

中国益生菌保健食品行业洞察：市场规模迈向189亿元，竞争格局重塑与消费行为深度解析

Read Gut Microecology--Chinese Probiotics Health Food Market Landscape and Consumer Behavior Insight

腸内微生物叢を1つの記事で理解する——中国のプロバイオティクス健康食品市場の動向と消費行動の分析

报告标签：益生菌保健食品，胃肠健康益生菌，需求多元发展，口腔健康益生菌，抗炎功效价值

主笔人：荆婧

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

中国益生菌保健食品市场已进入快速发展阶段，消费者健康意识提升驱动产品需求多元化，企业加速布局功能性菌株研发与临床验证。随着肠道微生态研究的深入，益生菌产品从传统肠道调节向免疫平衡、代谢干预等精准化方向延伸，技术创新与消费需求升级共同推动行业标准化进程。

在胃肠健康领域，保健食品市场呈现高度专业化趋势。针对慢性消化系统疾病高发及亚健康人群需求，产品功能聚焦于菌群调节、黏膜修复及炎症抑制，剂型创新（如缓释胶囊、靶向递送系统）与人群定制化方案成为竞争焦点。消费场景从疾病干预延伸至日常健康维护，儿童与老年群体成为核心增量市场。

口腔健康保健食品作为新兴赛道，正从传统口腔护理向微生态调控转型。基于口腔菌群平衡理论的产品开发加速，涵盖龋齿预防、牙周健康维护及术后恢复支持等功能。企业通过跨学科技术融合（如生物膜抑制、缓释抗菌肽）提升产品效能，同时推动消费认知从“清洁护理”向“生态养护”升级，开拓中高端市场空间。

本文从政策监管体系、菌株技术创新、消费行为变迁等维度对中国益生菌保健食品市场进行深度解析，另从功能靶点突破、剂型适配性优化、渠道场景重构等角度对胃肠健康与口腔健康细分市场展开现状分析。展望未来，行业将围绕精准菌株筛选、多组学技术应用及跨场景解决方案深化布局，推动健康食品向个性化、数据化方向演进，构建全生命周期健康管理生态。

■ 中国益生菌保健食品行业政策体系趋于完善，不同发展阶段监管重心及技术路径存在差异

益生菌行业政策发展呈现阶段性特征：早期通过《植物新品种保护条例》及菌种名单建立准入框架，明确菌株资源保护与商业化应用边界；中期以“十一五”科技专项驱动基础研究突破，推动菌株功能验证与发酵工艺升级；近年来《益生菌食品》团体标准及活菌率分级规范强化质量控制体系，引导行业向标准化、功能化转型。政策重心已从基础菌种管理延伸至临床价值验证、生产质控及消费场景创新，企业需在菌株知识产权布局、临床循证研究及剂型适配性三个维度构建核心竞争力，以应对日趋严格的监管要求与消费端精细化需求。

■ 监管部门放宽准入剂型以满足消费者多元化需求，产品形态创新成为创造市场增量的重要因素

伴随职场群体饮食不规律现象加剧，消费者对益生菌产品的便携性与适口性诉求显著提升。政策端通过新增粉剂、凝胶糖果等备案剂型，推动企业加速开发即食粉、果冻等场景适配型产品；市场端则依托便捷剂型的快速渗透，形成以粉剂为主导、功能零食化为延伸的消费格局。企业通过小包装设计及即服体验优化，精准匹配通勤与职场场景需求，带动品类从传统胶囊向多元化形态迭代，驱动胃肠健康益生菌市场扩容进入快车道。

■ 口腔益生菌市场扩容由医疗资源提升和科学认知升级双因素驱动

中国口腔专科医院数量持续增长，2021年突破千家并预计2024年达1,200家，诊疗可及性提高推动居民口腔健康管理需求。同时，超70%居民了解益生菌功效，半数以上认知到活性与有效性关联，科学健康意识促使口腔益生菌接受度从2018年不足10%升至2023年近15%。医疗基础建设与居民认知升级共同为口腔益生菌创造发展空间，未来随口腔问题检出率提升，市场将持续扩容。

目录

◆ 中国益生菌行业全景洞察

- 益生菌保健食品的作用机制
- 中国益生菌保健食品发展沿革
- 益生菌保健食品行业监管体系解读

◆ 中国胃肠健康益生菌赛道概览

- 胃肠健康益生菌功能用途分类
- 中国胃肠健康益生菌行业产业链全局概览
- 中国胃肠健康益生菌行业市场规模逻辑与测算
- 中国胃肠健康益生菌行业竞争格局总览
- 发展驱动因素 (1/2) —高价产品购买力提升，带动市场扩张
- 发展驱动因素 (2/2) —便携产品受青睐，促进市场多元发展
- 行业长期展望 (1/2) —“益生菌+中药”协同作用优势促创新
- 行业长期展望 (2/2) —婴幼儿益生菌产品重定位成发展新趋势

◆ 中国口腔健康益生菌赛道概览

- 口腔健康益生菌功能用途分类
- 中国口腔健康益生菌行业产业链全局概览
- 中国口腔健康益生菌行业市场规模逻辑与测算
- 中国口腔健康益生菌行业竞争格局总览
- 发展驱动因素 (1/2) —医疗资源与居民健康意识助力市场扩容
- 发展驱动因素 (2/2) —市场多元化需求引导玩家多维竞争
- 行业长期展望 (1/2) —菌株抗炎潜力及功效价值成为发展重心
- 行业长期展望 (2/2) —益生菌入药成趋势，监管体系面临变革

◆ 方法论

◆ 法律声明

Contents

◆ Comprehensive Insights into China's Probiotics Industry

- Mechanism of Action of Probiotic Health Foods
- Development History of Probiotic Health Foods in China
- Interpretation of the Regulatory Framework for the Probiotic Health Food Industry

◆ Overview of China's Gastrointestinal Health Probiotics Market

- Classification of Functional Uses of Probiotics for Gastrointestinal Health
- Comprehensive Overview of the Industrial Chain for Probiotics for Gastrointestinal Health in China
- Market Size Logic and Calculation for the Probiotics Market for Gastrointestinal Health in China
- Overview of the Competitive Landscape in China's Probiotics Industry for Gastrointestinal Health
- Development Drivers (1/2)— Increased Purchasing Power for High-Priced Products Drives Market Expansion
- Development Drivers (2/2) — Portable Products Gain Favor, Promoting Market Diversification
- Long-Term Outlook (1/2) — Synergistic Advantages of “Probiotics+Traditional Chinese Medicine” Drive Innovation
- Long-Term Outlook (2/2) — Repositioning of Infant Probiotic Products Emerges as a New Development Trend
- Overview Of China's Oral Health Probiotics Market

◆ Overview of China's Oral Health Probiotics Market

- Classification of Functional Uses of Oral Health Probiotics
- Comprehensive Overview of the Chinese Oral Health Probiotics Industry Supply Chain
- Logic and Calculation of the Chinese Oral Health Probiotics Market Size
- Overview of the Competitive Landscape in the Chinese Oral Health Probiotics Industry
- Development Drivers (1/2) — Medical Resources and Residents' Health Awareness Drive Market Expansion
- Development Drivers (2/2) — Diversified Market Demand Guides Multi-Dimensional Competition Among Players
- Long-Term Outlook (1/2) — The Anti-Inflammatory Potential and Efficacy Value of Probiotic Strains Become the Focus of Development
- Long-Term Outlook (2/2) — Probiotics Entering the Pharmaceutical Market Become a Trend, Regulatory Framework Faces Transformation

◆ Methodology

◆ Legal Statement

Chapter 1

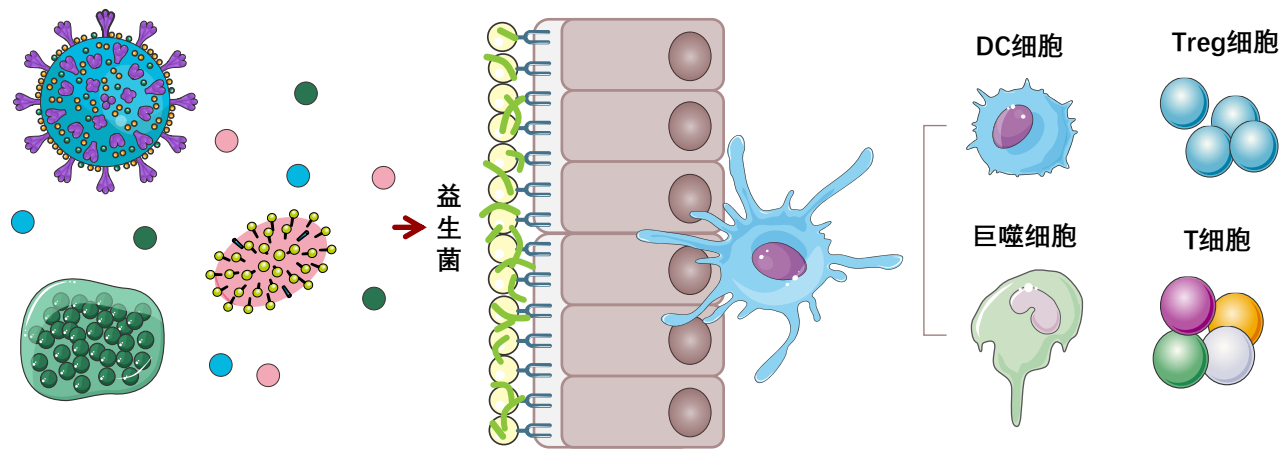
中国益生菌行业全景洞察

- 益生菌保健食品的作用机制
- 中国益生菌保健食品发展沿革
- 益生菌保健食品行业监管体系解读

■ 益生菌保健食品的作用机制

益生菌通过竞争性排除抑制病原体定植重塑菌群平衡，强化上皮屏障完整性降低炎症风险，增强黏膜粘附巩固微生态稳定性，分泌抗菌物质阻断致病侵袭，并动态调节免疫应答促进系统性健康增益

益生菌在人体内的作用机制



- 益生菌是一类定植在人体内环境中的活性微生物，足量摄入可改变宿主某一部位菌群构成。通过多维度作用机制，益生菌对人体可产生系统性健康调节作用。
- 益生菌保健食品的健康效益涵盖以下关键维度：
 - 竞争性排除病原微生物
益生菌可通过争夺胃肠道内营养资源结合受体位点，挤压致病菌生存空间从而抑制其定植，进而重建肠道菌群动态平衡。基于此，益生菌可有效降低病原微生物负荷，减少肠道感染风险，并通过生态位竞争维持菌群稳态。
 - 增强上皮屏障完整性
通过上调黏蛋白表达水平以及调控肠道上皮蛋白分布，益生菌可强化肠道黏液层物理屏障功能，降低肠黏膜通透性，从而减少内毒素及病原体跨膜易位，缓解肠道炎症及相关代谢紊乱症状。
 - 提升黏膜粘附与定植
益生菌表面粘附素可与肠上皮细胞特异性结合，形成稳定生物膜定植层，延长其在肠道内的功能时效。通过局部微环境酸化及代谢产物分泌，进一步抑制病原体繁殖，巩固肠道微生态稳定性。
 - 抑制病原体粘附与侵袭
益生菌可通过分泌细菌素等竞争性代谢物，以及物理性占据病原体靶向位点，阻断致病菌与肠黏膜的初始结合，从而直接抑制病原体定植与侵袭过程，降低感染性腹泻及肠道炎症发生率。
 - 免疫系统动态调控
通过激活巨噬细胞、NK细胞等固有免疫组分功能，益生菌可促进抗炎因子分泌，抑制过度炎症反应，从而增强宿主免疫防御效能，改善过敏性疾病及自身免疫性肠病病理进程。

来源：Probiotics, Metagenics Institute, NIH, 头豹研究院

中国益生菌保健食品发展沿革

中国益生菌法规体系持续完善，菌种准入与剂型备案双轨并进推动行业规范化发展。科研攻关纵深拓展至免疫解码前沿领域，团体标准建设协同临床共识深化产业升级，引领益生菌行业向科学化标准化纵深演进

中国益生菌保健食品发展沿革	
1997年	《中华人民共和国植物新品种保护条例》开始实施，对食用菌新品种也给予保护，可通过此条例对食用菌新品种申请保护；
2001年	中国卫生健康委员会颁布《可用于保健食品的菌种名单》；
2002年	中国卫生部颁发《卫生部关于印发真菌类和益生菌类保健食品评审规定的通知》；
2003年	中国卫生部批准罗伊氏乳杆菌（Lactobacillus Reuteri, L. Reuteri）成为可用于保健食品的益生菌菌种，截至当时，中国市场中可用于保健食品的益生菌菌种增加到10种。
2005年	药监局颁布《保健食品注册管理办法（试行）》；
2009年	继中国“九五”、“十五”将益生菌研究列为重大科研项目后，科技部再次将益生菌的研究“乳酸菌资源库建设及益生菌发酵剂和制剂产业化示范”重点项目课题列入“十一五”科技项目；
2010年	中国卫生部办公厅发布可用于食品的菌种名单，共计21种；
2013年	根据《食品安全法》及其实施条例，中国卫生部对已批准的可用于食品的菌种进行安全性评估，制定了《可用于婴幼儿食品的菌种名单》；
2016年	中华预防医学会微生物学分会发表《中国消化道微生态调节剂临床应用专家共识（2016版）》，提出益生菌可发挥生物屏障功能病参与免疫应答调节，可激活或调节人体胃肠道的广泛生理功能；
2019至2020年	昂立、汤臣倍健、益生元等品牌的免疫调节益生菌产相继面世中国市场。
2021年	国家市监局将粉剂和凝胶糖果纳入保健食品备案剂型。同年，中国食品工业协会发布益生菌行业的《益生菌食品》团体标准，对益生菌及益生菌食品进行了定义、分类，并对生产技术、质量控制和运输贮存进行了明确规定；
2022年	国家市监局颁布《市场监管总局关于加强保健食品标志管理的公告(征求意见稿)》，强调依法经注册或备案的保健食品应标注“蓝帽子”标志，同年，中国营养保健食品协会发布了团体标准《益生菌食品活菌率分级规范》，对益生菌食品中的益生菌活菌率进行了分级；
2024年	中国工程院发布《全球工程前沿2024》报告，将人体免疫力的解码、评估、干预和重建工作列为医药卫生领域第一项。

来源：中国免疫协会，中国商务部，中国卫生部，中国教育网，中华消化杂志，头豹研究院

■ 益生菌保健食品行业监管体系解读

国家政策体系深化精准营养实践，以新功能评价细则驱动益生菌研发创新，同步规范保健声称目录维护市场公信力。生物经济战略纵深布局强化本土菌种开发与产业化进程，多维度赋能行业科学循证发展

益生菌保健食品行业监管体系解读

政策名称	日期	主体	内容分析
《“健康饮食、合理膳食”核心信息》	2025	国民营养健康指导委员会办公室	政策的核心在于引导公众增加富含维生素、矿物质、膳食纤维、植物化学物以及优质蛋白质、多不饱和脂肪酸的食物比例。充足摄入这三类食物具有明确的健康效益，是降低肥胖、心血管疾病、糖尿病等重大慢性病发生风险的循证科学基础。蔬菜水果的天然营养素、全谷物的丰富纤维和B族维生素、水产品的优质蛋白与“鱼油”，共同构成了预防疾病的天然膳食屏障。针对儿童、孕妇、老年人及慢性病患者等特殊人群的差异化建议，则体现了精准营养的理念。
《保健食品新功能及产品技术评价实施细则（试行）》	2023	国家市监局	政策规定，保健食品新功能研究样品应为新研发的对应新功能的保健食品，或经研究发现具有新功能的已注册备案保健食品。样品需符合保健食品的安全性、保健功能和质量可控性要求，并具备开展新功能保健食品技术评价的条件。该细则为胃肠道功能调节益生菌行业提供了明确的技术评价标准和监管要求，推动行业内新功能益生菌产品的研发和市场准入，提高产品的安全性和有效性，进一步促进该领域的健康发展和技术创新。
《允许保健食品声称的保健功能目录 非营养素补充剂（2023年版）》	2023	国家市监局 国家卫健委 国家中医药局	政策对保健功能名称的明确规定，为益生菌产品的功能声称提供了清晰的框架。益生菌企业必须严格按照规定的保健功能名称进行描述，有助于规范市场宣传，避免夸大或误导性宣传，从而维护市场的公信力和消费者权益。
《“十四五”生物经济发展规划》	2021	国家发改委	政策强调对生物资源的开发和利用，为益生菌行业的菌种资源挖掘和创新提供了保障，鼓励科研机构和企业加强本土菌种的研究与开发，提升国产益生菌的竞争力。同时，规划中提到加快健康产品的研发和产业化进程，为免疫调节益生菌市场的扩展提供了支持，推动益生菌产品的多样化和功能化，以满足消费者日益增长的健康需求。

来源：国民营养健康指导委员会办公室，国家市监局，国家卫健委，国家发改委，头豹研究院

Chapter 2

中国胃肠健康益生菌赛道概览

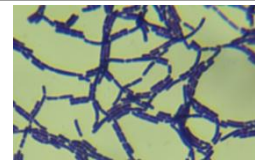
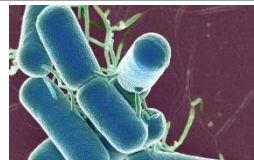
- 胃肠健康益生菌功能用途分类
- 中国胃肠健康益生菌行业产业链全局概览
- 中国胃肠健康益生菌行业市场规模逻辑与测算
- 中国胃肠健康益生菌行业竞争格局总览
- 发展驱动因素 (1/2) — 高价产品购买力提升，带动市场扩张
- 发展驱动因素 (2/2) — 便携产品受青睐，促进市场多元发展
- 行业长期展望 (1/2) — “益生菌+中药”协同作用优势促创新
- 行业长期展望 (2/2) — 婴幼儿益生菌产品重定位成发展新趋势

■ 胃肠健康益生菌功能用途分类

胃肠功能问题可大体分为胃肠疾病和腹泻便秘两个大类，益生菌可通过发挥微生态维稳的功能来改善胃肠道疾病，同时通过促进胃肠道蠕动和改善 肠道吸收等功能来缓解腹泻便秘症状

胃肠健康益生菌功能覆盖及产品分类

腹泻便秘				
感染性腹泻	旅行者腹泻	抗生素相关腹泻	功能性便秘	器质性便秘
				
乳酸杆菌	乳双歧杆菌	肠球菌	链球菌	嗜酸乳杆菌

胃肠疾病				
功能性消化不良	伪膜性肠炎	幽门螺杆菌感染	婴儿肠绞痛	
				
布拉式酵母	鼠李糖乳杆菌	植物乳杆菌	嗜酸乳杆菌	乳双歧杆菌
肠易激综合征	炎症性肠病	坏死性小肠结肠炎	胃肠炎症	
				
罗伊氏乳杆菌	大肠杆菌	加氏乳杆菌	干酪乳杆菌	酿酒酵母

- 胃肠疾病用益生菌主要通过恢复和维护肠道微生态平衡、增强肠道屏障功能、调节免疫系统等机制来发挥作用。这类益生菌对于治疗和预防如炎症性肠病、肠易激综合征等胃肠疾病尤为有效。常见菌株包括双歧杆菌和乳酸杆菌等，代表产品包括诺维信（Novonesis）公司生产的“ProbioBrain”、华润三九生产的“999三九益生菌成人冻干粉”和双奇药业生产的“金双歧益生菌三联活菌片”等。
- 腹泻便秘用益生菌通过调节肠道菌群组成、促进肠道蠕动、改善肠道吸收等机制来缓解腹泻和便秘症状。这类益生菌对于应对旅行者腹泻、抗生素相关腹泻以及功能性便秘等胃肠问题特别有效。包含的益生菌菌种主要有嗜酸乳杆菌和鼠李糖乳杆菌等，代表产品包括天维美生产的“活菌型益生菌固体饮料”和均瑶健康生产的“味动力畅饮君益生菌固体饮料”等。

来源：微生物学报，头豹研究院

中国胃肠健康益生菌行业产业链全局概览

产业链上游为菌种的研究与开发环节；中游为益生菌培养与产品生产环节，生产企业在这一环节中大规模培养益生菌菌种，并将其加工成稳定的产品形式；下游为胃肠道调节益生菌的市场拓展与销售环节

中国胃肠健康益生菌行业产业链全局概览



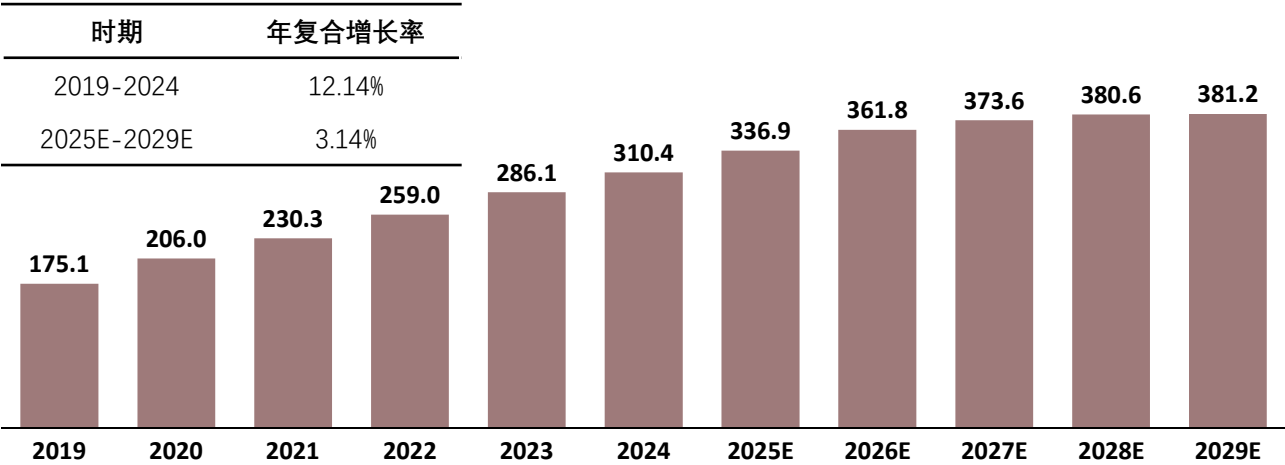
来源：中国医药创新促进会，人民网，中山大学，生物谷，头豹研究院

中国胃肠健康益生菌行业市场规模逻辑与测算

居民工作生活压力呈现上行趋势，饮食与消化健康问题随之而来，胃肠道功能维稳需求引领益生菌产品市场渗透率逐年提升，同时产品升级迭代促进益生菌市场再放量

中国胃肠健康益生菌行业市场规模，2019-2029E

单位：亿元



■ 胃肠道健康益生菌的作用功效以减缓胃肠疾病症状和改善排便问题为主，居民消化道维稳需求引领市场渗透率逐年提升，中国抗幽门螺杆菌工作的大力推进以及居民对于新生儿胃肠道健康的关注主导行业市场增势

伴随科研人员对鼠李糖乳杆菌、嗜酸乳杆菌和双歧杆菌等菌种的探索不断深入，益生菌在胃肠道功能调节方面的显著功效逐步显现。中国迈进新发展阶段的时代背景下，各产业赛道蓄势发力以催生经济上行，居民工作生活节奏明显加快，随之而来的胃肠道患病风险与都市人群养生意识的提升，共同为健康维稳类益生菌产品开辟高速发展路径。胃肠道调节益生菌市场规模在此带动下由2019年的175.1亿元增至2024年的301.4亿元，期间年复合增速达12.14%，未来期间，产品放量市场有望进一步扩容，由2025年的336.9亿元增至2029年的381.2亿元，年均增速为3.14%。

消化道问题人群画像

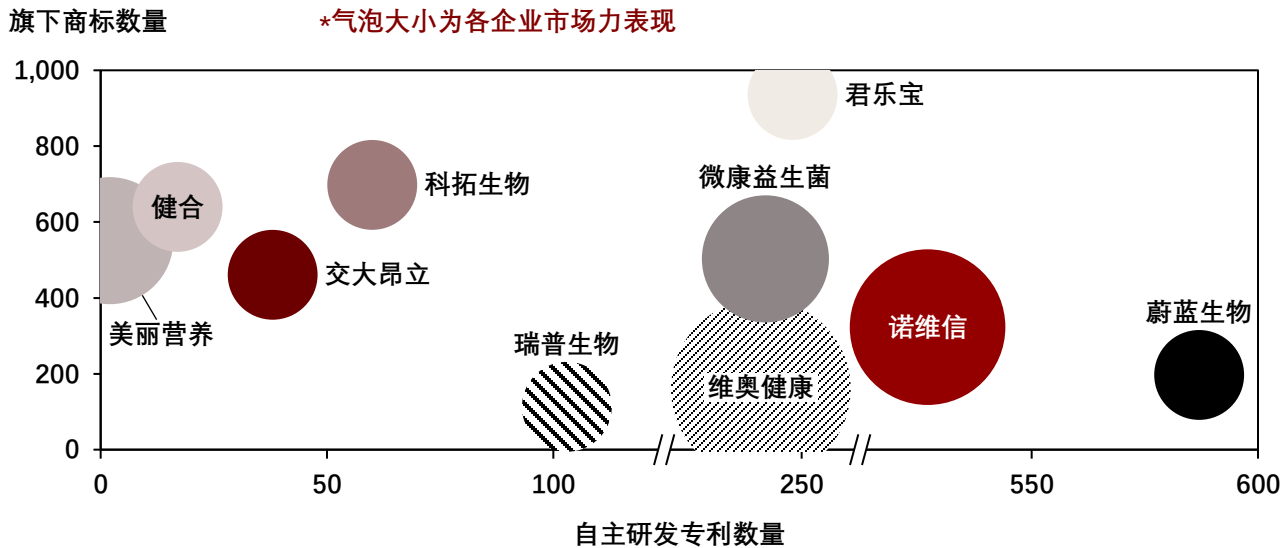
	迟钝肠 67.52%	敏感胃 12.79%	熟龄胃 5.03%	积脂肪 12.08%	低免疫 2.58%
饮食习惯	- 经常外卖宵夜 - 偏好油腻食物	- 饮食辛辣生冷 - 偏好酒精碳酸饮料	- 饮食清淡 - 饮食结构单一	- 频繁大餐 - 爱吃碳水主食 - 偏好甜食	- 暴饮暴食 - 三餐外常吃零食或只吃零食
生活方式	- 久坐不动 - 经常熬夜	- 频繁出差 - 经常应酬	- 退休人群 - 国企工作人员	- 生活节奏快 - 久坐不动	- 经常熬夜 - 生活节奏快
症状表现	- 排便次数少 - 易便秘	经常腹痛腹泻	- 饭后易胀气 - 经常口干口臭	排便时间长	- 免疫力下降 - 经常感到乏力、疲惫

来源：国家市监局，中华内科杂志，MedSCI，春雨医生，头豹研究院

中国胃肠健康益生菌行业竞争格局总览

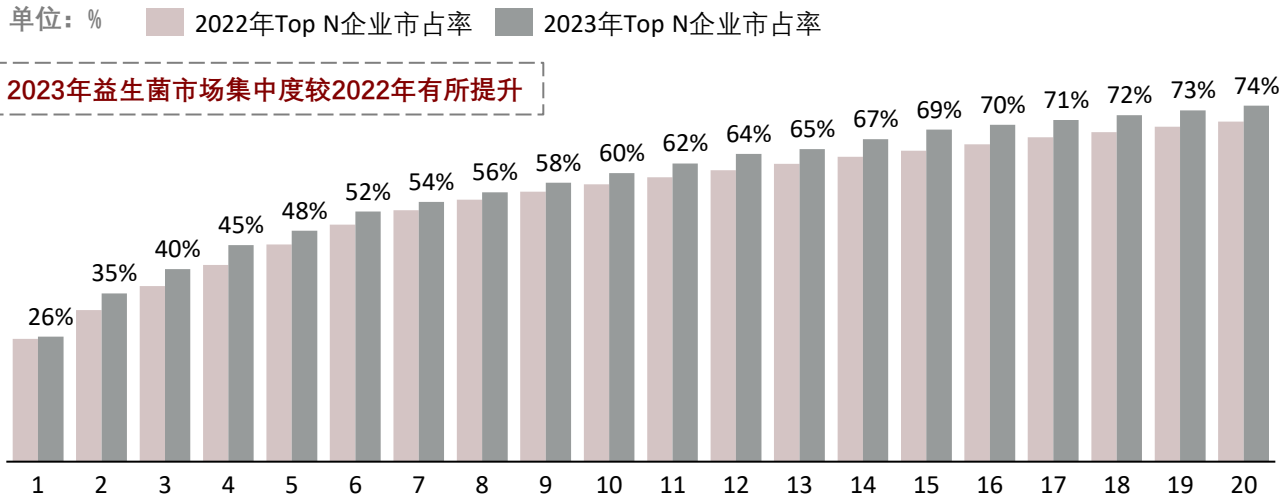
以企业自主研发专利数量、旗下商标品牌数量和各品牌市场力表现作为市场竞争实力评判的主要维度，产业标准完善与抗幽工作推进成为当前行业发展重点，益生菌入药和新生儿产品创新为企业提供长期发展思路

中国胃肠健康益生菌行业竞争格局气泡图



- 2020年以来，购买益生菌进行胃肠道功能调节的消费者基数不断上涨，消费者对于益生菌产品的需求呈现多元化发展趋势，消费者评价市场中益生菌产品的依据已由单一的调节功效逐渐转为产品成分、菌种活性、单品成本等多维度的复合指标，益生菌产业标准体系的构建和完善成为必需。另外，中国是全球幽门螺杆菌感染负担较高的国家之一，疾病防控部门政策推行的当下，抗幽攻坚势在必行，因此不乏企业争相开辟抗幽菌株添加的保健食品新赛道，市场竞争格局正在经历洗牌。
- 当前科研人员聚焦于探索益生菌入药的可行性，“药食同源”和“以养代治”传统理念有望迎来全新落地路径。另外，新生儿胃肠道菌群建立的重要性引发广泛关注，以儿童月龄进行划分的消化类益生菌市场上升空间充足。

益生菌品牌市场集中度变化趋势，2022&2023

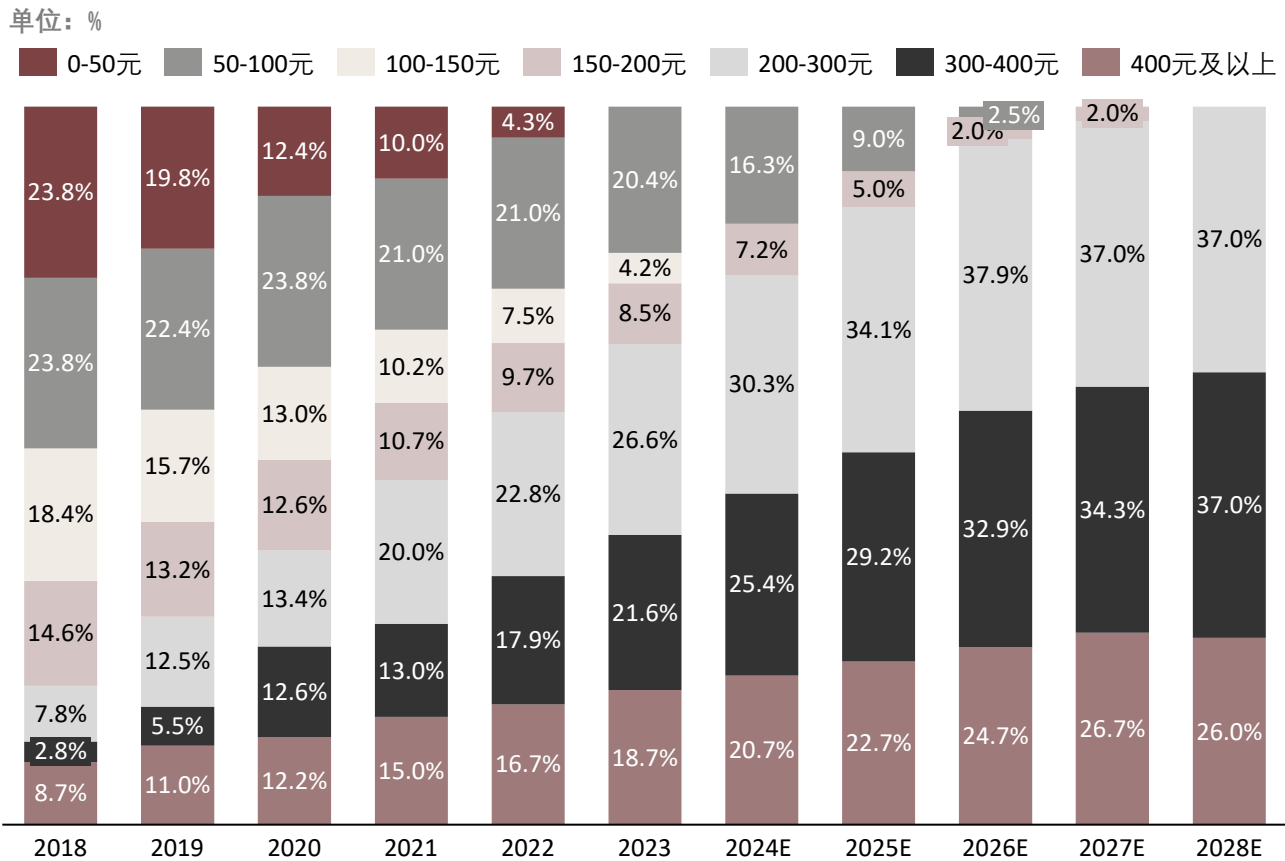


来源：专利顾如，企查查，蝉妈妈，头豹研究院

发展驱动因素 (1/2) — 高价产品购买力提升，带动市场扩张

消费者愿意为健康支付更高成本，尤其在胃肠调节益生菌产品上表现明显。高端益生菌产品逐渐成为市场首选，消费价格结构演变推动行业市场规模扩大

消费者购买胃肠健康益生菌的价格偏好演化



■ 中国居民购买医疗保健产品的消费能力逐步增强，结合对于胃肠道健康的关注度提升，消费者对于消化健康益生菌购买偏好逐渐向高价转移，成为拉动市场规模速增的关键因素

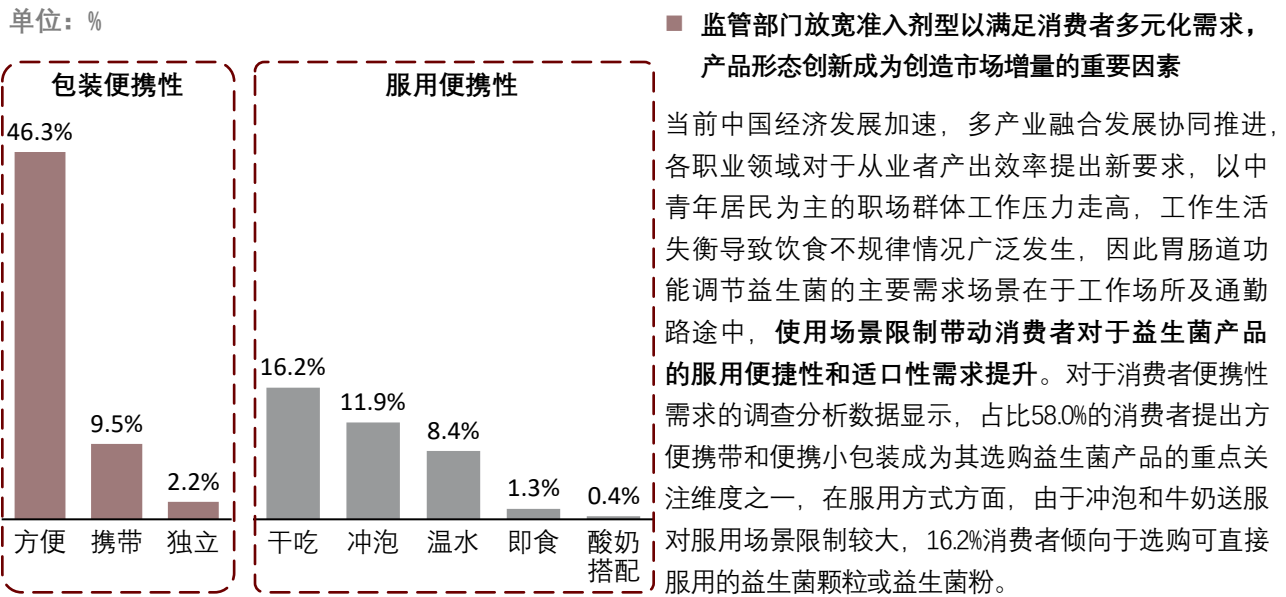
随着中国居民收入水平的稳步增长和健康意识的显著提升，保健品消费水平呈现出显著的上升趋势，这一变化主要体现为消费者愿意为提升个人和家庭健康状况支付更高成本。根据魔镜市场情报发布的2022年益生菌产品在淘宝和天猫平台的购买价格分布来看，2018年多数消费者购买的胃肠调节益生菌产品落入0-100元价格区间，而后每个价格区间的消费者占比随价格升高而显著下滑，仅一成消费者的单品花费在300元及以上。《“健康中国2030”规划纲要》出台后，居民健康需求由单一的医疗服务需求向疾病预防、健康管理和生活方式改善等方面拓展，消费者们日益关注日常健康管理并重视各种亚健康问题与自身免疫力的相互影响，优质产品迭代以满足居民免疫力提升需求已成为市场的重点议题之一。至2023年的5年间，天猫淘宝平台中单价低于200元的胃肠道调节益生菌购买频次有所削减，而价格在200-300元间的益生菌产品受消费者欢迎程度显著提升。至2023年，近三成消费者的单品购买支出落入此区间中，价格在300-400元之间和400元以上益生菌产品的消费者购买量也均接近两成，由此可见高端益生菌产品已成为消费者满足胃肠护理需求的首选，消化功能调节益生菌产品销售均价的上涨同时带动行业整体市场规模的扩大。

来源：魔镜市场情报，头豹研究院

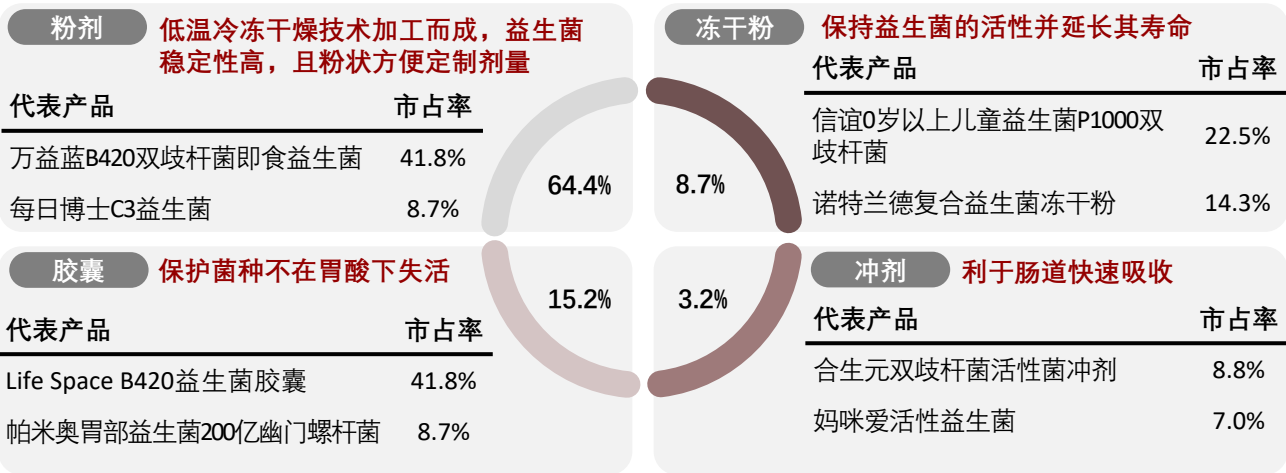
■ 发展驱动因素 (2/2) — 便携产品受青睐，促进市场多元发展

职场群体工作压力增加，饮食不规律情况频发，为满足消费者在通勤途中和工作场景中服用的需求，便携包装与便携剂型应运而生，同时政策放宽剂型准入门槛，粉剂、软糖和果冻等剂型产品竞争实力速增

电商平台中消费者对消化类益生菌产品的评价关键字占比



不同剂型益生菌产品市场表现



■ 为进一步满足消费者对于益生菌产品契合使用场景的需求，为肠胃健康益生菌寻求市场拓展新出口，国家药监局于2021年提出在已有的片剂和胶囊剂型基础上，将粉剂和凝胶糖果纳入益生菌等保健食品的备案剂型，政策准入剂型放宽为益生菌产品生产企业提供提升消费者满意度的新途径。政策出台后，北京同仁堂和三九医药接连推出白芸豆添加益生菌果冻和益生元酵素果冻，另有WonderLab品牌凭借小蓝瓶益生菌即食粉迅速赢得大量市场份额。至2023年4月，益生菌软糖在阿里平台的销售额已达0.30亿元，益生菌果冻销售额达0.43亿元，另外在小蓝瓶益生菌粉品牌推广的带动下，益生菌粉剂品类同期在抖音平台的销售占比以64.6%形成领先地位，环比增速约为80%。需求导向的益生菌市场布局和创新产品的市场推广协同带动胃肠健康益生菌市场加速扩张。

来源：国家市监局。蝉妈妈，头豹研究院



行业长期展望 (1/2) —“益生菌+中药”协同作用优势促创新

中药与益生菌联用在养胃护肠和防治消化道疾病方面具有协同作用，添加中药成分可促进益生菌增殖，增强其保护作用。搭载中药“药食同源”理念的市场认可度，益生菌中药概念有望得到广泛传播

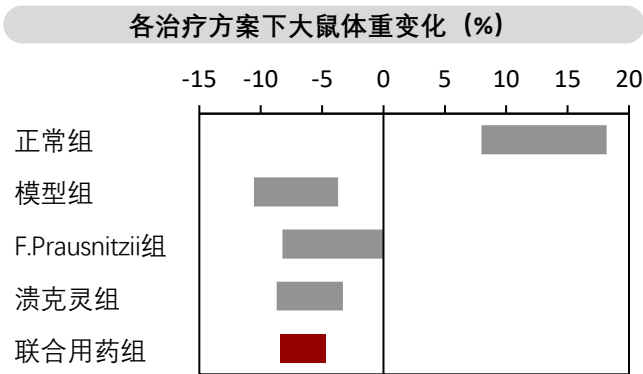
不同中药材对复合益生菌体外增殖的促进作用（S/N数值）

中药材\浓度	100g/L	50g/L	25g/L	10g/L	5g/L	2.5g/L	1.25g/L
黄芪	0.69±0.04	1.07±0.03	1.34±0.08	1.79±0.07	2.33±0.08	1.92±0.06	1.52±0.05
当归	0.50±0.02	0.72±0.01	0.98±0.05	2.02±0.09	1.93±0.07	1.74±0.07	1.55±0.04
牛蒡	0.61±0.03	0.89±0.02	0.92±0.04	1.42±0.06	2.04±0.09	1.70±0.05	1.29±0.02
党参	0.58±0.01	0.84±0.03	1.08±0.07	1.37±0.08	1.95±0.06	2.01±0.08	1.53±0.02
甘草	0.70±0.02	0.96±0.04	1.13±0.06	1.43±0.09	1.71±0.07	1.94±0.05	2.47±0.08
藁本	0.59±0.03	0.95±0.02	0.98±0.03	1.10±0.05	2.30±0.08	1.69±0.04	1.41±0.03

*S/N数值：Sample Negative Control，阴性对照试验数值，公式：（试验样本光学密度－空白组光学密度）/（阴性对照组光学密度－空白对照组光学密度）

*空白对照组中益生菌为自然条件生长，阴性对照组中除未添加中草药培养基外，其余条件与实验组一致

普氏栖粪杆菌联合溃克灵治疗结肠炎的疗效



*溃疡性结肠炎患病会引起体重减轻，因此体重降低的幅度可间接判断患病严重程度，从而判断治疗效果



*溃疡性结肠炎患病会引起结肠缩短，因此结肠长度可间接判断患病严重程度，从而判断治疗效果

来源：南京医科大学学报，Animal Feed，头豹研究院

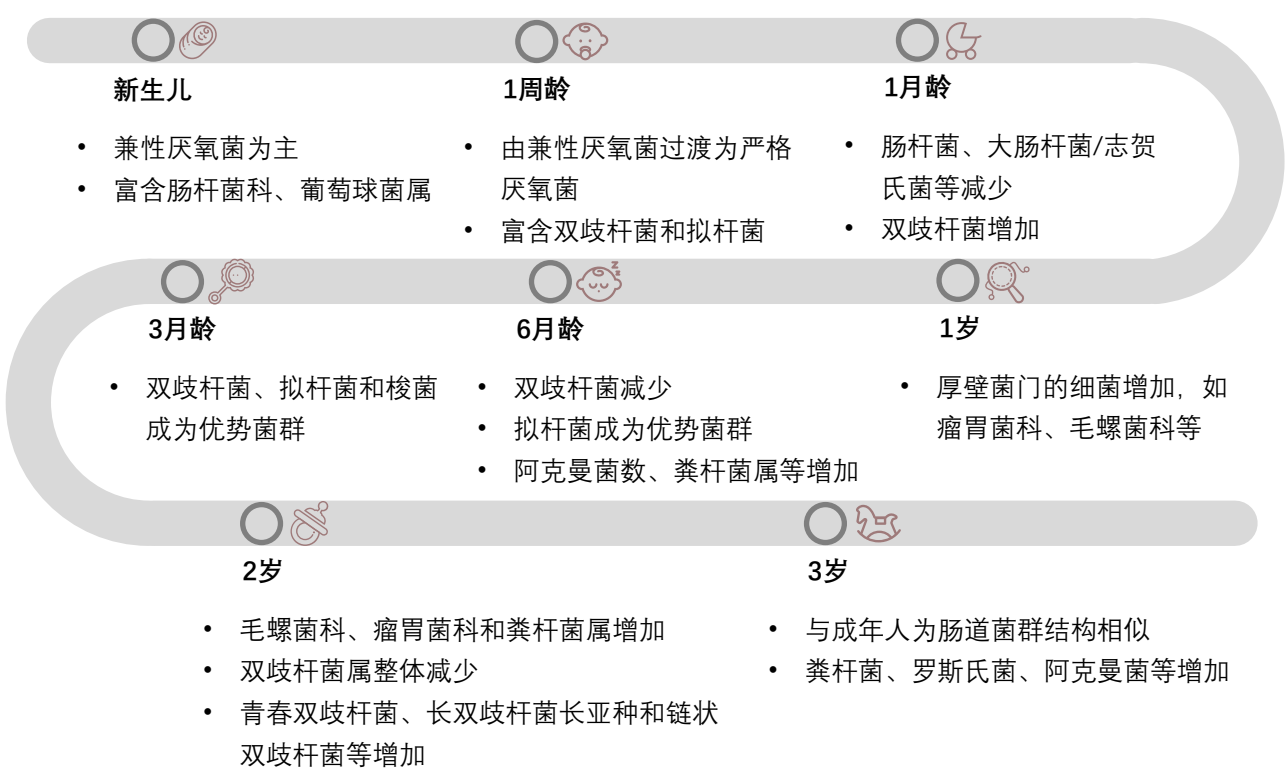
■ 益生菌与中药联用优势凸显，“药食同源”理念或将带动益生菌与中医药产业同频发展

为中药作为独具民族特色的自然产物，借由近年养生潮流兴起而逐步赢得消费者高度认可，多项研究表明，中药与益生菌联用可在养胃护肠和消化道疾病防治方面发挥协同作用。2.5g/L至5g/L浓度范围的黄芪可为枯草芽孢杆菌、酵母菌和嗜酸乳杆菌等有益消化功能菌株提供增殖必需营养物质，当归对以上复方益生菌产生刺激增殖作用的最佳浓度为2.5g/L至10g/L，甘草在2.5g/L至5g/L浓度范围内效果最佳。由此可见，添加中药成分可有效促进益生菌的体内增殖，进而增强益生菌对于消化道的保护作用。另外，南京大学医学院消化科与南京中医药大学科研人员针对普氏栖粪杆菌（Faecalibacterium Prausnitzii, F.Prausnitzii）联合溃克灵治疗结肠炎的疗效展开临床试验，以大鼠为试验模型的结果显示，联合用药组大鼠体重下降幅度较单药治疗组更小，三天后体重变化仅为-1.87±6.57%。益生菌与中药复方治疗方案在结肠炎病例常见的结肠长度缩短方面也呈现显著优势，正常组大鼠结肠长度为17.37±1.78cm，联合给药组大鼠三天后结肠长度平均仅缩短1.77cm，而F.Prausnitzii和溃克灵单独给药组大鼠结肠可见明显缩短。疗效优化与作用机制强化优势为生产企业提供生产“益生菌+中药”复方制剂的创新思路。

■ 行业长期展望 (2/2) — 婴幼儿益生菌产品重定位成发展新趋势

当前市场对儿童益生菌产品的适用年龄层划分不明晰，以肠道菌群演变周期进行市场定位，将成为婴幼儿益生菌产业发展的新思路。国家科研机构和企业需进一步探明本土婴幼儿肠道特征，以推动产业变革

新生儿0-3岁胃肠道菌群组成及多样性变化



■ 婴幼儿胃肠道稳态构建窗口期时间较短，0至3岁不同年龄层儿童的菌株补充需求差别较大，以肠道稳态阶段作为益生菌产品定位成为产业发展新趋势，生产企业间竞争动向也将由此生变

婴幼儿时期是人体菌群定植和建立的初期阶段，在此时期的肠道菌群改变和群落异常成为人体少年时期及成年后多种消化道疾病引发的关键因素，根据世界卫生组织建议，新生儿应在1,000天的窗口期内构建肠道菌群稳态以保障长期生长过程中的消化道健康。2023年6月，新营养平台联合多家益生菌产品创新生产企业发布《中国婴幼儿益生菌白皮书》，提出新生儿体内菌群组成由出生时与母体菌群的互惠共生逐步形成相对稳定的微生物生态系统，多数婴幼儿长至3岁，其消化道内菌群构成及多样性即已接近成年人水平，期间菌落结构的形成间隔最短仅为1周。反观当前市场，菌株添加和作用功能成为多数儿童益生菌产品的营销重点，对于适用年龄层的划分尚不明晰，由此可见以肠道菌群的演变周期对益生菌产品进行市场定位，并以“消化道稳态调节窗口期”理念推动品牌传播，将成为婴幼儿益生菌产业发展的新思路。当前经由国家卫健委批准的可用于婴幼儿食品的菌株仅有14种，其中中国仅拥有鼠李糖乳酪杆菌MP108的自主知识产权，其他获批菌株多来自欧美国家，临床试验仅覆盖菌株来源地婴幼儿，对于中国婴幼儿的营养补充和健康保障功效仍有待进一步试验验证。综上所述，在国家科研机构及益生菌研发生产企业对于本土婴幼儿肠道特征和营养补充需求进一步探明的基础上，以幼儿肠道稳态不同阶段作为产品落脚点或将在此细分赛道内引发新一轮变革。

来源：新营养，联合国儿童基金会，国家卫健委，食品科学技术学报，头豹研究院

Chapter 3

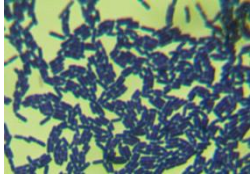
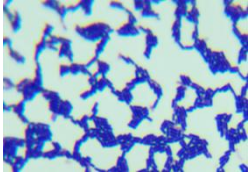
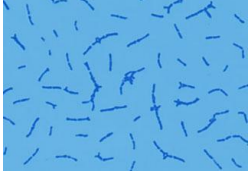
中国口腔健康益生菌赛道概览

- 口腔健康益生菌功能用途分类
- 中国口腔健康益生菌行业产业链全局概览
- 中国口腔健康益生菌行业市场规模逻辑与测算
- 中国口腔健康益生菌行业行业竞争格局总览
- 发展驱动因素 (1/2) — 医疗资源与居民健康意识助力市场扩容
- 发展驱动因素 (2/2) — 市场多元化需求引导玩家多维竞争
- 行业长期展望 (1/2) — 菌株抗炎潜力及功效价值成为发展重心
- 行业长期展望 (2/2) — 益生菌入药成趋势，监管体系面临变革

■ 口腔健康益生菌功能用途分类

口腔益生菌可通过竞争性抑制致臭菌群生物膜形成调节口气；通过中和酸性环境并增强免疫以改善龋齿；通过降低炎症因子水平协同缓解牙周炎症，多维度维护口腔微生态健康

口腔健康益生菌应用场景及对应有效菌株

	口臭	 唾液乳杆菌	 唾液链球菌	 植物乳杆菌
	龋齿	 副干酪乳杆菌	 植物乳杆菌	 发酵乳杆菌
	牙周疾病	 路氏乳杆菌	 乳酸双歧杆菌	 植物乳杆菌

- 口臭调节用益生菌
- 唾液乳杆菌WB21、唾液链球菌K12、植物乳杆菌CCFM1214等代表性益生菌菌种能与致臭细菌等病原菌竞争粘附位点，抑制病原菌生物膜的形成，并产生抗菌物质直接杀灭致臭细菌，从而调节口腔微生态，维持菌群平衡。代表性益生菌产品包含Swisse的“口香益生菌微泡片”、地球乐园的“益生菌口香炮弹”和江中药业的“口香乳酸菌微泡片”等。
- 龋齿改善用益生菌
- 副干酪乳杆菌SD1、植物乳杆菌FB-T9、发酵乳杆菌Y29、唾液链球菌BD3900等代表性益生菌菌种能抑制变形链球菌的生长和代谢产酸，改善牙齿表面的酸性环境，并通过刺激唾液中IgA的分泌，增强口腔免疫防御功能。代表性产品包含维乐原的“儿童牙齿益生菌果味含片”、绿十字“儿童口腔龋齿益生菌”和Blis的“儿童防龋蛀蛀牙口腔益生菌”等。
- 牙周疾病缓解用益生菌
- 路氏乳杆菌、乳酸双歧杆菌HN019、植物乳杆菌CCFM1137、发酵乳杆菌CCFM1139等代表性益生菌菌株可有效减少牙周病原菌的数量，降低促炎细胞因子的水平，从而增强口腔免疫功能。代表性产品包含WonderLab的“口腔益生菌粉”、Unichi的“口腔益生菌泡腾片”和Blis的“K12口腔益生菌片”。

来源：默沙东诊疗手册，妙佑医疗，NIH，MDPI，头豹研究院

中国口腔健康益生菌行业产业链全局概览

产业链上游主要包含筛选和鉴定具有特定健康效益益生菌菌株；产业链中游则涵盖大规模培养选定的益生菌以及产品加工；下游市场将益生菌产品通过各种渠道推广给消费者，满足其对口腔健康的需求

中国口腔健康益生菌行业产业链全局概览



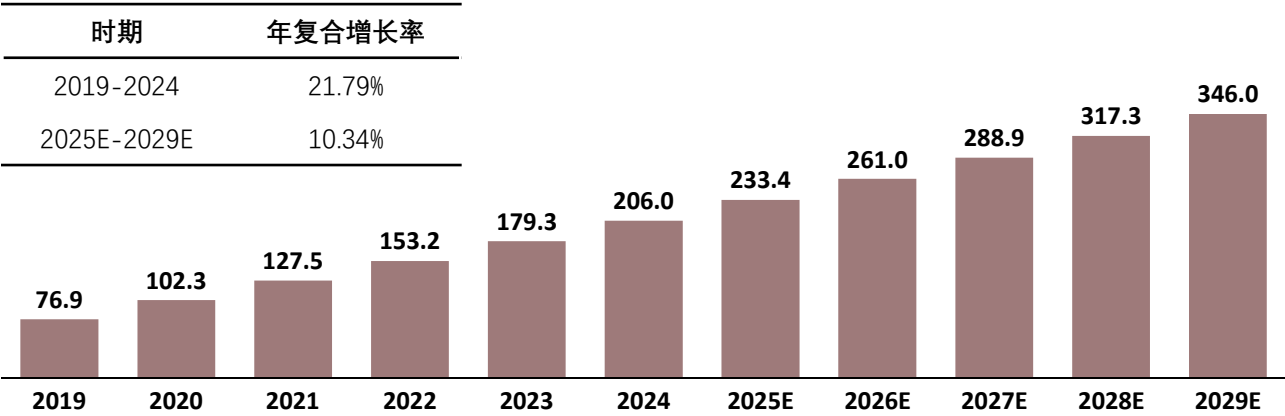
来源：热心肠研究院，中国微生态学杂志，头豹研究院

中国口腔健康益生菌行业市场规模逻辑与测算

公共卫生政策对口腔防控的重视叠加家长儿童防龋需求，共同驱动行业渗透率持续提升。特异性菌株研究的突破强化其靶向调节价值。伴随健康消费升级与微生物认知深化，市场呈现强劲扩容态势

中国口腔健康益生菌行业市场规模，2019-2029E

单位：亿元

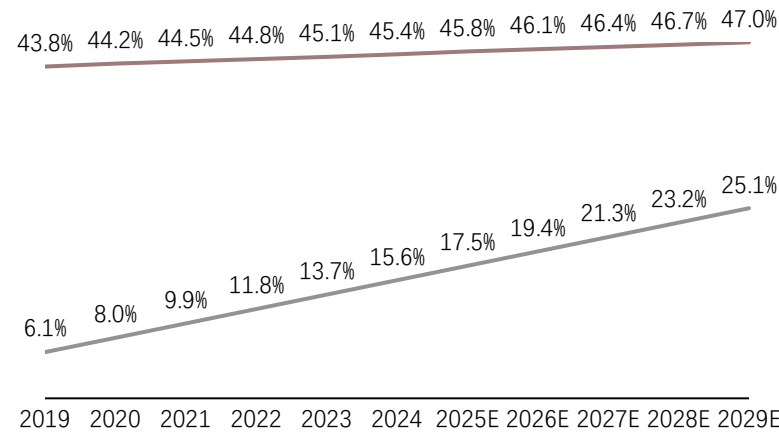


■ 国家公共卫生部门对口腔疾病防控的重视以及家长群体对儿童早期龋预防的日益关注，共同构成了行业增长的核心驱动力，市场渗透率稳步提升

口腔益生菌的核心作用功效聚焦于抑制口腔有害菌群、维护口腔微生态平衡，进而改善龋病、牙周炎及口臭等常见问题。随着唾液乳杆菌、罗伊氏乳杆菌和格氏乳杆菌等口腔特异性菌株研究的科研突破不断涌现，益生菌在口腔微生态靶向性调节方面的独特价值得到更充分验证。在健康消费升级浪潮的推动下，居民对生活品质精细化管理的需求日益提升，为口腔健康类益生菌产品创造了强劲的发展动能。在此驱动下，口腔益生菌市场规模由2019年的76.9亿元迅猛增长至2024年的206.0亿元，期间年复合增速高达21.79%。展望未来，产品形态的多元化创新与消费者认知的深化将持续激发市场潜力，预计规模将从2025年的233.4亿元进一步扩容至2029年的346.0亿元，年均增速维持在10.34%。

中国居民口腔疾病就诊率以及口腔益生菌接受程度，2019-2029E

单位：% — 口腔疾病就诊率 — 口腔益生菌接受程度



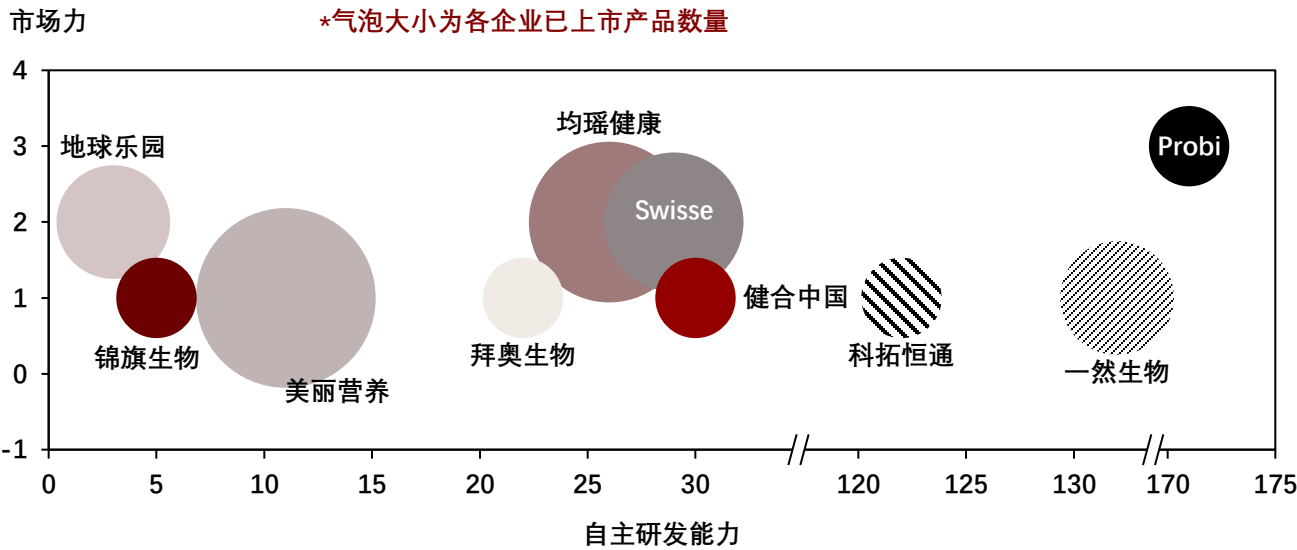
来源：中国政府网，GBD数据库，京东，头豹研究院

■ 近年政府部门不断推进口腔健康流行病学调查工作，中国居民口腔健康素养呈现持续提升态势，各类口腔疾病就诊率由2019年的43.8%逐步提升至2024年的45.4%，未来伴随居民口腔保健意识的持续提升，此比例有望在2029年增势47.0%。伴随微生物健康理论体系的建立健全，中国居民对于益生菌保健食品的作用范畴以及作用机制了解不断深入，至2024年，约15.6%存在口腔不适症状的居民有意愿选择益生菌保健食品，此比例有望在微生物研究进展频发的引导下，在2029年突破25%。

中国口腔健康益生菌行业行业竞争格局总览

居民口腔健康意识深化推动益生菌需求向多功能精细化发展，政策开放剂型备案激发产品形态趣味化与便捷化创新。下游市场通过满足扩展性健康需求构建竞争护城河，驱动行业升级演进

中国口腔健康益生菌行业竞争格局气泡图



■ 近年来，中国居民口腔健康意识的提升带动了对口腔益生菌需求的精细化发展，消费者对产品的功效预期已从基础的口腔异味改善和不适缓解扩展至更广泛的健康领域，多功能性成为核心关注点。口腔益生菌产业的产品创新与市场拓展因此获得强劲动力。2021年，国家市监局将粉剂、凝胶糖果等纳入保健食品备案剂型，为生产厂商开辟了多样化的产品开发路径，显著推动口腔益生菌剂型的便捷化与趣味化升级。地球乐园以及Swisse品牌的微泡含片、均瑶健康的泡腾片及跳跳糖等创新形态应运而生，有效满足女性和儿童等不同群体的差异化体验需求。在此背景下，具备临床验证的多功效产品因其满足扩展性健康需求的能力，引领品牌竞争格局向技术领先与综合效益导向转变，市场先行者正依托产品升级实现竞争壁垒的巩固。

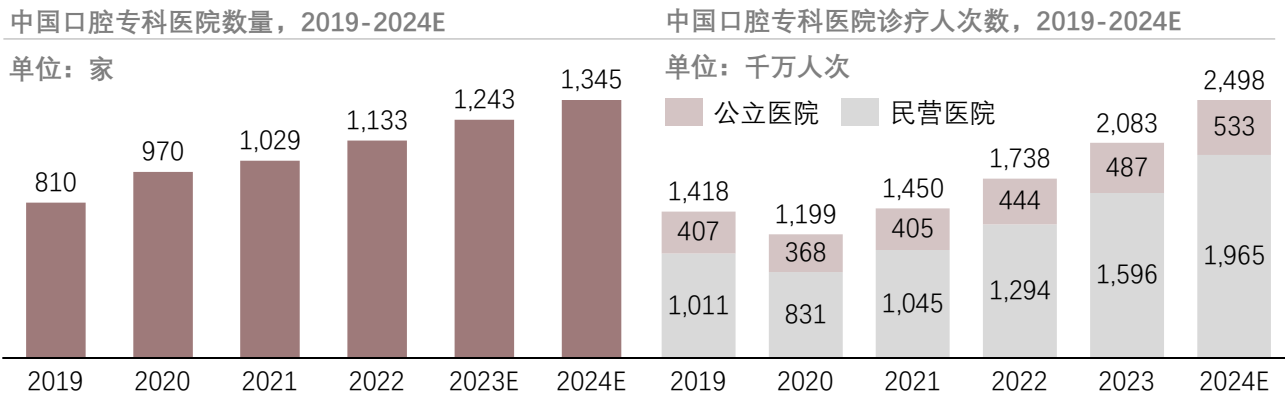
中国口腔益生菌产品剂型分布



来源：专利顾如，企业官网，国家市监局，头豹研究院

发展驱动因素 (1/2) — 医疗资源与居民健康意识助力市场扩容

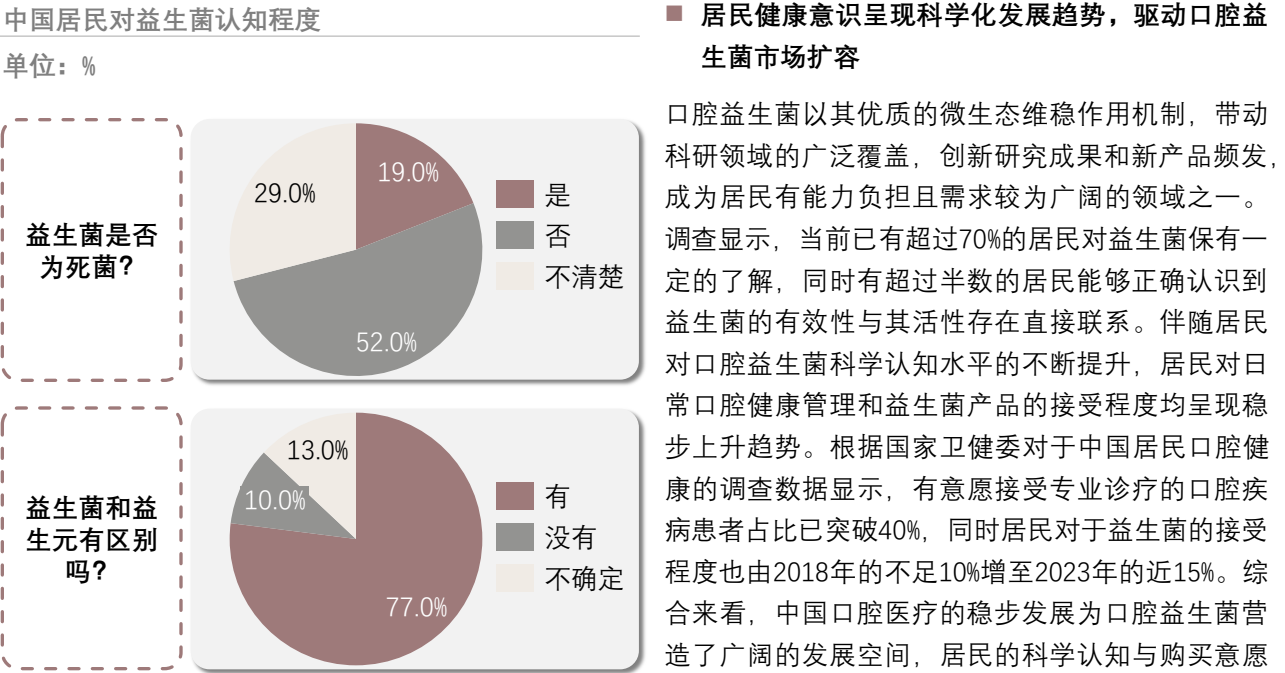
口腔医疗资源丰富度提升显著增强居民诊疗可及性，健康问题凸显推动保健消费日常化。科学认知深化驱动益生菌微生态维稳价值获广泛认同，居民接受度与购买意愿双升持续拓宽市场扩容空间



*数据来源于国家卫健委发布的历年健康卫生统计年鉴，目前健康卫生统计年鉴仅更新至2022年数据，2023年及2024年数据通过对历史数据进行二元拟合得出

■ 中国口腔医疗资源丰富度提升，居民口腔诊疗可及性相应上涨

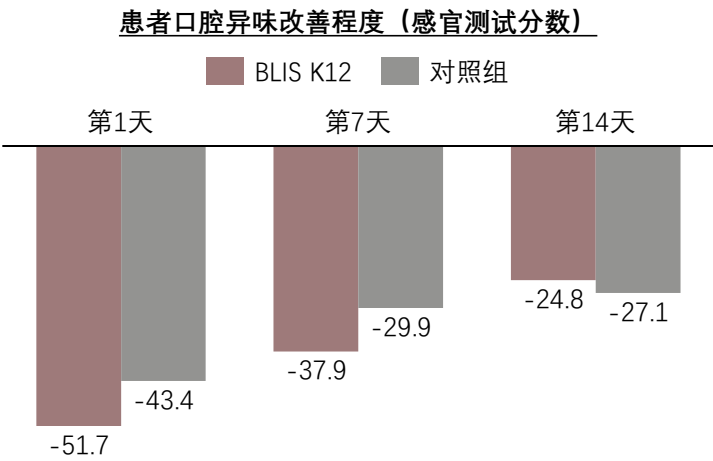
根据美团医疗于2023年面向中国居民进行的一项口腔健康调查数据显示，居民口腔健康问题已在近年跃居国民健康问题前五位，伴随中国诊疗水平的不断提升和医疗基础建设的全面铺开，本土口腔专科医院已在2021年突破千家，根据其逐年稳定上升的趋势，预计2024年中国口腔专科医院共计可达1,200家。口腔问题检出概率的提升引导居民逐步将口腔保健产品纳入日常消费规划。



■ 发展驱动因素 (2/2) — 市场多元化需求引导玩家多维竞争

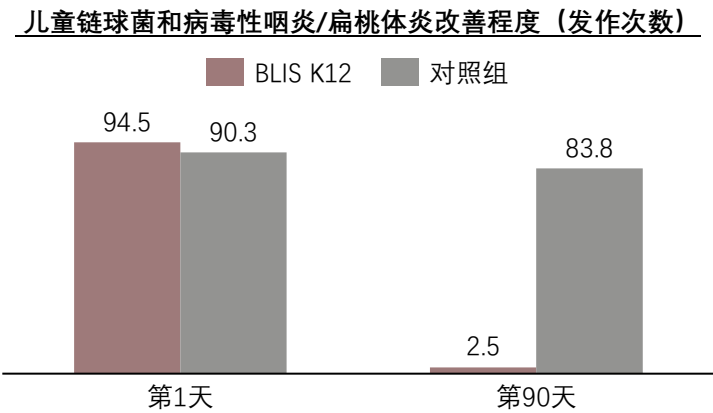
多元化口腔健康需求驱动益生菌产品创新升级，多功能特性拓展至跨领域健康效益。企业通过临床验证的协同健康价值提升市场竞争力，以微生态平衡技术构建多维护城河强化品牌壁垒

BLIS K12治疗口腔疾病疗效



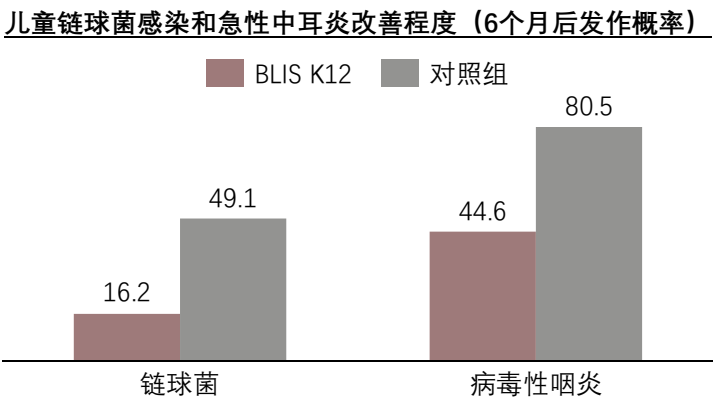
■ 中国居民对口腔益生菌的多元化需求推动产品创新

当前，中国居民对于口腔益生菌的消费需求呈现出多元化发展趋势，这主要归因于居民健康意识的提升和对口腔健康的重视。随着生活水平的提高和科学知识的普及，消费者对口腔益生菌产品的使用场景提出了更高要求。除了传统的改善口腔异味、缓解口腔不适和解决牙周问题外，消费者更期待口腔益生菌产品能够覆盖更多的疾病领域，多功能性益生菌产品因其广泛的适用性和综合健康效益，日渐受到更高的关注。



■ 通过满足更广泛的健康需求，生产企业在市场竞争力方面得到显著提升

普诺碧于2023年推出益生菌口腔健康概念新品BLIS by Probi普诺碧，其创新点在于核心菌株BLIS K12和BLIS M18能够在口腔中定植，并以此维持口腔有益细菌的健康水平，从而改善口腔微生态平衡，减少口腔异味。同时经临床试验证实，其新产品对于上呼吸道和耳鼻喉健康问题也具有一定的改善作用。临床试验数据显示，服用BLIS K12达14天的口臭患者口腔内的感官测试分数较试验开始前提升30分，同期对照组患者分数提升仅约为10分。另外对于存在耳鼻喉不适的儿童，服用BLIS K12 90天后，反复感染链球菌的儿童患病率降低92%。通过这一创新产品，消费者更为广泛的口腔健康需求得到了满足，普诺碧由此引领中国口腔益生菌消费市场逐步扩大，同时品牌的市场竞争力稳步增强。



来源：新营养，头豹研究院

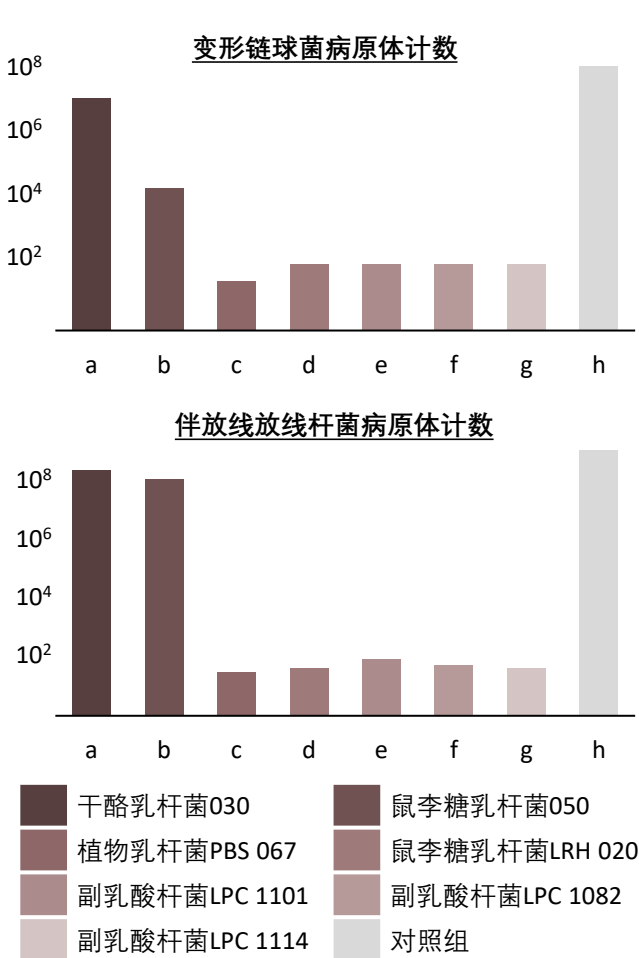
行业长期展望 (1/2) — 菌株抗炎潜力及功效价值成为发展重心

唾液链球菌k12通过抗炎抗菌机制验证微生态干预价值，监管准入后有望扩容市场。产品创新聚焦功能细分与临床实证，高活性菌株定向开发强化细分场景效能，科研背书与消费信赖双向赋能行业增长动能

■ 临床试验证实唾液链球菌K12在抗炎抗菌方面的潜力，未来如获批添加进入口腔益生菌产品，有望带动市场规模进一步扩大

科研人员基于唾液链球菌K12在口腔微生态平衡和抗炎抗菌方面的潜力，针对其改善口咽炎症的能力展开试验。结果表明，唾液链球菌K12能够通过产生唾液素A2和唾液素B等细菌素样抗菌物质，有效抑制病原菌的生长和黏附，并通过抑制NF-κB通路，减少炎症因子如IL-8的分泌，从而减轻炎症反应。研究者建议，唾液链球菌K12可以作为一种有效的益生菌，用于预防和改善口腔及口咽部的炎症和感染。基于这一试验结果可以看出，随着临床研究的不断深入，益生菌所能够改善的口腔和口咽症状类型逐步得到扩充。未来唾液链球菌K12如经国家卫健委和国家市场监督管理总局批准，能够用于相关口腔症状缓解的益生菌产品添加，口腔益生菌的市场规模有望再次扩大。

益生菌对口腔病原微生物的抑制作用



■ 口腔益生菌产品当下发展着重于功能和含量的细分，临床试验结果为口腔抗菌益生菌提供坚实背书，有效成分创新可满足多元化市场需求并提升消费者信赖度，从而推动市场规模上升

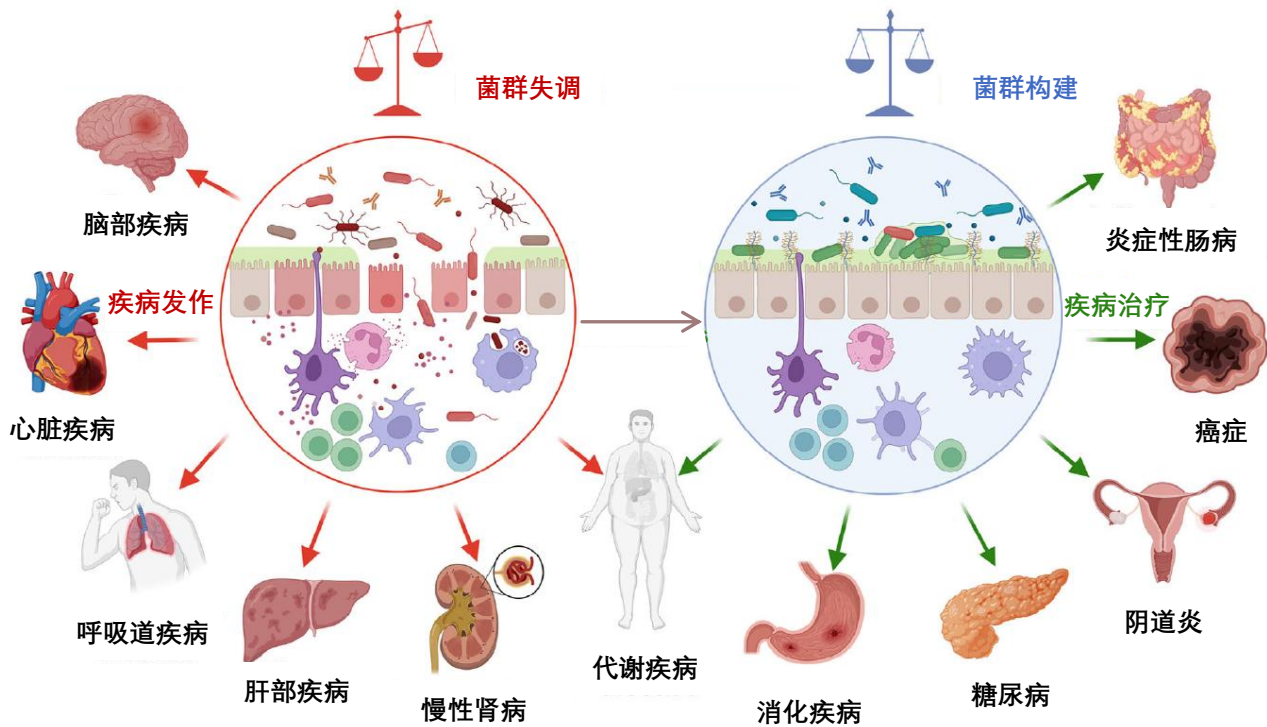
口腔益生菌的发展历经多个阶段，从源头菌株的自主供给能力增强，到多重作用功效的探索，再到抑菌抗炎理念的广泛接受。至今，口腔益生菌产品的研发创新重点关注功能和含量的细分，以多元化产品充分满足消费者的选购需求。2024年，意大利科研人员选中包括乳酸乳杆菌、干酪乳杆菌和双歧杆菌等在内的十种益生菌菌株，对其进行针对变形链球菌和牙龈卟啉单胞菌的抗菌和抗黏附试验。结果表明，植物乳杆菌PBS067、鼠李糖乳杆菌LRH020、副乳酸杆菌LPC 1101、副乳酸杆菌LPC 1082和副乳酸杆菌LPC 1114在所有测试中均对口腔病原菌表现出显著的抑制效果。这一试验结果为口腔益生菌生产厂商提供了产品创新思路。生产厂商未来期间如有意愿推出“改善龋齿益生菌”或“牙周炎改善益生菌”类具有强市场定向的益生菌产品，可以将试验中表现出显著效果的菌株作为主要成分添加。在积极覆盖细分市场的基础上，临床试验背书可提升消费者信赖程度，共同拉动口腔益生菌市场规模上升。

来源：中国医师杂志，Microorganisms，头豹研究院

行业长期展望 (2/2) — 益生菌入药成趋势，监管体系面临变革

全球益生菌临床研究聚焦消化道健康机制探索，催生益生菌药物概念创新。药品监管体系演进将驱动研发与质控体系双升级，重塑行业合规竞争维度

益生菌在疾病治疗方面的潜力



■ 全球益生菌临床研究聚焦消化道影响，推动益生菌药物概念提出，未来药品监管将促使企业在研发和质量控制方面投入更多资源

21世纪初至今，全球科研人员为进一步探索益生菌作用机制并挖掘潜在创新思路，在益生菌领域的临床研究发力，从数据来看，多因素导致的感染症状、腹泻和肠易激综合征相关研究分别以49项、86项和67项成为益生菌临床研究的热门赛道，可见益生菌的临床研究与落地生产环节重点关注饮食摄入带来的消化道影响。基于此，兰州大学生命科学学院的科研团队通过系统综述和临床试验，提出了**益生菌药物的概念**。该团队通过分析肠道微生物群在人体健康中的关键作用，以及传统药物在治疗肠道微生物失衡相关疾病中的局限性，系统总结了益生菌、益生元和后生元在维护健康和改善疾病方面的有效性和机制。研究指出，**益生菌能够通过调节肠道微生物群，增强肠道屏障功能和免疫系统，从而预防多种疾病**。对于口腔疾病，益生菌药物可通过竞争性机制抑制病原菌的生长和定植，减少炎症因子的分泌，从而显著改善牙周炎、口腔溃疡等问题。此外，益生菌还能够通过产生抗菌物质，直接抑制口腔病原菌的活性，进一步提升口腔健康。目前，**益生菌的监管体系属于保健食品类别，未来如有益生菌药品类别的新产品上市，其研发、上市和商业化路径将受到药品监管体系的管理，合规性将成为益生菌药物生产企业需要面临的重要竞争维度之一**。药品监管体系的严格要求将促使企业在产品研发和质量控制方面投入更多资源，以确保产品的安全性和有效性。

来源：中国医师杂志，Microorganisms，MedComm，头豹研究院

头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 助力企业把握市场先机

核心业务



行业数据 API

开放原创报告与研究数据接口，
支持企业知识库、系统平台及AI
应用高效接入和调用



KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品
牌在AI搜索与问答中的可见度、
准确性与转化效果



报告会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，
提供PC及移动端，方便触达平台
内容



定制报告/白皮书

对产业及细分行业进行现状梳
理和趋势洞察，输出全局观深
度研究报告



商业尽调

面向投资并购和商业决策，评
估标的公司的商业前景、价值
及风险



招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产
业，内容可授权引用至上市文
件、年报

业务咨询



客服电话：
400-072-5588



官方网站：
www.leadleo.com

报告作者



荆婧
首席分析师



荆婧
行业分析师



service@leadleo.com

办公地点



深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华
润置地大厦E座4105室
邮编：518057



上海办公室

上海市静安区南京西路1717号
会德丰国际广场2701室
邮编：200040



南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发
区兴智科技园B栋401
邮编：210046

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。