



2025 年矿物质补充剂品牌推荐

那些决定健康底牌的微量元素

目录

一、市场背景 3

 1.1 摘要 3

 1.2 矿物质补充剂定义 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 6

四、发展趋势 7

 4.1 精准化与功能化成为主流发展方向 7

 4.2 剂型创新与吸收优化构成技术竞争核心 7

 4.3 绿色可持续理念深度融入产业价值链 7

2025 年矿物质补充剂品牌推荐

一、 市场背景

1.1 摘要

保健食品包括营养素补充剂与声称具有特定保健功能的食品两类，矿物质补充剂属于营养素补充剂的范畴。行业产品发展时间较长，产业链完善。目前市场上可供消费者选择的矿物质补充剂品牌繁多，市场竞争激烈。其中，补钙产品凭借钙元素对骨骼健康、神经传导等生理功能的显著影响以及公众对钙补充重要性的广泛认知，居于市场领先地位。随着消费者对健康的关注度日益提高，保健食品的渗透率逐渐提升，消费理念趋于成熟。叠加银发经济的政策催化因素，预计补充矿物质类保健食品市场规模将持续扩大。

1.2 矿物质补充剂定义

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。它一般包括营养素补充剂与声称具有特定保健功能的食品两大类，其中营养素补充剂主要包括维生素、矿物质类。矿物质补充剂属于营养素补充剂的范畴，又称补充矿物质类保健食品。

1.3 市场演变

初创期是 1981 年到 1990 年。早期保健食品的种类相对有限，补充矿物质类属于传统保健食品，发展时间较早。1987 年后政府开始加强对保健食品的监管，行业逐渐走向规范化。

成型期是 1991 年到 2000 年。政府在此阶段对保健食品的监管力度加大。行业规模迅速扩大，国内外品牌纷纷涌入，产品类型多样化，除了传统单一元素补充剂外，维生素和矿物质的复合补充剂开始流行。同时，矿物质补充剂的营销手段多样化，消费者教育逐步加强，市场认知度显著提升。

调整期是 2001 年到 2010 年。这一阶段，政府通过明确监管机构等手段持续加强对保健食品行业的监管力度。行业的准入门槛得到提高，不合规企业被淘汰，规范化进程加速，产品质量和安全性得到大幅提升。

发展期是 2011 年到 2020 年。监管政策的革新和标准化工作的推进，共同推动了补充矿物质类保健食品行业的规范化与专业化发展。

高质量增长期是 2021 年至今。该阶段行业监管更加精细化，消费者对产品信息透明度要求更高。同时，产品创新加速，科技含量高的新型矿物质补充剂不断涌现，跨境电商、社交媒体等新兴渠道促进了国际品牌的引入和本土品牌的国际化。高质量增长期是 2021 年至今。《目录》的发布标志着维生素补充剂行业进入了更为标准化和精细化的管理阶段，加速了行业内部的优胜劣汰，为行业的长远发展奠定了坚实的基础。

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，2019 年—2023 年，矿物质补充剂行业市场规模由 1,963.65 亿人民币元增长至 2,124.34 亿人民币元，期间年复合增长率 1.99%。预计 2024 年—2028 年，矿物质补充剂行业市场规模由 2,184.00 亿人民币元增长至 2,422.41 亿人民币元，期间年复合增长率 2.62%。

过去，市场规模在消费者健康意识增强的驱动下实现增长，同时受监管趋严的影响，规模增速放缓。销量持续增长主要受人口老龄化、生活压力增加等社会趋势的推动。在未来，随着居民收入水平的增长，消费者的购买力将进一步提升，其对于健康投资的意愿和能力也将增强，对规模增长形成有力支撑，行业需求有望得到进一步释放。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

行业供给端呈现出结构分化与创新驱动并存的共性特征。上游原料供应领域，其核心壁垒在于规模化生产能力和严格的品质控制，不同纯度与规格的矿物质原料直接决定了终端产品的成本与功效基础。中游生产制造环节则面临同质化竞争与剂型技术升级的双重挑战，行业由具备全链条质量控制能力的品牌商与专注于合同生产的专业制造商共同主导。当前，供给侧的创新焦点集中于提升产品的生物利用度和消费体验，具体表现为通过新型复合物技术与缓释技术优化矿物质吸收效率，并不断开发更易于服用和接受的微囊化、液态及软糖等创新剂型。同时，符合绿色环保理念的清洁生产工艺与可持续原料来源，也正逐步成为领先供应商塑造差异化优势的新方向。

2.2.2 市场需求情况

在需求端，市场驱动因素正从基础营养补充向精准功能诉求不断深化。传统的需求基石源于公众对钙、铁、锌等常量及微量元素基础生理功能的认知，旨在预防相应的营养素缺乏症。而近年的增长则更多由“精准营养”理念所驱动，消费者开始依据特定生命阶段、特定健康问题乃至特定生活方式来主动选择矿物质补充剂，例如追求骨骼健康、改善贫血、支持运动后恢复或缓解疲劳等具体场景。这一趋势促使消费决策愈发理性，消费者不仅关注矿物质种类与含量，更看重科学配比以及是否有权威的科学背

书。最终，市场需求形态呈现出高度细分的特点，催生了面向儿童、孕妇、女性、中老年及运动人群等不同细分群体的专业化、定制化产品解决方案。

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，中国矿物质补充剂市场企业主要通过以下维度进行评估：

（1）增长力

行业覆盖深度与广度的复合指标。第一，覆盖深度指根据国家市监局，统计截至 2024 年 6 月，企业已获批备案的矿物质补充剂品种数量。营养素有钙、锌、铁、硒、镁、钾、锰、铜，每拥有其中类补充剂，计 10 分；未指明具体营养素，只提及矿物质，计 10 分。第二，覆盖广度指根据国家市监局，统计截至 2024 年 6 月，企业已获批备案的保健食品数量。测算方式：覆盖深度*0.9+覆盖广度*0.1。

（2）创新力

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。研发费用率是观察企业长期主义思维和科技驱动意愿的关键窗口。在业内，高研发投入既关乎新产品的开发，又关乎剂型革新、吸收效率提升和前沿功能成分的应用研究。

（3）成本控制力

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。毛利率是企业综合运营效率的最终体现，它涵盖了原料采购、生产工艺、供应链管理等多方面的成本控制能力。高的毛利率体现企业拥有更充足的资源用于市场投入和再研发。

（4）销售成本管理效率

根据公司公告，统计各企业 2023 年的销售费用率水平，体现公司的销售成本管理效率。具有竞争力的企业往往追求最优的“费效比”——企业能够通过精准的品牌定位、高效的渠道策略和创新的市场活动，以合理的销售投入换取最大的品牌知名度和市场份额增长。过高的费率可能意味着营销粗放，而过低的费率则可能反映品牌建设不足。理想的状态是在维持市场强势地位的同时，实现销售费用的有效控制。

3.2 市场竞争格局

中国矿物质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，另一类是深耕营养保健食品领域的公司，可划分为三大梯队：第一梯队以百合股份和哈药集团为代表；第二梯队以康恩贝和同仁堂为代表；第三梯队以以岭药业为代表。

3.3 十大品牌推荐

1. 百合股份

百合股份在矿物质补充剂领域的竞争优势体现在其完备的备案资质与灵活的多剂型生产能力，能够为客户提供涵盖钙铁锌硒等多种矿物质产品的定制化解决方案。

2. 华润三九

华润三九依托强大的品牌信誉与成熟的医药渠道，其矿物质补充剂产品凭借医药级质量管理体系，在消费者端建立了高度的专业信赖感。

3. 石药集团

石药集团凭借在原料药领域的深厚积累，实现了矿物质补充剂从原料到成品的垂直整合与质量把控，尤其在钙剂等细分品类中具备显著成本与品控优势。

4. 吉林敖东

吉林敖东利用其中药企业的独特背景，将传统中医药理论与现代矿物质营养科学相结合，形成了差异化的产品开发理念与市场竞争策略。

5. 仙乐健康

仙乐健康是全球营养保健食品 CDMO 的重要参与者，在矿物质补充剂方面展现出多剂型技术整合与规模化生产的专业能力，能够满足全球客户的复杂配方与创新剂型需求。

6. 汤臣倍健

汤臣倍健凭借强大的品牌影响力与深度分销网络，通过科学配方的持续创新与专业营养知识的市场教育，确立了在矿物质补充剂大众市场的领先地位。

7. 海王生物

海王生物依托关联的医药商业体系与零售终端网络，为其矿物质补充剂产品提供了稳定而高效的销售渠道，形成了独特的渠道控制优势。

8. 安琪酵母

安琪酵母聚焦酵母源矿物质的技术开发，通过生物转化技术提升矿物质的生物利用度，在天然来源矿物质细分领域构建了专业壁垒。

9. 哈药集团

哈药集团依靠深厚的品牌积淀与完善的流通体系，通过经典产品线的持续维护与现代化升级，在大众矿物质补充剂市场保持稳定影响力。

10. 同仁堂

同仁堂凭借百年老字号的无形资产与消费者信任，将矿物质补充与传统中医药养生理念深度融合，打造出独具文化特色的产品系列。

四、 发展趋势

4.1 精准化与功能化成为主流发展方向

矿物质补充剂市场已超越基础营养补充阶段，向精准化与功能化深度发展。消费者不再满足于通用型产品，转而追求针对特定生理阶段、生活场景及健康诉求的定制化解决方案。这促使企业依据人群细分维度进行产品创新，如针对中老年群体的骨骼健康配方、面向女性的补铁养颜组合、为儿童设计的智力发育套餐等。同时，矿物质与维生素、植物提取物的科学复配日益成熟，通过成分协同效应实现诸如改善睡眠、提升精力、增强免疫等具体功能，推动行业从同质化竞争转向价值竞争新阶段。

4.2 剂型创新与吸收优化构成技术竞争核心

面对矿物质生物利用度低和适口性差的技术瓶颈，剂型创新与吸收优化成为企业突破的关键。行业积极研发新型化合物形态与递送系统，通过氨基酸螯合、微囊包埋等前沿技术，显著提升矿物质在体内的吸收效率与稳定性。同时，剂型革新步伐加快，传统片剂、胶囊正向口感更佳、服用更方便的软糖、液态、粉剂等形态拓展，极大改善了儿童、老年等特定人群的服用依从性。这种兼顾科学内涵与消费体验的双重创新，正重塑着矿物质补充剂的产品价值标准。

4.3 绿色可持续理念深度融入产业价值链

在环保意识觉醒的背景下，可持续理念已全面渗透矿物质补充剂产业链各环节。上游原料端更加注重可再生资源利用与环境友好型开采方式，植物源、海洋源等天然矿物质的应用范围不断扩大。生产中游积极推行清洁生产工艺，通过节能减排技术改造降低环境足迹。下游环节则聚焦环保包装与绿色物流，减少全链条碳足迹。这种对可持续发展的实践，不仅响应了监管政策与消费期待，更成为企业塑造品牌差异化、构建长期竞争优势的重要路径。