



2024年 头豹行业词条报告

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。

Copyright © 2024 头豹

骨骼健康益生菌潜力巨大，政策推动行业规范化发展

头豹词条报告系列



荆婧等 2 人

2024-11-01

未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/医药制造业/保健及康复食品制造

消费品制造/医疗保健

关键词：

骨骼益生菌

鼠李糖乳杆菌

植物乳杆菌

骨质疏松

骨关节炎

龋齿

牙周炎



词条目录

<h4>行业定义</h4> <p>益生菌是一类可定植在宿主体内的活性微生物，当人...</p>	<h4>行业分类</h4> <p>按照骨骼健康益生菌的调节疾病种类的分类方式，骨...</p>	<h4>行业特征</h4> <p>中国骨骼健康益生菌行业的发展历程体现从萌芽期的...</p>	<h4>发展历程</h4> <p>骨骼健康益生菌行业目前已达到 3个阶段</p>
<h4>产业链分析</h4> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p>	<h4>行业规模</h4> <p>骨骼健康益生菌行业规模评级报告 1篇</p> <p>SIZE数据</p>	<h4>政策梳理</h4> <p>骨骼健康益生菌行业相关政策 5篇</p>	<h4>竞争格局</h4> <p>数据图表</p>

摘要

随着消费者健康意识的增强和社会对益生菌接受度的提高，益生菌食品因其便携性和快速吸收的特点，迅速在市场上获得青睐，展现出明显的扩张趋势。全球研究和临床试验表明，益生菌在改善骨代谢、促进骨整合、增加骨密度和减少牙周病等方面具有显著作用，骨骼健康益生菌因而逐步成为益生菌大品类下的热门细分赛道，吸引本土品牌积极覆盖。产品创制层面，临床研究进展推动科研领域发力，中国在益生菌相关专利申请方面已赶超美国，显示出强劲的本土研发动力。行业监管层面，随着政策推动行业规范化发展，国产品牌通过产品质量优化和科研合作实现竞争力提升，未来在全球市场的渗透率将逐步提高。市场需求层面，老龄化趋势下，骨骼健康问题日益凸显，益生菌作为一种天然、安全且有效的干预手段，能够显著改善老年人群的骨骼健康，提升生活质量。伴随科研探索的不断深入和以需求为根本出发点的多元化产品设计，骨骼健康益生菌有望实现长期稳步上行发展。

行业定义^[1]

益生菌是一类可定植在宿主体内的活性微生物，当人体摄取足量时，益生菌及其代谢产物可改善宿主健康。根据当前全球研发进展，骨质疏松、骨折、骨关节炎和牙周疾病可受益于益生菌“微生物-肠-骨”轴的作用逻辑，益生菌通过消化道微生物稳态调节实现对以上骨骼关节疾病的改善作用。

在骨质疏松和骨折的改善中，益生菌可通过调节Treg和Th17细胞等促炎性T辅助细胞的平衡，增加TGF-β和IL-10等抗炎因子的分泌，抑制破骨细胞的生成，从而促进骨形成和再生。可促进骨密度增强和骨质再生的益生

菌包括鼠李糖乳杆菌、乳酸杆菌和植物乳杆菌等。在骨关节炎的改善中，益生菌能够通过产生丁酸等短链脂肪酸，抑制炎症相关的信号通路，从而保护关节软骨免受降解和破坏。可保护骨关节免受炎症侵袭的益生菌包括干酪乳杆菌和适酸乳杆菌等。在龋齿和牙周炎的改善中，益生菌能够通过竞争性抑制口腔病原菌的生长，减少如变形链球菌和牙龈卟啉单胞菌等致病菌的定植，同时产生抗菌物质，抑制致病菌的增殖。可保障牙齿及牙周稳态的益生菌包括副干酪乳酸杆菌、植物乳酸杆菌和唾液链球菌等。

[1] 1: <https://www.world...> | 函

2: 国家市场监督管理总局...

行业分类^[2]

按照骨骼健康益生菌的调节疾病种类的分类方式，骨骼健康益生菌行业可以分为如下类别：

骨骼健康益生菌行业基于调节疾病种类的分类

骨骼健康益生菌分类

骨质疏松症及骨折用益生菌

骨质疏松症(Osteoporosis, OP)是常见骨代谢疾病之一，骨质疏松患者常伴有痴呆、认知功能障碍，存在高跌倒和骨折风险。在骨质疏松和骨折的改善中，益生菌可通过调节Treg和Th17细胞等促炎性T辅助细胞的平衡，增加TGF- β 和IL-10等抗炎因子的分泌，抑制破骨细胞的生成，从而促进骨形成和再生。可促进骨密度增强和骨质再生的益生菌包括鼠李糖乳杆菌、乳酸杆菌和植物乳杆菌等。市场常见益生菌产品主要包括同仁堂“益生菌冻干粉乳酸菌及益生菌高钙片”、汤臣倍健“益生菌活菌粉及固体饮料”和伊利“高钙含益生菌奶粉”等。

骨关节炎用益生菌

骨关节炎(Osteoarthritis, OA)是一种以关节软骨丢失、退化和滑膜炎为主要症状的肌肉骨骼疾病类型。在骨关节炎的改善中，益生菌能够通过产生丁酸等短链脂肪酸，抑制炎症相关的信号通路，从而保护关节软骨免受降解和破坏。可保护骨关节免受炎症侵袭的益生菌包括干酪乳杆菌和适酸乳杆菌等。常见产品包括“鲁南伊平舒复合益生菌”等成人复合益生菌。

龋齿及牙周炎用益生菌

龋齿是一种牙齿硬组织被细菌侵蚀而导致的疾病，主要症状包含牙齿表面出现黑点或洞穴、牙齿敏感、疼痛以及进食时的不适。牙周炎是一种牙龈和牙周组织受到细菌感染引起的疾病，主要症状包含牙龈红肿、出血、牙周袋形成、牙齿松动以及口臭。在龋齿和牙周炎的改善中，益生菌能够通过竞争性抑制口腔病原菌的生长，减少如变形链球菌和牙龈卟啉单胞菌等致病菌的定植，同时产生抗菌物质，抑制致病菌的增殖。可保障牙齿及牙周稳态的益生菌包括副干酪乳酸杆菌、植物乳酸杆菌和唾液链球菌等。市场常见产品主要包括碧利的“口腔益生菌片剂”、Mannos的“健齿卫士益生菌含片”和维乐原的“儿童口腔牙齿专利益生菌果味口含片”等。

[2] 1: 辽宁中医杂志, 甘肃中...

行业特征^[3]

中国骨骼健康益生菌行业的发展历程体现从萌芽期的基础奠定，到启动期的规范化推进，再到高速发展期的市场需求增长和技术创新驱动的逐步演进。

1 益生菌通过多种机制调节骨骼健康，展现出巨大市场潜力和研究价值

骨质疏松症是一种随年龄增加而出现的骨退行性病变，表现为骨量减少和骨脆性增加，易导致骨折。研究发现，益生菌可通过改变微生物组和肠道屏障功能，调节骨骼健康，并正向影响骨髓中的造血和免疫细胞，进而减少牙周病和骨质流失。最新研究表明，多个益生菌菌种在促进成骨化方面具有巨大潜在市场价值，食品级灭活干酪乳杆菌生物膜和益生菌外囊泡能够通过激活巨噬细胞和调控免疫微环境，促进成骨分化和骨整合。近年来，全球对骨骼益生菌的机制研究不断完善，进一步推动了其在骨骼健康领域的应用和发展。

2 政策推动行业规范化发展，提升国产骨骼益生菌产品的市场竞争力

近年来，中国在政策层面不断加强对益生菌行业的监管，逐步完善相关标准和规定，推动行业规范化发展。2017年科技部提出突破功能性益生菌制剂关键技术，而后国家市监局于2019年完善了益生菌产品的申报与评审标准，2021年中国食品工业协会和营养保健食品协会相继发布了益生菌食品的团体标准和活菌率分级规范。此等政策和标准的出台，为益生菌产品的质量和市场规范性提升打下基础。随着监管体系的健全，中国企业通过以质量塑造品牌的发展路径，有望在未来进一步提升国产骨骼益生菌产品在全球市场的渗透率和竞争力。

3 居民健康意识和消费能力提升，需求推动骨骼益生菌产品创新多元化发展

随着中国人口老龄化的加剧，骨骼健康问题在本地居民群体中日益凸显，特别是骨质疏松症和骨关节炎的高发，使得本土市场对预防性保健产品的需求迅速增长。益生菌因其在维持骨密度、促进钙吸收和减缓骨质流失等方面的显著作用，逐渐受到老年人的关注。随着健康意识的提升，老年人群体愈加重视通过日常保健来预防骨骼疾病，推动了骨骼健康益生菌市场的快速扩展。

[3] 1: <https://www.who.i...>

2: <https://www.stats...>

3: 蔚蓝生物, 科拓生物, ...

发展历程^[4]

19世纪末期至2000年间，行业所处发展萌芽期，科学家们首次从人体和食品中分离出益生菌，并提出其对健康的潜在益处。这一时期的研究主要集中在益生菌的分离和初步功能探索，奠定了益生菌科学的基础。21世纪初行业发展进入启动期，中国益生菌研究和应用逐步启动，政府颁布相关法规和标准，推动益生菌产品的规范化发展。益生菌产品开始呈现大规模产业化发展，公众对益生菌的认知逐渐提升，科研项目和产业化示范也不断推进。2016年至今，中国益生菌行业处于高速发展阶段，行业标准和规范不断完善，益生菌产品的市场需求迅速增长。科研团队提出了益生菌药物的新概念，推动益生菌在医疗领域的应用，进一步提升了行业的技术水平和市场竞争力。

萌芽期 · 1899~2000

1899年,巴斯德研究院Henry Tissier首次从母乳喂养的**婴儿粪便中分离得到长双歧杆菌**,并提出双歧杆菌对缓解腹泻有效;

1916年,俄罗斯诺贝尔奖获得者Elie Metchnikoff首次阐述了乳酸菌对人体的潜在益处,以及延长寿命的可能性,并用称为“保加利亚芽孢杆菌”的细菌发酵牛奶;

1917年,德国教授Alfred Nissle从人体**粪便中分离出一种非致病性大肠杆菌菌株**,是非乳酸菌益生菌的典型例子;

1935年,巴斯德研究所Henri Tissier从**母乳喂养婴儿的肠道菌群中分离出双歧杆菌**,可以减轻婴儿的腹泻;

1965年,一篇发表于Science杂志的论文**首次用“益生菌”描述由一种微生物可以产生促进另一种微生物生长的促生长因子**;

1985年,鼠李糖乳杆菌(Lactobacillus Rhamnosus GG, LGG)由Sherwood Gorbach与Barry Goldwin两位研究者于**1985年从健康成年人粪便样本中分离并命名**,至今已广泛使用;

1989年,美国食品和药品管理局以及美国饲料监察协会公布了**40余种可直接饲喂且通常认为安全的微生物菌种名单**;

1992年,中国学者张箴教授对**世界第五长寿区——广西巴马地区百岁以上老人体内的双歧杆菌进行了系统的研究,发现长寿老人体内的双歧杆菌比普通老人多**。同时中医药微生态学建立;

1992年,Havennar对益生菌的定义进行了扩展,解释为一种单一的或混合的活的微生物培养物,应用于人或动物,通过改善固有菌群的性质对寄主产生有益的影响;

1997年10月1日,《**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**;1999年6月,中国农业部第105号文件发布的《**允许使用的饲料添加剂品种目录**》。

萌芽期为益生菌行业发展起步阶段,这一阶段首次提出益生菌概念,随后双歧杆菌、鼠李糖乳杆菌等益生菌菌株被陆续发现和分离,针对益生菌的具体功效和调节机制的研究正在进一步探索中。

启动期 · 2001~2015

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,养乐多正式登陆中国市场,同期益生菌产品受到中国民众广泛关注,公众开始接触益生菌基础知识;

2005年,蔚蓝生物成立,同年药监局颁布《**保健食品注册管理办法(试行)**》;

2008年,由内蒙古农业大学“乳品生物技术与工程”教育部重点实验室主持进行的**益生菌全基因组序列测定和图谱绘制**于全部完成并提交,是中国首个乳酸菌基因全序列的测定;

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**》；

2015年，美国《全国卫生统计报告》显示，美国成人人群中益生菌在膳食补充剂类产品中仅次于鱼油、葡萄糖胺和软骨素，是第四大最常使用的产品。

启动期阶段，行业内相关企业陆续成立，企业开始关注普通发酵菌种重要性，相继研发生产所需菌株。同时，随着市场规模扩大，益生菌行业内为避免统一标准的缺失带来的安全隐患，逐步颁布各项标准和准则，行业初步实现规范化。

高速发展期 · 2016~2024

2021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，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**》，标准对益生菌食品中的益生菌活菌率进行了分级；

2023年7月，**世界胃肠病学组织 (WGO) 发布了新版益生菌和益生元实践指南**，详尽阐述了益生菌、益生元、合生元及后生元的核心定义及作用机制，为消费者在挑选相关微生态制品时提供了权威性参考依据；

2023年11月，中国大学与研究院科研团队联合在生物医学领域期刊MedComm上发表论文，首次提出“**益生菌药物**” (Probacine) 全新学术概念，旨在加速益生菌成为药物的进程。

高速发展阶段，中国专利申请数量较之前明显攀升，头部企业初具规模和影响力，益生菌原料及制造企业迅速发展，制品销售量大幅提高。各级益生菌标准继续完善，行业逐渐规范化并完善监管，准入门槛提高。此期间益生菌药物概念首次提出，全球临床研究初具规模，未来有望实现益生菌进入临床的大规模实践落地。

- [4] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://lifesc.lzu.e...> | 3: <https://www.chr-h...> | 4: <https://www.scien...> | 5: <https://internation...> | 6: <https://www.biob...> | 7: <https://www.biob...> | 8: <https://www.meds...> | 9: <https://www.meds...> | 10: <https://www.food...> | 11: <https://www.bio...> | 12: 中国微生物菌种查询网...

产业链分析

骨骼健康益生菌行业产业链上游为益生菌菌种的研发、培育和保藏环节，主要作用为研发新型菌株并为生产提供原料；产业链中游为原料加工成产品环节，主要作用为菌株大规模生产并将其加工为目标产品；产业链下游

为骨骼健康相关益生菌产品的产品销售与市场拓展环节，主要作用为将益生菌产品通过不同渠道销售至消费者，满足消费者需求。^[7]

骨骼健康益生菌行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

中国益生菌产业化发展起步较晚，近年本土企业展现出强劲研发动力，专利申请逐步跃居全球前列，益生菌在骨骼健康领域的巨大潜力预示未来市场竞争加剧。

海外益生菌研究已进入成熟阶段，而中国在这一领域起步较晚，菌种发放量较低且依赖海外品牌采购，导致利润空间存在风险，推动本土企业加大研发力度。尽管如此，中国在益生菌相关专利申请方面已赶超美国，显示出强劲的本土研发动力和产业需求增长。研究表明，益生菌通过调节微生物组和肠道屏障功能，显著改善骨质疏松症，具有减少牙周病和骨质流失的潜力。最新研究还发现，益生菌提取物可诱导成骨和脂肪生成，促进间充质干细胞分化成骨，中国科学家发现双歧杆菌及其代谢产物可双向调控骨代谢，维护骨稳态。这些研究揭示了益生菌在促进骨骼健康方面的巨大潜力，预示未来市场竞争将更加激烈，推动行业进一步发展。

在消费者认知提升和政策利好背景下，中国骨骼益生菌市场快速发展，国产品牌通过产品质量优化和科研合作实现竞争力提升，未来在全球市场渗透率将逐步提高。

近年中国消费者对益生菌及其健康功效的认知逐步提升，头部企业开始积极布局骨骼相关益生菌领域。中国在骨骼健康益生菌的研究成果已初见成效，专利申请数量位居全球第一，部分本土品牌推出了骨质疏松、骨性关节炎和牙周病用益生菌产品，涵盖成人和宠物市场。尽管与海外成熟品牌相比，中国产品在市场认知度、科研投入和技术积累方面仍有差距，但通过加强科研合作与提升产品品质，中国骨骼益生菌市场有望实现快速发展，国产品牌将实现市场扩容。政策层面，科技部和国家市监局等部门不断完善益生菌产品的监管体系，推动行业规范化发展。随着行业规范性加强，中国企业以质量塑造品牌的发展路径有望推动国产骨骼益生菌产品在海外市场的渗透率逐步提升。

随着中国人口结构逐步老龄化发展，骨骼健康需求日益增加，老年人和儿童群体因骨骼相关患病风险较高，成为骨骼健康益生菌的主要消费群体，另外中青年工作群体因生活与工作压力趋增引发骨骼健康水平下降，展现出显著的消费潜力。

随着年龄增长，骨量下降和骨质疏松成为影响居民健康的重要问题，尤其老龄人口骨骼健康的负担长期较重。2018至2023年间，中国60岁及以上老龄人口占比显著上升，骨质疏松发病基数进一步扩增，居民对骨骼健康保健的需求逐年上涨，为骨骼健康益生菌产品提供了广阔的市场空间。近三年来，海外品牌推出的以赖氨酸为核心成分的增高保健品在市场上广受欢迎，特别是高价位产品需求显著增加，数据调查显示儿童和老年人是骨骼保健市场的主要受众群体。此外，25至35岁的年轻人群因工作与生活压力趋增，也展现出较大的消费潜力。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

主要包括益生菌菌种的研发、培育和保藏机构及专业生物技术公司

上游厂商

北京科拓恒通生物技术股份有限公司 >

青岛蔚蓝生物股份有限公司 >

科汉森（天津）食品添加剂有限公司 >

查看全部 v

产业链上游说明

中国益生菌菌种研发起步较晚，早期对海外品牌进口依赖程度较高，近年研发加力驱动本土专利申请量赶超美国，未来本土市场菌株供给有望实现自给自足。

海外益生菌菌种研发及机制研究启动时间较早，目前已进入成熟发展阶段，而中国益生菌菌种的培养和研究起步较晚，目前中国菌种发放量仅一千余株，占全球菌种发放量的0.43%，菌种采购尚未摆脱对于海外品牌的依赖。由于中国企业不能完全自主的决定菌株采购成本，中国益生菌产品生产企业利润空间存在风险，驱动上游企业的研发加力。根据国家知识产权局，截至2023年底，近20年相关专利50,560件申请中，中国的专利申请量已赶超美国，排全球第一，占全部数量的36%。在本土产业需求增长影响下，国产菌株研发有望持续发力，2024年上游环节的海外供给量或将受到挤占。

益生菌在调节骨骼健康方面展现出巨大潜力，可通过改变微生物组和肠道屏障功能影响骨髓免疫细胞和成骨分化，具有显著市场价值，全球研究不断深入完善。

骨质疏松症(Osteoporosis,OP)是一种随着年龄增加而出现的骨退行性病变，是一种以骨量减少、骨的微观结构退化为特征，致使骨脆性增加及易于发生骨折的一种全身性骨骼疾病。2018年国际钙化组织研究发现，益生菌可通过改变微生物组、改变肠道屏障功能以调节骨骼健康，还可以有益地影响骨髓中的造血，进一步表明口服益生菌可以显著影响骨髓中的免疫细胞，从而影响骨骼健康，其中鼠李糖乳杆菌、双歧杆菌或加氏乳杆菌等益生菌可减少牙周病和骨质流失。2024年多篇有关益生菌促进骨酪成骨化的最新研究，表明多个菌种具有巨大潜在市场价值。科研人员发现，食品级灭活干酪乳杆菌生物膜能激活巨噬细胞，可改善间充质干细胞的成骨分化，加速骨整合，含有穿梭质粒且膜内含有乳酸的益生菌外囊泡，能够调控免疫微环境并促进成骨分化用于改善骨质疏松性骨折。同年4月Nature发表文章中提及关于益生菌提取物处理物作用机制的相关突破，其可诱导成骨和脂肪生成并促进人脂肪来源的间充质干细胞分化成骨。而后中国科学家发现双歧杆菌及其代谢产物可通过调控巨噬细胞极化、细胞轴、肠道炎症、维生素D吸收以及相关基因表达，双向调控骨代谢、维护骨稳态，近年全球对骨骼益生菌的机制研究不断完善。

中 产业链中游

品牌端

主要包括益生菌产品的加工与制造过程，涉及加工、代加工公司

中游厂商

北京科拓恒通生物技术股份有限公司 >

汤臣倍健股份有限公司 >

河北一然生物科技股份有限公司 >

查看全部 v

产业链中游说明

中国消费者对益生菌健康功效的认知提升，带动本土企业积极布局骨骼健康益生菌领域，加之科研成果显著，国产品牌未来有望实现快速发展。

近年中国消费者对益生菌及其健康功效认知逐步提升，头部企业正逐渐意识到骨骼相关益生菌领域的潜力，开始积极布局。中国关于骨骼健康益生菌的研究成果初有成效，截至2023年12月31日，益生菌相关专利申请数量中国位列第一，处于全球领先地位，部分本土品牌开始推出骨骼健康益生菌产品，共分为三类产品，骨质疏松用益生菌、骨性关节炎用益生菌与牙周病用益生菌，前两种现有产品主要有“同仁堂”益生菌冻干粉乳酸菌及益生菌高钙片、“汤臣倍健”益生菌活菌粉及固体饮料，“伊利”高钙含益生菌奶粉等，“鲁南伊平舒复合益生菌”等成人复合益生菌，可调节肠胃并缓解关节不适，“猫用绿贻贝关节安”等宠物用益生菌也创新性应用于宠物市场，第三种产品接受度更为广泛，包括“同仁堂”益生菌洗牙粉、“云南白药”益生菌洁齿护龈牙膏等。与海外成熟品牌相比，中国产品在市场认知度、科研投入和技术积累方面仍有一定的差距，但随着本土品牌不断加强科研合作与提升产品品质，中国骨骼益生菌市场有望实现快速发展，国产品牌将实现市场扩容。

监管政策与行业标准的逐步完善，带动骨骼益生菌行业规范性同步提升，为国产品牌在海外市场的渗透奠定了基础。

在政策层面，2017年科技部出台的《“十三五”食品科技创新专项规划》提出突破功能性益生菌制剂关键技术，而后在2019年3月，国家市监局发布《益生菌类保健食品申报与审评规定》，对益生菌产品所含活菌数及本土检测机构数量等评审标准进行了完善，行业监管体系得到逐步完善。2021年11月，中国食品工业协会颁布《益生菌食品团体标准》，对益生菌术语、定义、分类、技术要求、标签与命名、贮存与运输等多维度信息作出具体要求。2022年5月，中国营养保健食品协会发布《益生菌食品活菌率分级规范》，对益生菌食品活菌率的术语和定义、分级指标、检验方法和标签作了规定。纵观骨骼益生菌行业监管架构的搭建历程，可见行业的规范性得以加强，从而带动骨骼益生菌产品市场的规范化发展，中国企业以质量塑造品牌的发展路径未来有望推动国产骨骼益生菌产品在海外市场的渗透率逐步提升。

产业链下游

渠道端及终端客户

骨骼健康益生菌产品线上线下零售分销环节及有骨骼健康调理需求的消费者群体

渠道端

产业链下游说明

随着老龄人口比例的增加，骨量下降与骨质疏松成为严重的健康负担，居民对骨骼健康保健需求上升，为骨骼健康益生菌产品提供广阔市场空间。

伴随年龄增长，骨量下降与骨质疏松成为影响居民健康水平的重要骨骼疾病类型。卫健委曾发布调查报告指出，40-49岁居民和50岁以上居民的低骨量概率分别为32.9%和46.4%，另外50岁以上老年人的骨质疏松发病率接近20%，其中老年女性患病负担较男性更为显著，可见中国老龄人口骨骼健康负担长期以来均较重。2023年，中国60岁及以上老龄人口占比已达20.1%，较2000年提升9.77个百分点，老龄人口体量持续扩增引发骨质疏松发病基数进一步增加。居民对于骨骼健康保健的需求逐年上涨，为骨骼健康相关益生菌产品提供充分的放量空间。

儿童和老年人为骨骼健康保健品消费市场的主要受众群体，以赖氨酸为主要添加成分的骨骼健康产品有望成为骨骼益生菌渗透率提升的重要突破口。

近三年来，多个海外品牌推出的以赖氨酸等为核心成分的增高保健品市场欢迎度居高，其中高价位产品需求明显增加，500元以上的产品销量占比在此期间由10.2%上升至27.9%。对此类商品电商平台评论数据进行分析，提及“孩子”和“老人”字样的评论内容占比超50%，可见儿童与老年是当前骨骼保健市场的主要受众群体，与儿童处于骨骼生长期和老年人骨质流失严重带来的市场需求特征相吻合。此外，介于25至35岁之间的年轻人群也具有较大消费潜力，购买体量占比超20%。

[5] 1: <https://actamicro.i...> | 2: <https://link.spring...> | 3: 国家知识产权局专利局...

[6] 1: <https://www.who.i...> | 2: <https://www.probi...> | 3: <http://biogaia.cn/...> | 4: 拜奥，普诺碧，中国卫...

[7] 1: 科拓生物，蔚蓝生物

[8] 1: <https://actamicro.i...> | 2: 国家知识产权局专利局...

[9] 1: <https://www.stats...> | 2: <https://www.who.i...> | 3: 中山大学附属第一医院...

[10] 1: <http://biogaia.cn/...> | 2: <https://www.probi...> | 3: 拜奥，普诺碧，中国卫...

[11] 1: <https://link.spring...> | 2: 丹东市第一医院，Web ...

[12] 1: 国务院办公厅，市场监...

[13] 1: <https://www.hncex...> | 2: 深圳国际与健康展，魔...

行业规模^[14]

2018年—2023年，骨骼健康益生菌行业市场规模由91.88增长至148.83，期间年复合增长率10.13%。预计2024年—2028年，骨骼健康益生菌行业市场规模由158.58增长至200.04，期间年复合增长率5.98%。^[18]

骨骼健康益生菌行业市场规模历史变化的原因如下：^[18]

保健食品消费占比增加反映出中国居民对健康调养的重视程度提升，加之骨骼益生菌领域研究与专利申请数量速增，共同推动骨骼益生菌市场的快速扩张。

随着保健食品消费占比升高和益生菌相关知识普及，中国居民对健康的重视程度提高并逐渐加强自身非医疗健康干预。《“健康中国2030”规划纲要》提出要推进健康中国建设，坚持预防为主，推行健康文明的生活方式，将“治未病”理念融入预防为主的健康体系。据中国国家卫生健康委员会数据，中国居民健康素养水平由2012年的8.80%增长至2021年的25.40%，呈现稳步提升态势，加之近年中国居民人均可支配收入不断增加，带动保健品消费逐年提高，2021年至2024年上半年增量达36.8%。益生菌市场在全球范围掀起健康消费浪潮，消费者对于功效的要求逐年升高。2016年后随着益生菌临床应用前景的逐渐清晰明朗，具有骨骼健康改善功效的益生菌被接连发现，截至2023年12月31日，全球范围益生菌领域的专利申请量共50,560件，中国的专利申请量排在第一位，占比36%，其中骨骼益生菌相关研究不断实现突破，包括食品级灭活干酪乳杆菌、双歧杆菌等多种益生菌对骨吸收、骨代谢的作用机制及成效更加明晰，这一细分化趋势与消费者对功能性益生菌产品需求吻合，带动产业快速发展及消费总量逐年提升。

消费者对益生菌功能的刻板认知局限于肠胃健康，益生菌菌株在改善骨骼健康方面的功能易受忽略，随着科学研究和市场推广的深入，市场对益生菌功能的理解逐步深化和全面，先驱品牌产品上市带动骨骼健康益生菌产品市场实现扩容。

根据科汉森于2021年收集整理的市场数据，50%的受访者表示熟悉“肠道微生物菌群”一词，并且多数居民将其与人体消化道健康相关联，而实际上益生菌的同一菌种具有多种复合功效，如鼠李糖乳杆菌不仅具有调节肠胃功能，还可通过促进骨吸收改善骨质疏松状况。这种认知局限导致消费者过往在选择益生菌产品时，通常只关注其对肠胃健康的调节作用。科学研究已经表明某些特定的益生菌，如乳酸杆菌和双歧杆菌在骨骼代谢、骨密度维持以及预防骨质疏松症方面具有潜力，而这一领域的研究成果尚未广泛传播到大众市场，导致消费者对此类益生菌的认知仍停留在表层。伴随近年益生菌产业的不断发展与扩展，市场对于益生菌功能的理解逐步深化，部分头部公司开始投入更多资源进行产品研发和市场推广，如“同仁堂”益生菌冻干粉乳酸菌及益生菌高钙片、“汤臣倍健”益生菌活菌粉及固体饮料等骨骼健康产品的面世，此类品牌凭借先驱优势带动市场扩容。^[18]

骨骼健康益生菌行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[18]

研究证实糖皮质激素的使用或增加股骨头坏死风险，科研发发现动物乳杆菌可通过增加血管生成和减少骨细胞凋亡来改善此问题，为未来骨骼益生菌产品创新提供新思路。

2015年一项数据调查显示，中国股骨头坏死患者约为812万人，其中55.75%的女性患者和26.35%的男性患者起病于糖皮质激素的使用。糖皮质激素常用于代谢疾病和自身免疫性疾病的临床治疗，而其作用机制可促进骨细胞

凋亡并破坏骨骼血管生成，从而产生抑制成骨的作用，导致股骨头坏死患病负担的增加。为应对这一临床治疗困境，科研人员发现，动物乳杆菌可通过增加血管生成和减少骨细胞凋亡的机制增强成骨，从而缓解因糖皮质激素引起的股骨头坏死。通过摄入对照融媒体溶液和含有动物乳杆菌的混合溶液，试验组小鼠骨小梁体积分数可恢复至正常值的80%，同时骨小梁厚度超80μm，与对照组相比呈现出显著优势。目前这一优势作用仅为基于小鼠模型的试验成果，未来如证实此机制同样适用于人体，动物乳杆菌有望被纳入骨骼益生菌产品的创新开发源头菌株，骨骼症状改善效果将拉动相关需求居民的消费，推动骨骼益生菌市场规模进一步提升。

随着居民健康意识增强，养生类产品需求显著增长，骨骼益生菌与养生茶的结合创新，推动双重保健功效产品的发展，同时带动骨骼益生菌行业的市场扩张。

随着居民健康意识的增强，养生类产品的需求呈现显著增长趋势，尤其是年轻一代对健康产品的追求日益增加。淘宝发布《90后惜命指南》显示，食补和运动仍是90后最重要的“惜命”方式，三个月内燕窝和食用阿胶糕在淘宝天猫平台的销量分别增长了146%和232%，淘宝天猫上枸杞的销量提升了355%。在养生热点趋势下，骨骼益生菌与养生茶的合作是养生产品与当下新兴产业结合创新的又一趋势。养生茶本身富含如茶多酚、黄酮类化合物等有益成分，这些成分具有抗氧化、抗炎和促进健康的作用，与骨骼益生菌结合后，既可以调节肠道菌群，促进钙质吸收，增强骨密度，又能提供养生茶的多种健康益处。将骨骼益生菌与养生茶结合，通过传统茶饮与现代健康成分的相互作用，创造出双重保健功效的产品，推动骨骼益生菌行业更快融入保健市场，实现规模扩张。

[18]

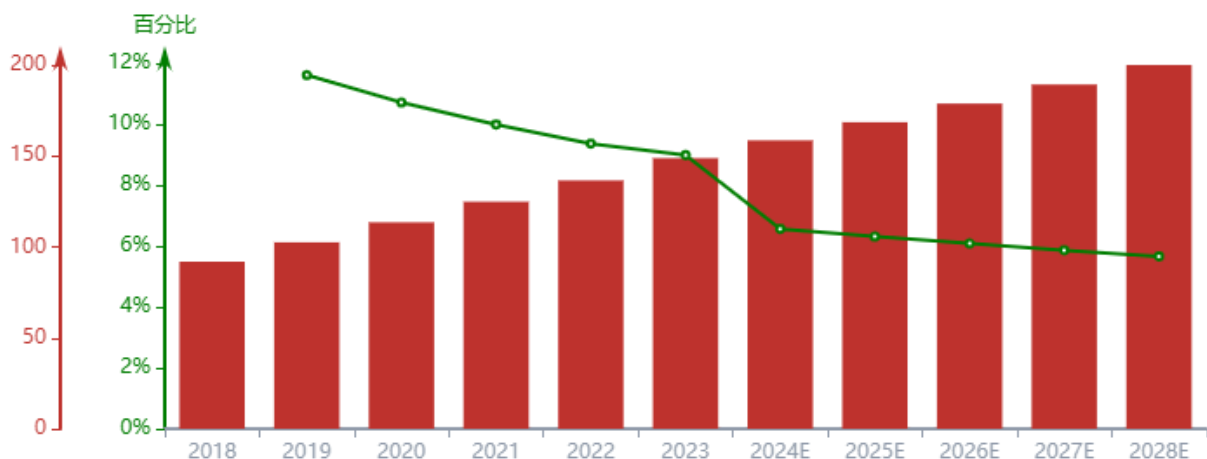
企业VIP免费

中国骨骼健康益生菌行业规模

★★★★★ 4星评级

骨骼健康益生菌行业规模

中国骨骼健康益生菌行业规模



数据来源：国家统计局，JAMA Newt Open，科信食品与健康信息交流中心

[15] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <http://health.china...> | 3: <https://www.stats...> | 4: <https://www.chr-h...>

5: 中华人民共和国中国人...

[16] 1: <https://www.chr-h...> | 2: 科汉森官网

[17] 1: Science Advances

[18] 1: 环球网

政策梳理^[19]

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《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）》	市场监管总局 国家卫生健康委 国家中医药局	2023-08	8
政策内容	对非营养素补充剂的保健功能名称做了详细规定，包括有助于增强免疫力、有助于抗氧化、辅助改善记忆、缓解视觉疲劳、清咽润喉、有助于改善睡眠、有助于改善骨密度等。			
政策解读	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。			
政策性质	规范类政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《保健食品新功能及产品技术评价实施细则（试行）》	国家市场监督管理总局	2023-08	8
政策内容	新功能定位应当明确，分为补充膳食营养物质、维持或改善机体健康状况、降低疾病发生风险因素三类。新功能研究样品应当是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的保健食品。新功能研究样品应当符合保健食品的安全性、保健功能和质量可控性要求，具备开展新功能保健食品技术评价条件。			
政策解读	这一举措正式放开了保健食品新功能的申报管理，将对推动保健食品新功能的研发创新发挥积极作用，为企业研发创新带来发展新机遇。未来营养健康产业升级将依赖于技术破局，需要持续技术升级，不断探索创新，提升自主核心竞争力。			

政策性质	规范类政策
-------------	-------

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”国民健康规划》	国务院办公厅	2022-04	7
政策内容	预防为主，强化基层。把预防摆在更加突出的位置，聚焦重大疾病、主要健康危险因素和重点人群健康，强化防治结合和医防融合。坚持以基层为重点，推动资源下沉，密切上下协作，提高基层防病治病和健康管理能力			
政策解读	强调了预防在健康管理中的重要性，提出把预防工作放在更突出的位置，重点关注主要健康问题和高风险人群，“预防为主，强化基层”的健康管理理念，与益生菌市场的发展策略高度契合。			
政策性质	指导性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《保健食品原料目录和保健功能目录管理办法》	国家市场监管总局、国家卫生健康委	2019-10	7
政策内容	保健食品原料目录，是指依照本办法制定的保健食品原料的信息列表，包括原料名称、用量及其对应的功效。保健食品原料目录和保健功能目录的制定、调整和公布，应当以保障食品安全和促进公众健康为宗旨，遵循依法、科学、公开、公正的原则。			
政策解读	保健食品原料目录明确了可以用于保健食品的原料及其使用量，规范益生菌产品的市场准入；提高行业透明度与公正性，增强消费者保护与信心。			
政策性质	规范类政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《益生菌类保健食品申报与审评规定（征求意见稿）》	中国国家市场监管总局	2019-03	6
政策内容	采纳以下：综合其他国家相关法规或建议及中国益生菌类保健食品批准状况，故建议为活菌数总数不得少于107CFU/mL(g)。建议实施日期能与配套的检验与评价技术规范发布实施时间一致。建议中国增加更多有资质的检验机构，或者能认可国外检验报告。			
政策解读	活菌数总数不得少于107CFU/mL(g)，确保产品质量和效果的可靠性。实施日期应与配套的检验与评价技术规范的发布同步，以确保新规的有效推行。建议增加更多具备资质的检验机构，或认可国外的检验报			

告，以提升检测能力和监管效率，将有助于提升益生菌行业的规范性和市场监管的有效性。

政策性质 指导性政策

- [19] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <https://www.gov.c...> | 5: <https://www.samr...> | 6: <https://www.samr...> | 7: <https://www.samr...> | 8: 国务院办公厅 市场监... | 9: <https://www.gov.cn/g...> | 10: <https://www.samr.go...>

竞争格局

骨骼健康益生菌行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有伊利、同仁堂、云南白药、汤臣倍健等；第二梯队公司为江中药业、韩美药业、君乐宝、健合等。^[23]

骨骼健康益生菌行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[23]

随着中国消费者对益生菌健康功效认知提升和本土品牌的积极布局，中国骨骼益生菌市场快速发展，逐步挤占海外品牌市场份额，实现本土品牌竞争空间扩容。

海外骨骼健康益生菌市场起步较早，知名品牌例如“拜奥”谷歌益生菌和“Probi” Osteo等凭借先发优势在中国市场占据具有较强竞争力。近年中国消费者对益生菌及其健康功效认知逐步提升，头部企业正逐渐意识到骨骼相关益生菌领域的潜力，开始积极布局。截至2023年12月31日，益生菌相关专利申请数量中国位列第一，处于全球领先地位，部分本土品牌已经开始推出骨骼健康益生菌产品，共分为三类产品，骨质疏松用益生菌、骨性关节炎用益生菌与牙周病用益生菌，前两种现有产品主要有“同仁堂”益生菌冻干粉乳酸菌及益生菌高钙片、“汤臣倍健”益生菌活菌粉及固体饮料，“伊利”高钙含益生菌奶粉等，“鲁南伊平舒复合益生菌”等成人复合益生菌，可通过肠-骨轴机制调节骨关节不适症状。第三种骨骼健康益生菌产品的市场覆盖广度更高，包括“同仁堂”益生菌洗牙粉、“云南白药”益生菌洁齿护龈牙膏等。此外，行业政策使行业发展更加规范化，《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》提出完善最严谨的食品安全标准体系与推动国民营养计划，引领中国食品安全与营养健康工作高质量发展，进而提高消费者对本土品牌的信任度，为中国品牌提供了良好的发展环境。伴随本土品牌不断加强科研合作与提升产品品质，中国骨骼益生菌市场在实现快速发展的同时，逐步挤占海外骨骼益生菌的市场份额，本土品牌竞争空间实现扩容。

随着老龄化程度加深和益生菌研究成果的突破，中国骨骼健康益生菌产业迅速扩容，头部企业积极覆盖细分赛道，从而实现市场竞争力和消费者认知度的同步提升。

中国骨骼健康益生菌产业起步较晚，历史期间本土消费者对益生菌高钙片及富营养素益生菌类的其他骨骼健康产品了解较为有限。近年来有关骨骼益生菌研究成果数与专利申请量实现新高，有关鼠李糖乳杆菌、干酪乳杆菌和双歧杆菌等对骨骼的不同影响机制研究实现多项突破，中国有关益生菌专利申请量突破1.8万余件，达到全球第一。同时老龄化程度加深为行业发展带来增长机会，2018年至2023年间，中国60岁及以上老龄人口由2.51亿人增至2.96亿人，在总人口中占比同期上涨3.2个百分点，中国社会已步入深度老龄化阶段。双重因素拉动行业迅

速扩容的背景下，头部企业加速布局骨骼健康细分赛道以充分满足老龄人口的骨骼保健需求，以南京同仁堂“益生菌驼乳钙片”为代表的健骨补钙类益生菌产品和NAIK“西芹籽复合益生菌”为代表的关节养护类益生菌产品相继面世，通过加速覆盖细分市场并引导消费者正确选择与症状相对应的产品，实现在骨骼健康益生菌市场中的竞争实力提升。^[23]

骨骼健康益生菌行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[23]

中国科研团队在骨质疏松防治靶点的研究中取得新进展，新治疗方案未来面世后或将挤占骨关节保健产品市场，骨骼健康益生菌生产企业亟需寻求稳固市场地位新出路。

骨关节炎的传统治疗方法包括药物治疗、手术治疗和物理理疗，其中手术治疗方案费用普遍昂贵且术后恢复时间较长，物理理疗方案周期较长且改善效果不明确，因此药物治疗成为患者首选的诊疗方案。2023年，来自暨南大学第一医院、暨南大学再生医学教育部和广西医科大学等多家高校和诊疗机构的科研人员针对三结构域蛋白21 (Trim21) 与骨质疏松的相互制约机制进行探索，试验中可见敲除Trim21基因的试验组小鼠骨小梁体积分数较对照组高出近10%，骨小梁厚度均值超0.04mm，由此可知Trim21在骨质疏松症中起到负调控作用，敲除此位点基因后，YAP1/ β -catenin信号通路将被激活以促进成骨细胞的分化和骨形成，同时抑制破骨细胞的形成和骨吸收。因此，Trim21有望作为治疗骨质疏松症和其他骨骼退行性疾病的新型双靶点治疗策略。未来期间此诊疗方案如成功上市，药物治疗市场或将进一步挤占保健产品的市场空间，骨骼健康益生菌市场竞争态势面临加剧，相关企业或需寻求新的发展出路。

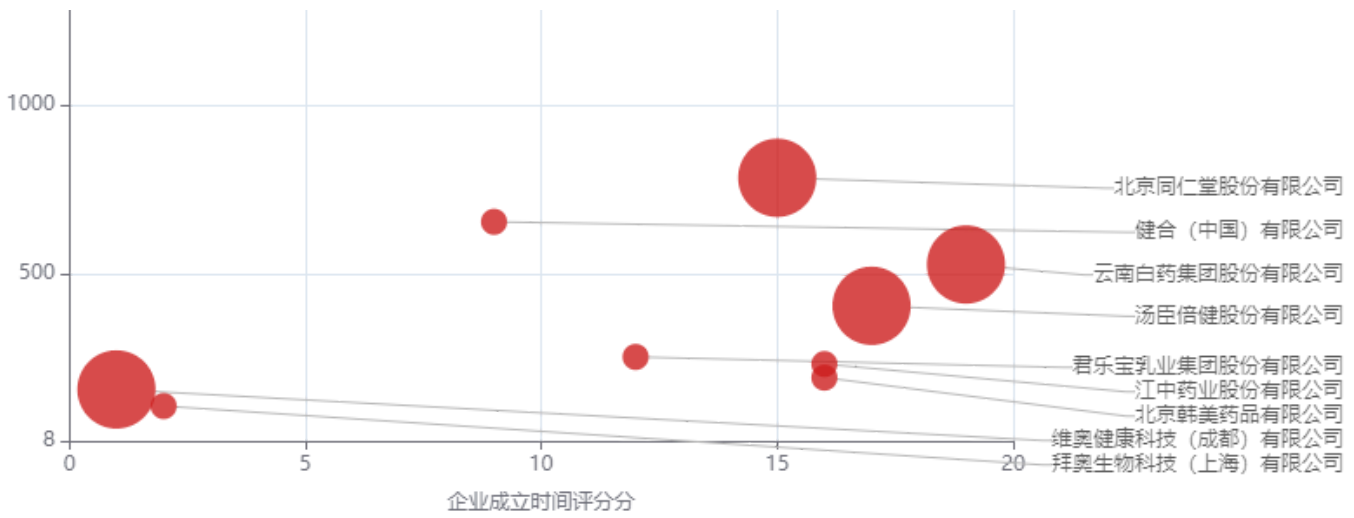
中国科研团队研究表明，多酚物质可通过多种机制促进骨形成和抑制骨吸收，未来益生菌企业可通过添加含多酚中药提升产品竞争力，实现在骨骼健康赛道市场地位的突破。

2023年，中国高校科研团队发表其研发成果，称多酚成分可以通过激活Wnt/ β -catenin、BMP/Smad和MAPK信号通路，促进成骨细胞的分化和骨形成，同时通过上调与成骨相关的基因如Runx2、Osterix和骨钙素，促进骨基质的合成和矿化。此外，多酚的抗氧化和抗炎特性可以减少氧化应激和炎症对成骨细胞的损伤，从而促进骨健康。多酚成分还可通过抑制RANKL-RANK信号通路，减少破骨细胞的形成和活性，调节凋亡相关基因和蛋白的表达，减少破骨细胞的数量，从而抑制骨吸收。通过对多种中药材进行成分分析和实验研究，发现淫羊藿、补骨脂、黄芪、葛根和丹参等中药材中多酚含量较高，具有显著的促进骨形成和抑制骨吸收作用。因此可以预见，未来益生菌生产企业如果以含多酚成分的中药为出发点进行骨骼健康产品设计，将能够通过高技术壁垒实现市场竞争地位的提升，提供更安全、有效的骨骼健康解决方案，满足消费者对骨骼健康的需求，提高患者的生活质量。^[23]

气泡大小表示：已上市骨骼健康益生菌数量(个)

[26]





上市公司速览

内蒙古伊利实业集团股份有限公司 (600887)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.7千亿元	974.0亿元	3.77	32.90

北京同仁堂股份有限公司 (600085)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
494.0亿元	137.2亿元	25.88	46.28

汤臣倍健股份有限公司 (300146)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
214.1亿元	77.8亿元	26.34	69.66

健合(H&H)国际控股有限公司 (1112.HK)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
61.5亿港元	140.1亿港元	9.25%	59.56%

Oragenics, Inc. (OGEN.A)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
645.2万美元	2100.0万元	-71.37%	-

- [20] 1: <http://biogaia.cn/...> | 2: <https://www.probi...> | 3: 拜奥 普诺碧 中国卫健委
- [21] 1: <https://news.scien...> | 2: <https://news.scien...> | 3: <https://www.ortho...> | 4: 中国科学网, 中南大学...
- [22] 1: 中国药科大学工学院 汤...
- [23] 1: Frontiers
- [24] 1: 伊利股份 同仁堂 汤臣倍...
- [25] 1: 企查查
- [26] 1: 企查查

• 公司信息

企业状态	存续	注册资本	636596.2305万人民币
企业总部	呼和浩特市	行业	批发业
法人	潘刚	统一社会信用代码	91150000114124263Y
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1993-06-04
品牌名称	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：乳制品生产；婴幼儿配方食品生产；食品销售；食品生产；饮料生产；特殊医学... 查看更多		

• 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.15	1.12	1.12	1.13	1.13	1.1	1.11	1.09	1.09	-
资产负债率(%)	49.1662	40.8188	48.804	41.1059	56.5439	57.0895	52.148	58.6584	62.1948	-
营业总收入同比增长(%)	10.8814	0.4131	12.2901	16.8901	13.4121	7.3845	14.1503	11.3711	2.4425	-
归属净利润同比增长(%)	11.7635	22.238	5.9889	7.3133	7.6713	2.0828	22.9824	8.3418	10.5765	-
应收账款周转天数(天)	3.263	3.4152	3.6195	4.3012	5.4325	6.7067	6.319	7.8597	9.3827	-
流动比率	1.087	1.3545	1.2514	1.2757	0.8178	0.8163	1.1584	0.9886	0.9024	-
每股经营现金流(元)	1.5724	2.1134	1.1526	1.419	1.387	1.6196	2.4261	2.0971	2.8731	-
毛利率(%)	35.8948	37.9436	37.285	37.8219	37.3489	35.9687	30.6211	32.2576	32.5781	-
流动负债/总负债(%)	93.4153	93.0182	99.1251	97.9651	91.9418	85.5903	81.4278	80.9265	81.5057	-
速动比率	0.765	0.9783	0.9646	0.6514	0.4374	0.5993	0.9525	0.75	0.7396	-
摊薄总资产收益率(%)	11.7647	14.3714	13.5561	13.3159	12.8637	10.7874	10.088	8.0009	7.2787	-
加权净资产收益率(%)	23.87	26.58	25.22	24.33	26.38	25.18	25.59	19.23	20.2	-
基本每股收益(元)	0.76	0.93	0.99	1.06	1.15	1.17	1.43	1.48	1.64	0.93

净利率(%)	7.7751	9.3995	8.8868	8.1695	7.7222	7.3546	7.9278	7.5944	8.1778	-
总资产周转率(次)	1.5131	1.529	1.5254	1.6299	1.6658	1.4723	1.2777	1.0576	0.893	-
每股公积金(元)	0.4084	0.4083	0.455	0.4675	0.1385	0.233	2.2294	2.2245	2.1018	-
存货周转天数(天)	45.3635	43.2303	38.096	37.1943	42.2045	44.4428	38.7768	51.4396	58.058	-
营业总收入(元)	603.60亿	606.09亿	680.58亿	795.53亿	902.23亿	968.86亿	1105.95亿	1231.71亿	1261.79亿	325.77亿
每股未分配利润(元)	1.6144	2.0269	2.3213	2.5785	3.0062	3.3691	3.7964	4.3109	4.9347	-
稀释每股收益(元)	0.76	0.93	0.99	1.06	1.15	1.18	1.43	1.48	1.64	0.93
归属净利润(元)	46.32亿	56.62亿	60.01亿	64.40亿	69.34亿	70.78亿	87.05亿	94.31亿	104.29亿	59.23亿
扣非每股收益(元)	0.66	0.75	0.88	0.97	1.04	1.08	1.3	1.34	1.57	-
经营现金流/营业收入	1.5724	2.1134	1.1526	1.419	1.387	1.6196	2.4261	2.0971	2.8731	-

竞争优势

益生菌因其改善胃肠道、增强免疫力等功效，成为了消费者追求健康的“新宠”，益生菌的研发、生产以及推广应用技术，成为全球健康食品产业的一项关键成功要素。报告期，公司着力打造拥有自主知识产权的核心益生菌专利技术，推出了益生菌健康解决方案品牌“全佳益”，以其为载体，为国人健康提供产品解决方案；同期，公司控股子公司澳优乳业旗下的锦旗生物科技集团有限公司，在自主研发出中国第一株婴幼儿菌株MP108鼠李糖乳杆菌的基础上，又研发出乳双歧杆菌CP-9，该成果已获得了国家卫健委的婴幼儿菌株申请受理，成为婴幼儿配方乳粉益生菌中国制造的新标杆。2023年11月，由澳优乳业联合江南大学共同承担的国家“十四五”重点研发计划——锦旗生物集团有限公司江苏淮安益生菌智能工厂正式投产，该工厂为国家级益生菌产业化示范标杆，未来将打造成为世界领先的功能性益生菌菌种研究、生产和应用的智能制造基地。

2 北京同仁堂股份有限公司【600085】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	137147.0262万人民币
企业总部	北京市	行业	医药制造业
法人	邸淑兵	统一社会信用代码	911100006336462669
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1997-06-18
品牌名称	北京同仁堂股份有限公司	股票类型	A股

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.93	0.99	1	1.05	1.08	1.12	1.11	1.12	1.17	-
资产负债率(%)	24.1947	29.2009	29.6129	29.0478	29.9286	28.8087	33.5037	31.764	32.677	-
营业总收入同比增长(%)	11.5931	10.9596	10.6298	6.2251	-6.556	-3.3987	13.8565	5.2682	16.1879	-
归属净利润同比增长(%)	14.6019	6.5941	9.0248	11.4905	-13.1226	4.6685	18.9959	16.1678	16.9196	-
应收账款周转天数(天)	24.8033	26.655	28.2426	29.9975	32.5851	32.977	35.591	38.1985	30.8358	-
流动比率	3.4414	3.4307	3.2899	3.3058	3.2926	2.9521	2.8836	3.2451	3.2619	-
每股经营现金流(元)	0.607	0.7625	1.0565	1.4061	1.6579	1.5856	2.4984	2.2562	1.3631	-
毛利率(%)	46.0792	45.9777	46.2369	46.747	46.7644	47.044	47.6243	48.8036	47.2923	-
流动负债/总负债(%)	95.4118	78.7142	80.5615	81.4412	78.1528	88.9882	75.0251	73.752	72.8393	-
速动比率	1.8173	1.9947	1.8828	1.9213	1.9994	1.7967	1.9048	2.1884	1.9578	-
摊薄总资产收益率(%)	10.7386	9.9502	9.7389	9.302	7.5441	7.5603	8.0612	8.4402	9.0427	-
加权净资产收益率(%)	13.33	12.51	12.55	12.83	10.34	10.82	11.99	12.71	13.42	-
基本每股收益(元)	0.645	0.68	0.742	0.827	0.719	0.752	0.895	1.04	1.217	0.42
净利率(%)	13.5547	12.9205	13.0212	12.8269	11.7616	12.6024	12.9477	14.3074	14.463	-
总资产周转率(次)	0.7922	0.7701	0.7479	0.7252	0.6414	0.5999	0.6226	0.5899	0.6252	-
每股公积金(元)	1.4674	1.4628	1.4628	1.463	1.463	1.463	1.4531	1.4624	1.459	-
存货周转天数(天)	297.5698	285.7143	281.3599	290.2758	311.7423	318.3305	287.8158	294.2138	306.5917	-
营业总收入(元)	108.09亿	120.91亿	133.76亿	142.09亿	132.77亿	128.26亿	146.03亿	153.72亿	178.61亿	52.67亿
每股未分配利润(元)	2.3404	2.753	3.2105	3.7325	3.6228	4.0628	4.6253	5.2954	6.1035	-

归属净利润(元)	8.75亿	9.33亿	10.17亿	11.34亿	9.85亿	10.31亿	12.27亿	14.26亿	16.69亿	5.76亿
扣非每股收益(元)	0.64	0.664	0.729	0.73	0.674	0.738	0.882	1.02	1.208	-
经营现金流/营业收入	0.607	0.7625	1.0565	1.4061	1.6579	1.5856	2.4984	2.2562	1.3631	-

竞争优势

同仁堂品牌作为中国传统中医药代表，品牌底蕴丰厚、历久弥坚，同仁堂产品以“配方独特、选料上乘、工艺精湛、疗效显著”而闻名海内外，在中医药行业和消费者心目中具有极高的行业号召力和社会认同度，得天独厚的品牌实力和美誉度将助力公司充分释放老字号的品牌影响力和市场竞争力。随着养生成为当下的热点，同仁堂能够通过将益生菌产品与传统养生理念相结合，推出具有中医特色的益生菌养生产品，满足消费者对健康的多元化需求。这种差异化的产品策略不仅能够巩固同仁堂在传统中医药领域的领导地位，还能够有效拓展其在益生菌产业的市场份额。凭借品牌美誉度和技术优势，同仁堂有望在益生菌市场中占据重要地位，并进一步释放老字号品牌的市场潜力。

3 汤臣倍健股份有限公司【300146】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	170084.5431万人民币
企业总部	珠海市	行业	食品制造业
法人	林志成	统一社会信用代码	914404007778052708
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2005-04-01
品牌名称	汤臣倍健股份有限公司		
经营范围	许可项目：保健食品生产；食品生产；食品销售；婴幼儿配方食品生产；特殊医学用途配方... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.13	1.17	1.14	1.17	1.16	1.18	1.09	1.08	1.1	-
资产负债率(%)	7.1666	11.7233	16.0568	29.6462	28.8009	27.9856	18.7369	18.2511	18.9139	-
营业总收入同比增长(%)	32.9073	1.9006	34.7182	39.8606	20.9393	15.833	21.9262	5.7882	19.6581	-
应收账款周转天数(天)	10.4643	11.2149	14.9373	17.7717	12.3859	8.2015	11.0131	14.2151	11.0881	-
流动比率	9.3643	5.3267	4.4472	2.7466	2.1674	2.1672	3.5432	3.4415	3.375	-
每股经营现金流(元)	0.8721	0.4656	0.6495	0.9185	0.9709	0.9907	1.0698	0.811	1.2061	-

毛利率(%)	66.2755	64.3987	67.0777	67.6627	65.7779	62.8155	66.0647	68.2841	68.8889	-
流动负债/总负债(%)	95.2331	97.0582	92.9651	51.3758	73.2251	82.9436	85.255	88.3818	86.2535	-
速动比率	8.4403	4.7671	3.9847	2.2963	1.7448	1.7772	3.1412	3.018	2.9735	-
加权净资产收益率(%)	15.69	11.76	15.8	19	-6.5	23.97	19.34	13.46	15.34	-
基本每股收益(元)	0.89	0.37	0.52	0.69	-0.24	0.96	1.06	0.82	1.03	0.43
净利率(%)	27.3755	21.9848	24.6498	20.8798	-7.8879	25.3342	23.7685	17.9518	18.9092	-
总资产周转率(次)	0.5958	0.4513	0.5438	0.5471	0.5807	0.6783	0.6575	0.6019	0.6658	-
每股公积金(元)	3.6254	1.3565	1.3829	1.3774	2.0305	2.0222	3.6312	3.5954	3.5986	-
存货周转天数(天)	126.8679	142.0234	133.8203	139.9135	141.3409	128.2822	121.7327	125.013	116.1215	-
营业总收入(元)	22.66亿	23.09亿	31.11亿	43.51亿	52.62亿	60.95亿	74.31亿	78.61亿	94.07亿	26.46亿
每股未分配利润(元)	1.3343	0.6826	0.8936	1.1755	0.4372	0.9738	1.1982	1.2541	2.0961	-
稀释每股收益(元)	0.89	0.37	0.52	0.69	-0.24	0.96	1.05	0.81	1.03	0.43
归属净利润(元)	6.35亿	5.35亿	7.66亿	10.02亿	-355889 615.46	15.24亿	17.54亿	13.86亿	17.46亿	7.27亿
毛利润(元)	-	-	-	-	65.78	62.82	66.06	68.28	68.89	-
经营现金流/营业收入	0.8721	0.4656	0.6495	0.9185	0.9709	0.9907	1.0698	0.811	1.2061	-

竞争优势

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，持续打造不一样的汤臣倍健“硬科技”产品力和科技竞争力优势。公司采用自主研发及联合开发相结合的模式，携手荷兰国家应用科学研究院、中国科学院上海营养与健康研究所等全球前沿科研力量，共建协同研发创新体系，持续开展科学营养及其对慢病营养干预的研究，促进科研成果转化与产业端落地应用。截至报告期末，公司已获得427项专利，其中121项原料及配方等发明专利，保健食品注册批准证书数量达158个。2022年公司获评“国家知识产权示范企业”，成为VDS行业首家取得该荣誉的企业。

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。头豹有权但无义务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。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《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

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。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，在未仔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。

■ 商务合作



阅读全部原创报告和
百万数据

会员账号



募投可研、尽调、IRPR等
研究咨询

定制报告/词条



定制公司的第一本

白皮书



内容授权商用、上市

招股书引用



企业产品宣传

市场地位确认



丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：18621660149（郝先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室



诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

