头豹
LeadLeo

2026年
现炖燕窝行业词条报告

国标分类/制造业/食品制造业/其他食品制造/其他未列明食品制造、头豹分类/制造业/食品制造业/其他食品制造

Copyright © 2026 头豹

消费需求日益多元，现炖燕窝凭借便捷食用与自主炖煮体验打开新市场空间 头豹词条报告系列



林若薇 · 头豹分析师

2026-11-26

未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/其他未列明食品制造 制造业/其他食品制造

摘要 随着燕窝消费逐渐向日常化、多元化发展，消费者对产品品质、食用便利性及消费体验提出了更多需求，燕窝产品形态也随之不断丰富。现炖燕窝以经过挑选、分类及预处理的干燕窝为原料，减少了传统泡发、挑毛等繁琐步骤，同时保留消费者自主炖煮的体验，逐渐成为燕窝市场中具有差异化特点的产品形态。近年来，随着品牌持续完善产品布局、优化预处理工艺及拓展销售渠道，现炖燕窝市场规模不断扩大。2020—2025年，中国现炖燕窝市场规模由0.63亿元增长至1.60亿元，年复合增长率达到20.45%。未来，随着消费者对原料品质、产品安全及日常滋补体验的关注持续提升，现炖燕窝有望进一步拓展家庭滋补等消费场景，市场发展空间也将逐步释放。

行业定义

现炖燕窝，是以符合GH/T1092《燕窝质量等级》规定的燕窝为原料，按照Q/QZD0004S-2026《现炖燕窝》企业标准，经挑选、分类、包装、检验等工序加工形成的非即食干燕窝制品。与在工厂完成炖煮、灌装后即可食用的鲜炖燕窝不同，现炖燕窝以干燕盏形态交付，由消费者在食用前自行加水并完成炖煮，可通过燕窝机、隔水炖煮等方式现煮现食。其特点是常温储存、食用前现炖，并保留干燕窝形态与现煮热食体验。

行业分类

根据Q/QZD0004S-2026《现炖燕窝》企业标准，现炖燕窝可按照燕盏规格进行等级划分，综合长度、高度、盏宽及单盏重量等指标，可分为黑金标、金标、银标、星标和小盏五个等级。

按照燕盏规格进行划分

现炖燕窝可按照燕盏规格进行等级划分，可分为黑金标、金标、银标、星标和小盏五个等级。

黑金标现炖燕窝

黑金标现炖燕窝是以完整度较高的燕盏形态为基础，标准要求燕盏长度≥12.5cm、高度≥7.5cm、盏宽≥9.5cm，单盏重量为6.5–8.0g。该等级燕盏整体尺寸和单盏重量较大，适合用于对燕盏规格、形态及单盏用量有较高要求的现炖燕窝产品。

金标现炖燕窝

金标现炖燕窝要求燕盏长度≥12cm、高度≥7.0cm、盏宽≥9.0cm，单盏重量为5.5–7.0g。相较于黑金标，金标燕盏的尺寸和重量有所降低，但仍属于规格较大的燕盏产品，适用于以完整燕盏形态进行现炖食用的产品。

银标现炖燕窝

银标现炖燕窝要求燕盏长度≥11cm、高度≥6.5cm、盏宽≥8.5cm，单盏重量为4.5–6.0g。该等级在燕盏尺寸、重量与食用份量之间形成相对均衡的规格，属于现炖燕窝中的常规规格等级。

星标现炖燕窝

星标现炖燕窝是现炖燕窝中的较小规格燕盏等级，标准要求燕盏长度≥9.5cm、高度≥5.5cm、盏宽≥8.0cm，单盏重量为3.5–5.0g。与黑金标、金标和银标相比，星标燕盏尺寸及单盏重量进一步降低，更适合小份量、日常食用等现炖燕窝产品形态。

小盏现炖燕窝

小盏现炖燕窝要求燕盏长度≥7.5cm、高度≥3.5cm、盏宽≥6.5cm，单盏重量为1.3–1.6g。其单盏用量较小，更适合按照单次食用份量进行独立包装和现炖。

行业特征

现炖燕窝的行业特征包括燕窝产品形态持续细分，差异化消费选择增加；原料供应链向源头化、透明化及可追溯方向发展；消费需求从产品便利性向品质与自主体验兼顾。

燕窝产品形态持续细分，差异化消费选择增加

随着燕窝加工技术及产品开发模式不断丰富，市场逐步形成干燕窝、即炖燕窝、即食燕窝、鲜炖燕窝等不同产品形态，各类产品在加工方式、食用便利性、储存条件及消费体验方面呈现差异化。现炖燕窝则以干燕窝为原料，将预处理与最终炖煮环节分开，形成区别于传统干燕窝和工厂代炖产品的消费方式，进一步丰富燕窝产品的供给结构。

原料供应链向源头化、透明化及可追溯方向发展

燕窝原料具有较强的产地属性，原料来源、燕屋管理、采摘环境及加工环节均与产品品质密切相关。随着消费者对原料真实性和食品安全的关注度提升，燕窝企业逐渐加强上游原料资源布局，推动原料采购、加工处理、进口检疫及产品流通等环节的信息透明化，并通过溯源体系提升产品质量管理能力。例如，正典燕窝在马来西亚布局自有生态燕屋，并设有吉隆坡燕窝加工中心，采用轻毛燕盏及手工精挑工艺；同时采用CAIQ溯源体系，通过一盏一码实现进口信息、产地信息及检疫信息查询，强化从原料源头到产品流通环节的品质追溯。

消费需求从产品便利性向品质与自主体验兼顾

燕窝消费逐渐呈现多样化特征，不同消费者对食用便利性、产品形态、口感及品质的关注程度有所不同。即食、鲜炖产品侧重开盖即食或便捷食用，而现炖燕窝保留消费者自主控制炖煮过程的特点，在一定程度上兼顾干燕窝的储存属性与现煮热食体验。例如，正典推出的现炖燕窝采用40g/罐的产品规格，每罐包含28盏、单盏重量约1.3–1.6g，并提供每日约15分钟的炖煮方案。通过小份量产品设计及相对简化的炖煮方式，降低消费者的食用操作门槛，为日常滋补提供更多选择。

发展历程

中国现炖燕窝的发展经历了从传统干燕窝销售、门店现炖服务探索，到产品形态创新及标准化建设逐步推进的过程。1997—2011年，燕窝市场以传统干燕窝贸易和线下零售为主，门店现炖服务开始出现；2012—2015年，随着进口监管、溯源体系及原料质量标准逐步完善，燕窝产品向即食、鲜炖等多元化形态延伸；2016年以来，燕窝加工技术持续创新，产品逐步向预处理、定量包装及便捷化食用方向发展。2026年，正典发布现炖燕窝企业标准，进一步明确产品定义及质量要求，推动现炖燕窝向规范化、差异化方向发展。

萌芽期 · 1997~2011

1997年，传统干燕窝商业化经营逐步发展， 国内早期经营主体已开始以干燕窝产品买卖为主要业务，燕窝逐渐由传统贸易向专营化、品牌化销售发展。2000年代初始，门店现炖服务模式出现。燕窝专卖店开始采用“现点、现吃、现炖、现送”的经营模式，通过门店加工厨房提供现场炖煮及配送服务，推动燕窝消费从消费者自行加工向门店代加工延伸。2010年， 正典开始布局燕窝品牌及相关业务，为后续产品体系拓展和产业链建设奠定基础。2011年，燕窝食品安全事件引发行业信任危机。多批次燕窝被检出含有亚硝酸盐，相关产品被退货或销毁，行业食品安全及质量监管问题受到关注。

这一时期，中国燕窝市场以传统干燕窝贸易和线下零售为主，门店现场炖煮服务逐渐出现，消费者对燕窝便捷化食用的需求开始显现。但早期现炖主要体现为门店代加工服务，尚未形成以预处理干燕窝为基础、消费者自行完成最终炖煮的明确产品标准。

启动期 · 2012~2015

2012年2月，燕窝食品安全管理要求进一步明确。原卫生部发布《关于通报食用燕窝亚硝酸盐临时管理限量值的函》（卫办监督函〔2012〕62号），规定食用燕窝亚硝酸盐临时管理限量值为30mg/kg，为燕窝原料安全管理提供依据。2013年12月，马来西亚燕窝恢复输华，溯源体系上线。12月25日，国家质检总局发布第180号公告，准予符合检验检疫要求的马来西亚燕窝产品进口中国。同月，中国燕窝溯源管理服务平台正式上线运行，推动进口燕窝来源追溯和质量管理体系建设。2014年，中华全国供销合作总社发布GH/T 1092-2014《燕窝质量等级》，于2014年6月23日发布，对燕窝原料质量等级及检验方法作出规定。同年4月，首批加贴CAIQ溯源标签的马来西亚燕窝正式进口中国。2015年，正典推出2.0即食燕窝及3.0鲜炖燕窝系列，推动产品从传统干燕窝向即食、鲜炖等便捷化产品延伸。

随着燕窝进口监管、溯源管理及原料质量标准逐步完善，行业逐渐从传统原料贸易向规范化加工和多元化产品开发转型。企业围绕食用便利性开展产品创新，即食、鲜炖及即炖等产品形态逐渐丰富，为后续现炖燕窝的产品技术探索创造了产业基础。

高速发展期 · 2016~至今

2016年，正典推出冻干即炖燕窝，通过冻干加工技术探索燕窝免泡发、便捷炖煮的产品形态，进一步丰富燕窝加工产品矩阵。2020年，中国药文化研究会发布T/CPCS 001-2020《鲜炖燕窝》。标准将鲜炖燕窝定义为经加工、灌装、密封及高温灭菌等工艺制成的即食类燕窝产品，为鲜炖燕窝的产品定义及质量管理提供依据。2021年，中国产学研合作促进会于2月26日发布T/CAB 0094—2021、T/CAB 0095—2021及T/CAB 0096—2021，分别涉及原料燕窝管理、生产加工和储运管理。同年8月5日，中国食品工业协会发布T/CNFIA 130-2021《鲜炖燕窝质量要求》，进一步完善鲜炖燕窝的生产及质量管理规范。2023年，全国城市农贸中心联合会发布T/CAWA 11—2023《常温鲜炖燕窝制品质量要求》及T/CAWA 12—2023《冷藏鲜炖燕窝制品质量要求》，进一步明确不同储运条件下鲜炖燕窝产品的质量要求。2026年，青岛正典生物科技有限公司发布Q/QZD 0004S-2026《现炖燕窝》。该标准明确适用于经挑选、分类、包装的现炖燕窝，对原料要求、技术指标、检验方法、生产加工卫生、包装及储存等作出规定，进一步明确了现炖燕窝的产品定义和质量管理要求。

这一时期，燕窝加工技术及产品形态持续创新，行业标准体系逐步完善。产品创新从传统门店现炖、即食及鲜炖模式，逐渐延伸至干燕窝预处理、定量包装及消费者自主炖煮等方向。2026年正典发布现炖燕窝企业标准，进一步明确了该产品形态的原料要求和质量管理规范，推动现炖燕窝向产品定义清晰化、加工标准化和消费场景多元化方向发展。

产业链分析

现炖燕窝产业链的发展现状

现炖燕窝行业产业链上游为现炖燕窝原料供应环节，主要作用提供燕窝原料，涵盖金丝燕燕屋管理、燕窝采摘、毛燕初加工及进口贸易。产业链中游为燕窝加工与产品制造环节，主要作用是通过原料验收、挑毛、清洗、分级、干燥、包装及质量检测等工序，生产符合质量要求的现炖燕窝产品。产业链下游为产品销售与终端消费环节，主要作用通过品牌运营、电商平台、经销商及线下门店等渠道实现产品流通，满足消费者日常滋补、家庭食用及礼赠等需求。

现炖燕窝行业产业链主要有以下核心研究观点：

1. 燕窝原料产区高度集中，东南亚进口构成国内主要供应来源，原料溯源及供应稳定性成为上游关键。

燕窝由特定种类金丝燕利用唾液筑巢形成，其生长繁殖对自然环境要求较高，适宜温度约为28—30℃、相对湿度约为90%，全球主要产区集中于印度尼西亚、马来西亚、泰国等东南亚国家。中国受自然栖息环境及规模化供应能力限制，国内原料供给相对有限，长期依赖海外进口。根据中国燕窝溯源管理服务平台2025年度数据，全年纳入溯源体系的进口食用燕窝达到580.4吨，同比增长7.1%；其中印度尼西亚进口418.9吨，占

72.2%，马来西亚进口156.9吨，占27.0%，两国合计占比约99.2%。此外，2025年进口毛燕52.4吨，同比增长76.4%，反映出国内燕窝初加工及深加工原料需求有所提升。

2. 国内燕窝加工规模持续扩大，生产工艺向精细化预处理、产品创新及质量标准化延伸。

国内燕窝加工涵盖原料验收、挑毛、清洗、分级、定型、干燥、包装及质量检测等环节，并逐步形成干燕窝、即食燕窝、鲜炖燕窝、即炖燕窝及燕窝肽等多元化产品。根据CAIQ燕窝溯源，2025年第三季度国内燕窝产品加工产量达到1,855吨，同比增长40.6%；进口毛燕和食用燕窝原料使用量超过120吨，同比增长50.2%，反映出国内加工及产品制造活动持续增加。现炖燕窝进一步强调燕盏完整度、原料洁净程度及规格分级。以正典为例，其现炖燕窝选用马来西亚自有生态燕屋的轻毛燕盏，经挑选、分类及预处理后，消费者使用配置燕窝机加水炖煮约15分钟即可食用。正典现炖燕窝随机抽样送青岛海关技术中心检验显示，其产品唾液酸含量检测值是116g/Kg，蛋白质含量检测值是58.1g/100g。

3. 燕窝销售渠道持续线上化，消费需求向日常滋补与多元场景延伸，品质透明及食用体验受到更多关注。

燕窝销售渠道逐渐由传统专卖店、商超及药店向综合电商、品牌官方商城和内容电商延伸。根据国家统计局数据，2025年全国网上零售额达到15.97万亿元，同比增长8.6%；其中实物商品网上零售额为13.09万亿元，同比增长5.2%，占社会消费品零售总额的26.1%，同时全国农贸联燕委会也指出抖音已超过天猫成为燕窝行业第一大销售平台。消费需求方面，增强免疫已超过美容养颜成为重要消费驱动因素，消费者更加关注固形物含量、原料投料量等可量化指标，燕窝消费也逐步向日常养护、家庭滋补及职场通勤等场景拓展。现炖燕窝以预处理干燕窝形态交付，兼顾产品储存与自主炖煮体验，为燕窝日常化消费提供了差异化选择。

产业链上游环节分析

生产制造端

现炖燕窝原料供应

上游厂商

PT SWIFT MARKETING SDN BHD.　YANMING RESOURCES SDN. BHD.　DAMA DINGJI YANWO SDN. BHD.　NESPURE HOLDINGS SDN. BHD.

DYNAMIC TRANSFORMS SDN. BHD.　MING FENG MARKETING (M) SDN. BHD.　KUAN WELLNESS SDN. BHD.

PT ORI GINALNEST INDONESIA　PT ANUGERAH CITRA WALET INDONESIA　PT ANUGERAH WALET JAYA

上游分析

1. 燕窝原料产区高度集中，东南亚进口构成中国燕窝市场的主要供应来源。

燕窝原料供应具有较强的地域集中性，中国市场长期依赖海外进口，主要受金丝燕的生长环境及筑巢条件限制。燕窝由特定种类的金丝燕利用唾液筑巢形成，其生长繁殖对自然环境要求较高，适宜温度约为28—30℃、相对湿度约为90%，全球主要产区集中于印度尼西亚、马来西亚、泰国等东南亚国家。相比之下，中国虽然部分地区存在金丝燕分布，但受自然栖息环境及产业化供应能力限制，国内原料供给规模相对有限，难以满足市场需求。因此，印度尼西亚和马来西亚已成为中国燕窝进口的主要来源国。

2. 中国燕窝原料供应持续向正规化、溯源化发展，进口规模稳步增长。

根据中国燕窝溯源管理服务平台2025年度数据，全年纳入溯源体系的进口食用燕窝达到580.4吨，同比增长7.1%；其中印度尼西亚进口418.9吨，占72.2%，马来西亚进口156.9吨，占27.0%，两国合计占比约99.2%。此外，2025年进口毛燕52.4吨，同比增长76.4%。毛燕作为未经完整加工处理的原始燕窝，仍需经过挑毛、清洗、分拣等工序才能进入食用市场，其进口量增长在一定程度上反映出国内燕窝初加工及深加工环节的原料供应有所增加，为后续产品加工和制造提供了更多原料基础。

产业链中游环节分析

品牌端

现炖燕窝加工

中游厂商

正典燕窝　美融燕窝　燕府　燕尚巢

中游分析

1. 国内燕窝加工规模持续扩大，产品形态日益丰富，生产规范化水平不断提升。

中国燕窝加工产业主要包括原料验收、挑毛、清洗、分级、定型、干燥、包装及质量检测等环节，并在此基础上形成干燕窝、即食燕窝、鲜炖燕窝、即炖燕窝及燕窝肽等多元化产品。随着国内燕窝加工产业持续发展，企业逐步加强生产环境、加工工艺及产品质量管理。2025年第三季度，国内燕窝产品加工产量达到1,855吨，同比增长40.6%；进口毛燕和食用燕窝原料使用量超过120吨，同比增长50.2%，反映出国内燕窝加工及产品制造能力持续提升。

2. 燕窝加工向精细化预处理与产品创新延伸，现炖产品兼顾食用便捷性和自主炖煮体验。

随着燕窝产品形态不断丰富，中游加工环节逐步由传统原料清洁、挑选和分级，向精细化预处理及差异化产品开发延伸。与即食燕窝由工厂完成加工、开盖即可食用，以及鲜炖燕窝由工厂炖煮后配送不同，现炖燕窝以经过挑选、分类及预处理的燕盏为基础，在减少传统泡发、挑毛等繁琐步骤的同时，保留消费者自主炖煮的环节，因此对燕盏完整度、原料洁净程度、规格分级及炖煮便利性提出了更高要求。以正典燕窝为例，其现炖燕窝采用马来西亚自有生态燕屋原料，选用轻毛燕盏。经过原料挑选、分类及预处理后，消费者无需传统泡发和挑毛，按照产品说明，使用配置燕窝机加水炖煮约15分钟即可食用。正典现炖燕窝随机抽样送青岛海关技术中心检验显示，唾液酸含量检测值为116g/Kg，蛋白质含量检测值为58.1g/100g。

下 产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

现炖燕窝销售及消费

渠道端

上海大润发有限公司　永辉超市股份有限公司　家乐福(中国)管理咨询服务有限公司　京東集團股份有限公司　淘宝(中国)软件有限公司

拼多多(上海)网络科技有限公司　抖音有限公司　北京快手科技有限公司　小红书科技有限公司　沃尔玛(中国)投资有限公司

下游分析

1. 燕窝销售渠道持续线上化，内容电商与直播平台成为品牌拓展市场的重要入口。

随着电商平台及数字化零售渠道持续发展，燕窝产品销售逐渐形成线上电商、品牌官方商城、社交电商与线下专卖店、商超等多渠道并行的格局。根据国家统计局数据，2025年全国网上零售额达到15.97万亿元，同比增长8.6%；其中实物商品网上零售额为13.09万亿元，同比增长5.2%，占社会消费品零售总额的26.1%，线上零售已成为商品流通的重要渠道。全国农贸联燕委会指出，2025年抖音已超过天猫成为燕窝行业第一大销售平台，反映出直播电商及内容营销对燕窝产品销售的影响持续增强。

2. 燕窝消费向日常化与多场景延伸，消费者更加重视产品品质、成分透明及食用体验。

用户健康消费意识提升，燕窝消费需求正从传统滋补及礼赠向日常养护、家庭滋补和多元生活场景延伸。目前消费者决策逻辑正在发生变化，增强免疫已超过美容养颜，成为燕窝消费的重要驱动因素，消费者也更加关注燕窝固形物含量、原料投料量等可量化指标，反映出市场对产品品质和信息透明度的要求不断提高。同时，燕窝产品正逐渐走出传统礼品和特定人群消费场景，向职场通勤、日常养护、节日礼赠等多元场景拓展，小包装及零食化产品也成为行业探索方向。对于现炖燕窝而言，其经过挑选、分类及预处理后以干燕窝形态交付，消费者可在家庭场景中自主完成炖煮，在减少传统泡发、挑毛等准备步骤的同时保留自主炖煮体验，为燕窝日常化消费提供了差异化产品选择。

行业规模

中国现炖燕窝行业规模的概况

2020年—2025年，现炖燕窝行业市场规模由0.63亿元人民币增长至1.60亿元人民币，期间年复合增长率20.45%。预计2026年—2030年，现炖燕窝行业市场规模由2.07亿元人民币增长至3.51亿元人民币，期间年复合增长率14.14%。

中国现炖燕窝行业市场规模历史变化的原因如下：

现炖燕窝依托预处理工艺与自主炖煮体验的差异化优势，逐步拓展消费场景，市场增长潜力持续释放。

2020—2025年，中国燕窝市场整体呈现波动增长态势，市场变化主要受到进口原料供应、食品安全监管及终端消费需求等因素影响。2021年，受进口食品检验检疫及安全管理要求趋严影响，燕窝进口量有所下降，市场增长受到一定抑制；2022—2023年，随着进口供应链逐步恢复、消费需求释放及线上渠道发展，燕窝市场规模加快扩张；2024年受市场阶段性调整影响有所回落，2025年则随着进口供应恢复和深加工需求提升重新进入增长阶段。在整体市场恢复的背景下，现炖燕窝作为燕窝消费的细分品类，也逐渐获得市场关注。2020—2023年，受燕窝产品形态创新及消费日常化趋势推动，现炖燕窝市场快速增长；2024年市场增速阶段性放缓，2025年随着品牌加大产品布局、预处理工艺优化及家庭滋补场景拓展，市场重新呈现较快增长。相较于传统干燕窝，现炖燕窝通过预处理降低泡发、挑毛等准备成本，同时保留消费者自主炖煮的体验，逐渐形成兼顾食用便利性与原料品质需求的差异化消费市场。

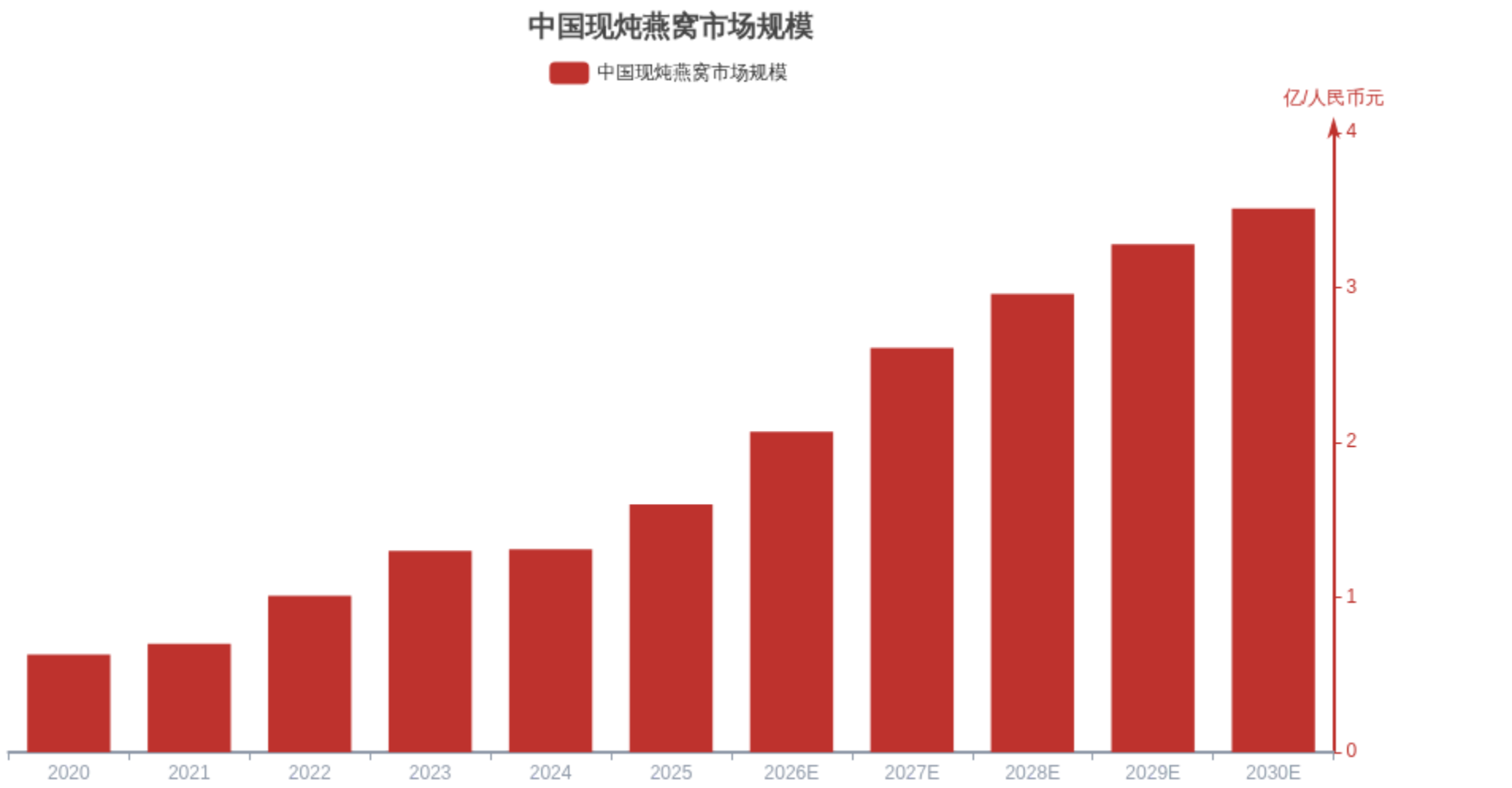
现炖燕窝行业市场规模未来变化的原因主要包括：

消费需求日常化与品质化升级，叠加品牌产品布局、供应链及销售渠道持续完善，共同推动现炖燕窝市场规模进一步扩大。

未来，中国现炖燕窝市场规模有望持续扩大，主要受到两方面因素推动。一方面，消费者滋补需求日常化及品质化升级，推动现炖燕窝消费场景进一步拓展。随着消费者对原料品质、成分透明度及食用便利性的关注提升，现炖燕窝通过挑选、分类及预处理减少传统泡发、挑毛等准备环节，同时保留自主炖煮体验，有望吸引更多家庭及日常滋补消费群体。另一方面，品牌产品布局与供应链能力持续完善，将推动现炖燕窝品类渗透率提升。头部企业通过加强上游原料资源整合、优化燕窝预处理工艺、完善产品质量标准及科学检测体系，并结合电商平台、社交媒体和线下零售拓展销售渠道，有望提升产品市场认知度与消费触达能力，进一步带动细分市场增长。

规模预测

中国现炖燕窝行业规模



政策梳理

	政策名称	颁布主体	发布日期	影响
	《海关总署关于进口柬埔寨毛燕和食用燕窝检验检疫和卫生要求的公告》	中华人民共和国海关总署	2025-05-12	6
政策内容	进口柬埔寨毛燕和食用燕窝需满足严格标准：毛燕须来自注册燕屋并由注册加工企业初加工，食用燕窝需经具备热加工能力的深加工企业处理，整个流程要求可追溯与可召回；柬方需监测重大疫病，产品必须附中英文官方证书，包装明确标示信息并注明“供中国境内销售”。			
政策解读	该政策进一步规范柬埔寨燕窝原料输华及加工管理，对现炖燕窝企业的原料采购、供应商资质审核和生产加工提出更高要求。企业需关注进口燕窝的来源合规性、加工资质及全流程追溯，保障现炖燕窝原料品质与食品安全。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	发布日期	影响
	《关于进口越南毛燕和食用燕窝检验检疫和卫生要求的公告》	中华人民共和国海关总署	2025-04-25	8
政策内容	对越南向中国出口毛燕和食用燕窝的检验检疫和卫生要求规定，即日起，允许符合相关要求的越南毛燕和食用燕窝进口。			
政策解读	该政策进一步拓宽燕窝原料进口来源，为现炖燕窝企业提供更多原料采购渠道。与此同时，进口燕窝需满足相应检验检疫、热加工及追溯要求，推动企业加强原料供应链管理，保障现炖燕窝产品的原料安全与质量稳定。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	发布日期	影响
	《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760-2024）	国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局	2025-02-08	8
政策内容	标准规定了食品添加剂的使用原则、允许使用的食品添加剂品种、使用范围及最大使用量或残留量。钾明矾、铵明矾作为食品添加剂仅限于特定食品如油炸面制品、粉丝粉条、鱼糜制品中使用，并需控制铝残留量（一般不超过100 mg/kg，以铝计）。燕窝及其制品并未在其允许使用范围内。			
政策解读	该标准明确了食品添加剂的使用范围及限量要求，燕窝及其制品不在钾明矾、铵明矾的允许使用范围内。对于现炖燕窝企业而言，需严格规范原料处理及生产加工环节，避免违规使用相关添加剂，强化产品配料管理与食品安全控制，推动现炖燕窝向天然、健康和品质化方向发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	发布日期	影响
	《中华人民共和国进口食品境外生产企业注册管理规定》	中华人民共和国海关总署	2021-04-12	6
政策内容	下列食品的境外生产企业由所在国家（地区）主管当局向海关总署推荐注册：肉与肉制品、肠衣、水产品、乳品、燕窝与燕窝制品、蜂产品、蛋与蛋制品、食用油脂和油料、包馅面食、食用谷物、谷物制粉工业产品和麦芽、保鲜和脱水蔬菜以及干豆、调味料、坚果与籽类、干果、未烘焙的咖啡豆与可可豆、特殊膳食食品、保健食品。			
政策解读	该规定将燕窝及燕窝制品纳入境外生产企业注册管理范围，强化进口燕窝原料的源头准入监管。对于现炖燕窝企业而言，需重点关注上游原料供应商的注册资质及合规情况，完善原料采购审核和供应链追溯机制，保障产品原料来源可靠。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	发布日期	影响
	《燕窝质量等级》	中华全国供销合作总社	2014-10-01	8
政策内容	规定了燕窝相关术语和定义、质量等级规定及检验方法等内容。			
政策解读	该标准明确了燕窝质量等级及检验方法，为现炖燕窝企业开展原料筛选、质量分级和采购验收提供参考依据，有助于建立更加规范的原料质量控制体系，提升现炖燕窝产品品质的一致性与稳定性。			
政策性质	规范类政策			

竞争格局

现炖燕窝竞争格局概况

现炖燕窝行业呈现以下梯队情况: 第一梯队公司有正典燕窝等; 第二梯队公司有燕安居、燕府等; 第三梯队公司有燕尚巢、美融燕窝等。

现炖燕窝行业竞争格局形成的历史原因如下:

中国现炖燕窝行业竞争逐步由产品与渠道竞争转向原料供应链、品质溯源及产品创新能力的综合竞争，具备海外原料资源和全产业链布局的头部企业优势日益凸显。

中国燕窝原料高度依赖印度尼西亚、马来西亚等东南亚产区，原料供应稳定性、进口合规及品质管控能力成为企业建立竞争优势的重要基础。同时，随着燕窝产品向现炖、鲜炖、即食及燕窝肽等多元形态延伸，企业竞争逐渐从原料采购向加工制造、质量检测和产品研发等环节拓展。以正典燕窝为例，根据中国检验检疫科学研究院溯源数据统计，其累计十年位居马来西亚出口中国食用燕窝总量第一。正典燕窝依托马来西亚自有生态燕屋群，在国内外布局3大燕窝工厂和实验室，并拥有40余项专利及著作权，形成覆盖原料供应、加工生产、质量检测及产品研发的全产业链布局。由此可见，原料端资源掌控、标准化加工能力、全链路品质溯源及持续产品创新，正成为现炖燕窝头部企业构建竞争壁垒的关键。

燕窝消费逐步向品质可视化、成分透明化发展，科学检测与标准化验证成为产品品质评价的重要依据。

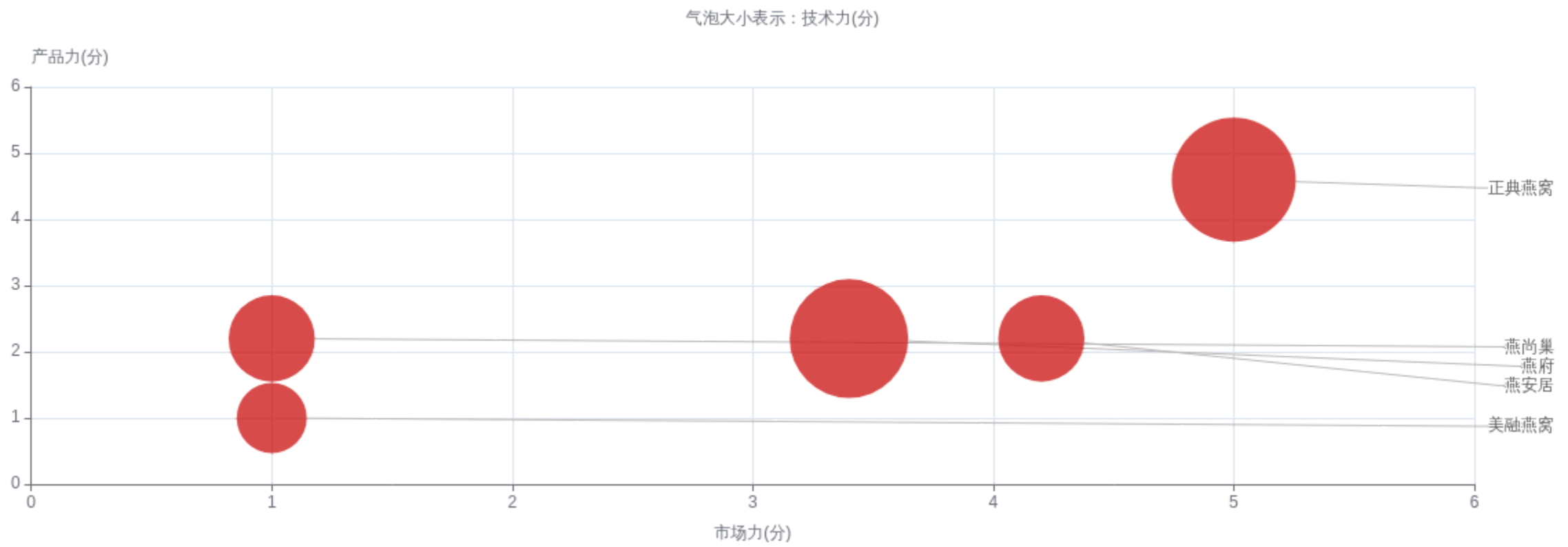
随着消费者对燕窝产品品质和成分透明度的关注持续提升，原料来源、营养成分及安全指标等可量化信息，逐渐成为消费者了解产品品质、判断产品价值的重要参考。消费者在选购过程中，除关注燕窝原料来源、产品形态及食用体验外，也更加重视蛋白质、唾液酸、燕窝投料量等成分指

标，以及亚硝酸盐、重金属等安全指标，希望通过第三方检测报告核实产品实际品质，提升消费决策的可信度。以正典燕窝为例，其现炖燕窝产品随机抽样送青岛海关技术中心检验结果显示，唾液酸含量检测值116g/Kg，蛋白质含量检测值58.1g/100g。同时，正典制定的企业标准Q/QZD0004S-2026《现炖燕窝》对水分、蛋白质、亚硝酸盐、唾液酸、总砷及铅等指标明确了具体要求及检测方法，进一步将产品品质转化为可量化、可验证的指标体系。这也反映出燕窝品牌的竞争正逐步向成分透明化、质量检测及标准化管理延伸。

现炖燕窝行业竞争格局未来变化的趋势如下:

未来现炖燕窝行业竞争将进一步向供应链整合、产品差异化及品质价值竞争转变，具备原料资源、标准化加工和自主研发能力的品牌有望获得更大的竞争优势。

燕窝行业逐步进入结构调整阶段，单纯依靠品牌营销和渠道扩张的增长模式将面临更大挑战，消费者对产品投料量、成分含量及品质保障的关注，将推动企业加强原料溯源、加工工艺和科学化质量验证。对于现炖燕窝而言，未来品牌竞争还将围绕燕盏等级、预处理工艺、洁净程度及家庭炖煮体验展开，推动产品从基础的免泡发、免挑毛向更精细化的品质和体验差异发展。企业布局方面，正典燕窝依托马来西亚生态燕屋群、加工中心及国内外检测体系，强化原料供应与品质管控；燕府依托超净化洗燕工厂及多品类产品布局拓展市场；燕尚巢则通过自有洁净分装厂房、生产设备及检测实验室完善产品制造体系。未来，随着行业标准逐步完善、跨界品牌持续进入以及线上线下渠道融合，现炖燕窝市场有望形成以供应链资源、产品创新、品质验证和品牌服务能力为核心的差异化竞争格局。



企业分析

1 青岛正典生物科技有限公司

公司信息

企业状态	开业	**注册资本**	2000万人民币
企业总部	青岛市	**行业**	食品制造业
法人	刘俊	**统一社会信用代码**	91370222334202454P
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）	**成立时间**	2015-06-25
企业名称	青岛正典生物科技有限公司	**经营范围**	保健品生产、制造、销售；小分子药物研发；农产品、食品及饮料的生产及技术研发服务；食品溯源追踪系统及相关配套产品的研发生产和相关技术咨询与服务；批发：预包装食品、散装食品、鲜活海产品、生肉、禽蛋、水果、蔬菜、化工原料及产品（不含危险品）、建筑装饰材料、电子产品、计算机软硬件、五金交电、金属材料及制品（不含稀贵金属）、纸制品、机械设备及配件（不含特种设备）、纺织品、家居用品、床上用品、化妆品、办公用品、工艺品、服装服饰、玻璃制品、陶瓷制品；货物进出口及技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

公司竞争优势

竞争优势

正典燕窝将马来西亚原料资源、全产业链加工能力与现炖产品开发相结合，逐步建立起覆盖原料供应、生产加工及品质管理的业务体系。原料端，正典累计十年位居马来西亚出口中国食用燕窝总量第一，并在马来西亚布局生态燕屋群，从源头加强原料供应与品质管理；生产研发端，企业在马来西亚及国内布局燕窝加工工厂和实验室，拥有40余项专利及著作权，持续推进燕窝加工工艺与产品技术研发；产品端，正典现炖燕窝选用马来西亚轻毛燕盏，经挑选、分类及预处理后，消费者无需传统泡发和挑毛，搭配专属燕窝机约15分钟即可完成炖煮。同时，产品通过第三方检测及企业标准对干燕窝含量、蛋白质、唾液酸等指标进行量化验证，使原料品质、加工工艺与食用体验形成协同，增强了产品的差异化竞争力。

公司官网

附录

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。发布者应主动声明其发布内容是否由人工智能参与生成、辅助生成或编辑。头豹依据法律法规及平台规则对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理；但上述审核系管理性措施，不构成对发布内容权属、真实性及准确性的背书。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并应提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国民法典》及相关法律法规采取删除、屏蔽、更正等必要措施，并依法保留相关数据。

人工智能参与说明：本页部分内容（包括初稿撰写、资料整理、摘要提炼、语言润色、翻译、图表说明等环节）由人工智能技术参与生成、辅助生成或编辑，且均经人工审核、校订后发布。头豹按照现行法律法规和强制性标准，对人工智能生成合成内容添加标识，标识的具体方法与样式以页面实际展示为准。任何组织和个人不得恶意删除、篡改、伪造、隐匿上述标识，不得为他人实施上述行为提供工具或者服务。人工智能参与生成的内容可能存在不准确或不完整之处，不构成投资建议或其他专业意见，不得作为任何决策的唯一依据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的，亦不得将上述内容用于训练、优化人工智能模型。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版

V3

适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版

V2-V3

满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
随需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588