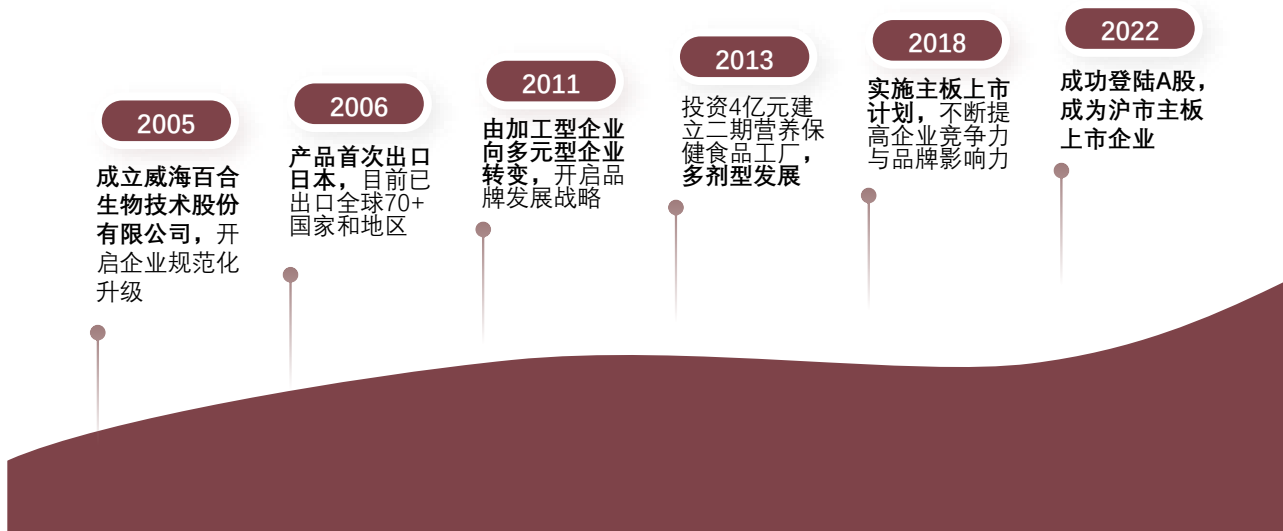
公司的产品结构较为丰富全面，产品剂型涵盖软胶囊、硬胶囊、片剂、粉剂、口服液、滴剂、瓶装饮品及袋装饮品等，并且各剂型均形成规模化生产能力。同时，公司已取得保健食品批准证书及备案凭证的配方990个，能够为基础营养（维生素、矿物质、蛋白质）、心脑血管健康、中老年健康等需求提供全方位营养补充，可满足家庭和中老年人等不同类型消费群体的多样化健康需求。从业务看，2021-2023年公司硬胶囊保健食品的毛利率最高，维持在50%至60%的水平；其次是片剂保健食品的毛利率，维持在40%至50%的水平。

来源：公司公告、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品企业介绍：百合股份

百合股份拥有“百合康”、“福仔”和“足力行”等自主品牌，可满足家庭、婴幼儿和中老年人等不同类型的消费群体的多样化健康需求

百合股份发展历程



百合股份品牌矩阵



百合康：全家型基础营养保健食品品牌

OTC渠道品牌发展增速黑马之一，目前已与全国百余家主流连锁药店及代理商合作，在连锁药店保持多年高回购率，深受消费者青睐



盈养元：魅力女性营养保健食品品牌

为中国女性提供更多创新营养保健食品，致力成为中国连锁药店第一大流量品牌



鸿洋神：平价快销营养保健食品品牌

以优势单品为核心，特色品种作班底，复方新品为补充，对渠道持续让利，对消费者实行平价销售



足力行：骨骼健康营养保健食品品牌

以产品配方设计为主导，在产品研发、营养配比、配方含量、产品口味等方面加大投入与升级



福仔：孕婴童优质营养保健食品品牌

百合股份旗下专注婴童营养品牌，提供专业孕婴童营养补充剂，致力打造中国孕婴童营养补充剂领导品牌



能智健：活力男士营养保健食品品牌

百合股份男性健康新品牌，以市场需求为导向，为中国男性健康营养保健食品行业赋能

■ 公司拥有“百合康”等六个品牌，可满足婴幼儿、中老年人和高端人士等不同类型的消费群体的多样化健康需求

公司推行主辅结合、全面与专业结合的多品牌战略，在为国内外营养保健食品品牌运营商提供合同生产服务的同时，还积极发展自主品牌。公司目前拥有“百合康”、“福仔”、“鸿洋神”和“足力行”等自主品牌，分别针对家庭、婴幼儿、高端人士、中老年人等消费群体，其中“百合康”在行业内已具有较高的品牌知名度。

来源：公司官网、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品企业介绍：汤臣倍健

汤臣倍健深耕保健食品制造，是膳食营养补充剂的行业领先者，形成了全品类、全人群覆盖的产品线布局

汤臣倍健股份有限公司——企业介绍



企业名称： 汤臣倍健



成立时间： 1995年



总部地址： 广东省珠海市



经营范围： 食品制造



■ 汤臣倍健创立于1995年，2002年系统地将膳食营养补充剂引入中国非直销领域，2010年在深交所创业板挂牌上市，并迅速成长为中国膳食营养补充剂领导品牌和标杆企业。

■ 依托预防医学和现代营养科学，公司建立了全品类、全人群、全覆盖的膳食营养补充剂科学体系，培育出领先品牌“汤臣倍健”后不断拓展细分专业品牌，先后推出了科学骨关节营养品牌“健力多”、年轻人的新营养品牌“YEP”、眼部营养专家“健视佳”、肝健康养护专家“健安适”等。

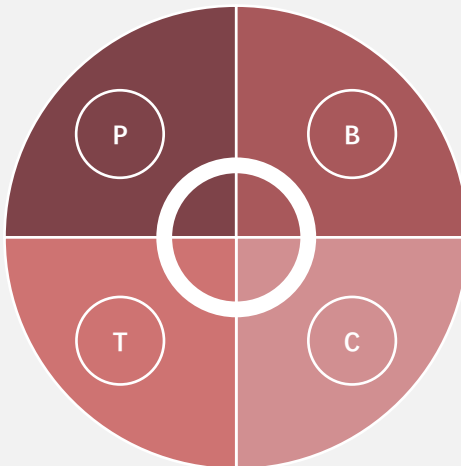
汤臣倍健竞争优势分析

产品力

公司在全球范围内科学甄选优质原料，以全球原料的品质优势战略，在产品普遍同质化中形成品质差异化的核心竞争力。

科技力

公司通过自有发明专利原料及配方研发、新功能及重功能大单品产品研发、抗衰老及精准营养等前瞻性基础研究及成果转化等月亮目标的逐步实施落地，持续打造汤臣倍健“硬科技”产品力。



品牌力

在“科学营养”战略下，公司持续创建以科学为核心的品牌竞争力，传递极致科学营养精神，以科技力提升品类信赖度和品牌溢价力。

渠道力

公司覆盖药店、商超、母婴店等线下零售终端，拥有优质的经销商和零售终端资源，通过实施大单品战略、线下销售变革及搭建强业务中台等保持并扩大在线下渠道的市场领先优势。

■ 汤臣倍健实施“科学营养”战略，逐步成长为全球膳食营养补充剂行业领先企业

2021年，汤臣倍健成为中国国家队运动食品及营养品供应商。公司“科学营养”战略的实施，高度聚焦科技核心竞争力的打造，同时持续夯实产品力、品牌力、渠道力、服务力等核心竞争力，巩固和提升市场领先优势。

来源：公司官网、公司公告、头豹研究院编辑整理

中国补充维生素类保健食品企业介绍：汤臣倍健

汤臣倍健聚焦维生素补充剂产品的发展，对比经销与线上直营，后者对消费者需求的精准把握显著提升毛利水平

汤臣倍健新增保健食品备案凭证，2023

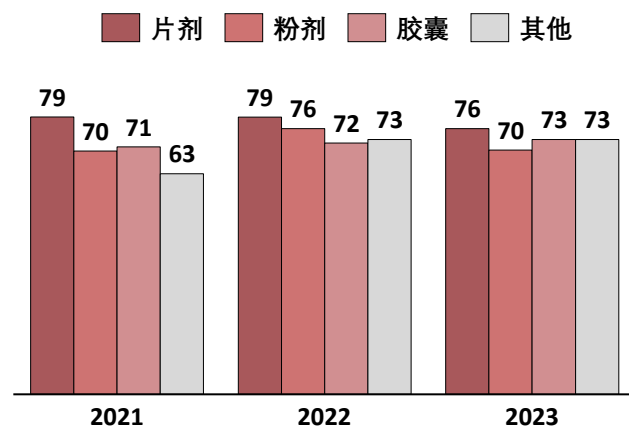
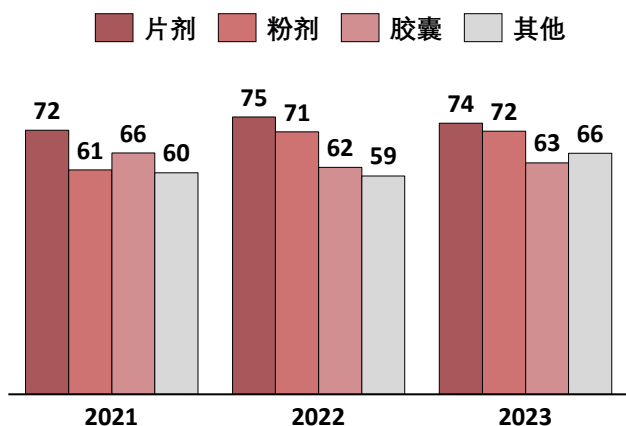
名称	取得备案凭证时间	取得方式	批准文号
Pentavite®多种矿物质口服液	2023/4/5	原始取得	食健备G202344000946
倍儿健®钙锌维生素D维生素K咀嚼片	2023/5/9	原始取得	食健备G202344001367
Yep®维生素C含片（柠檬味）	2023/6/2	原始取得	食健备G202344001662
全益能®褪黑素片	2023/7/24	原始取得	食健备G202344002245
全益能®维生素C咀嚼片	2023/8/21	原始取得	食健备G202344002535
全益能®维生素C咀嚼片（甜橙味）	2023/8/25	原始取得	食健备G202344002640
维满®B族维生素咀嚼片	2023/8/25	原始取得	食健备G202344002641
全益能®钙维生素D维生素K软胶囊	2023/9/4	原始取得	食健备G202344002737
维满®维生素E软胶囊	2023/9/19	原始取得	食健备G202344002936

公司经销模式各产品毛利率，2021-2023

公司线上直营模式各产品毛利率，2021-2023

单位：%

单位：%



■ 公司维生素补充剂稳定增收，线上直营模式显著提升毛利空间

根据公司公告，汤臣倍健在2023年新增的9件保健食品备案凭证中有7件是维生素补充剂。公司的主营产品是膳食营养补充剂，以维生素、矿物质、动植物提取物及其它生物活性物质等为主要原料制成，补充维生素类保健食品是其重要的收入来源。

从经销模式看，2021-2023年公司片剂产品的毛利率最高，维持在70%至75%的水平；从线上直营模式看，2021-2023年公司片剂产品的毛利率维持在75%至80%的水平。公司在线上主要依托天猫、京东等平台，销售产品覆盖增强免疫力类、女性健康类、骨骼健康类及维生素类等品种。线上直营模式的高效性以及对于消费者需求的精准把握，使得公司能够较大提升产品附加值，从而获得了更高的利润空间。

来源：公司公告、头豹研究院编辑整理

头豹业务合作

数据库/会员账号

- 官网原创报告畅读
- 百万行业数据权限
- 数据库API接口服务

定制报告

- 多模态搜索引擎
- 行企研究数据库
- 募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

- 细分行业现状梳理
- 行业未来趋势洞察
- 深度研究报告产出

市场地位声明

- 评估及调研确认客户竞争优势
- 助力企业品牌影响力广泛传播

招股书引用

- 覆盖国民经济19+核心产业
- 内容可授权引用至上市文件以及企业年报中

行研训练营

- 依托完整行业研究体系
- 助力学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

联系方式

客服电话：400-072-5588

官方网站：www.leadleo.com

合作邮箱：service@leadleo.com

办公地址：深圳市华润置地大厦E座4105室

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。