



2025 年 γ -氨基丁酸食品品牌推荐

GABA 助力精准舒缓，科学营养告别睡眠焦虑

目录

- 一、市场背景..... 2
 - 1.1 摘要 2
 - 1.2γ-氨基丁酸食品定义 2
 - 1.3 市场演变 2
- 二、市场现状..... 3
 - 2.1 市场规模 3
 - 2.2 市场供需 3
- 三、市场竞争..... 4
 - 3.1 市场评估维度 4
 - 3.2 市场竞争格局 5
 - 3.3 十大品牌推荐 5
- 四、发展趋势..... 6
 - 4.1 原料与生产工艺升级 6
 - 4.2 包装与产品形态多元化..... 6
 - 4.3 渠道与营销数字化..... 6

2025 年 γ -氨基丁酸食品品牌推荐

一、市场背景

1.1 摘要

GABA (γ -氨基丁酸) 食品是以天然或添加方式提供 γ -氨基丁酸的功能性食品，主要用于舒缓情绪、改善睡眠及促进神经健康。近年来，中国 GABA 食品行业已从早期的单一补充剂产品向科学化、场景化方向升级，通过基础研究深化与复方功能开发，实现了从单一助眠原料到综合神经健康支持解决方案的产业转型。当前行业已形成“学术研究—标准建设—产品创新—市场教育”的联动支撑体系，构建了覆盖原料开发、临床验证、场景应用及用户服务的全产业链生态；在消费认知升级与健康需求多元化背景下，产品在儿童成长、压力管理、睡眠改善等场景中的接受度不断提升，也推动企业聚焦作用机制研究、剂型创新、复配协同等关键技术方向，促进行业从通用营养补充向精准情绪与认知功能支持升级，逐步构建“科学背书—产品体验—健康服务”融合发展的市场体系。

1.2 γ -氨基丁酸食品定义

γ -氨基丁酸 (Gamma-Aminobutyric Acid, 简称 GABA) 是一种广泛存在于动植物体内的天然非蛋白质氨基酸， γ -氨基丁酸产品泛指以 GABA 为核心的原料或其衍生应用，广泛应用于食品、饮料、乳制品、营养补充剂、医药、化妆品等多个领域。根据产业链环节可将其分为原料类产品（如发酵提取型、合成型 GABA 粉末或液体）、中间功能配料，以及含 GABA 的终端产品（如食品、饮料、口服液、胶囊等），其应用不断向高附加值、精准营养与跨界功能方向延伸，构成了 γ -氨基丁酸食品等细分类别的上游基础与核心支撑。

γ -氨基丁酸食品是指以 γ -氨基丁酸 (GABA, 一种非蛋白质类氨基酸) 为主要成分制成的可食用产品，这些食品的常见形态包括咀嚼片、口服液和冲剂等多种形式。2009 年国家卫生部门批准 γ -氨基丁酸 (GABA) 为新资源食品（现称为新食品原料），适用于 3 岁以上人群，食用量 ≤ 500 毫克/天，使用范围包括饮料、可可制品、巧克力和巧克力制品、糖果、焙烤食品、膨化食品，但不包括婴幼儿食品。根据工业和信息化部批准发布的 QB/T 5633.7-2022 《氨基酸、氨基酸盐及其类似物第 7 部分： γ -氨基丁酸》行业标准， γ -氨基丁酸可以应用至食品加工用、日化用、农用和饲用等应用领域中，本次调研仅聚焦于食品领域的应用。

1.3 市场演变

中国 γ -氨基丁酸 (GABA) 产品行业的发展大致可分为以下几个阶段：

1. 技术突破与产业起步期（1995–2010 年）：

GABA 最初主要依赖进口，市场认知度低。国内企业和科研机构开始关注其潜在的食品和保健用途，但整体仍处于实验研究和产业化前期探索阶段。随着微生物发酵技术的逐步成熟，国内部分企业实现了 GABA 的规模化生产，打破了对进口原料的依赖。

2. 市场扩展与政策推动期（2010–2020 年）：

GABA 被纳入《新食品原料（新资源食品）批准清单》和相关食品安全标准，推动其在普通食品中的应用拓展。多个品牌推出 GABA 添加饮料、软糖、功能食品等，带动行业关注度上升。此阶段，GABA 主要应用于食品配料市场，逐步进入饮料、乳品等终端产品，但消费市场仍较为小众，整体以原料供应为主。

3. 快速发展与多元融合期（2020 年至今）：

受健康消费升级、“睡眠经济”崛起、情绪管理需求提升等趋势驱动，GABA 进入高速发展通道。与此同时，企业加速布局 GABA+（如 GABA+褪黑素、GABA+益生菌）等复合配方产品，推动产品形态和消费人群的进一步拓展。整体来看，中国 γ -氨基丁酸产品行业已从早期依赖进口、技术壁垒高的阶段，成长为以自主原料生产为基础，向食品、医药、农业和饲料等多元应用场景延伸的综合性新兴产业。

二、市场现状

2.1 市场规模

根据头豹研究院， γ -氨基丁酸（GABA）产品在中国市场呈现持续增长趋势，2024 年中国 γ -氨基丁酸产品的销量市场规模约为 145.5 亿元，预计未来将持续高速扩容。中国 γ -氨基丁酸产品行业已从早期依赖进口、技术壁垒高的阶段，成长为以自主原料生产为基础，向食品、医药、农业和饲料等多元应用场景延伸的综合性新兴产业。此外，化妆品行业也开始将其应用于抗敏舒缓产品，而饲料领域则利用其镇静和抗应激效果提升动物福利与生产效率。多元应用的拓展正不断推动 GABA 产业链从原料端向终端高附加值产品转型。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

中国 GABA 市场供给正朝着多元化、功能细分与科学背书方向加速发展。当前，供给侧的竞争重点已从早期的原料添加转向“安全可靠、功效明确、场景适配”的立体化产品创新。领先企业持续加强研发投入，推动 GABA 在睡眠健康、情绪舒缓、儿童发育及运动恢复等多场景中的应用，产品形态涵盖软糖、固体饮料、口服液、片剂等多种类型。同时，品牌方更加注重产品的科学支撑，通过引入临床研究数据、明确标注原料

来源与添加剂量、结合复配成分（如茶氨酸、镁等）以增强协同效应，提升产品的功能可信度与差异化价值。此外，针对不同人群的使用偏好，供给端在产品口感、剂型设计、便携性以及用户体验等方面持续优化，并通过电商与社交平台的实时反馈推动产品快速迭代，逐步构建起以功效实证和用户信任为核心的市场竞争力。

2.2.2 市场需求情况

中国 GABA 市场需求基础广泛且持续增长。随着社会节奏加快、生活压力上升，睡眠障碍、焦虑情绪等问题日益普遍，相关健康诉求不断凸显。研究显示，中国成年人群失眠发生率接近 40%，情绪管理需求人群规模持续扩大，这为具有镇静安神、缓解焦虑功能的 GABA 产品提供了坚实的市场基础。此外，家长对儿童神经系统发育与情绪健康的关注度提升，运动人群对恢复与放松的需求增强，进一步拓展了 GABA 在多个年龄段、多场景下的应用空间。在健康消费认知升级的背景下，消费者对成分透明、科学有效、安全可靠的功能食品接受度显著提高，GABA 产品正从“细分功能性成分”逐渐转向“日常健康管理选项”。随着临床证据的积累与市场教育的深化，GABA 在情绪健康、睡眠改善等领域的市场潜力有望进一步释放，成为大健康产业中增长迅速的功能原料之一。

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，该行业头部品牌的核心竞争力主要体现在以下几个方面：

1. 产品品质与原料优势

高品质的 γ -氨基丁酸原料是品牌竞争的核心基础，GABA 配方的科学性含量与释放效率决定生物利用度高低，同时先进的生产工艺能够提升产品的稳定性和安全性，直接影响产品的最终品质。

2. 技术创新与产品差异化

差异化的产品剂型是品牌竞争的重要维度，例如是否具备液态、咀嚼片、胶囊、冲剂等多样化产品形式满足不同使用场景。此外，研发创新能力体现在新品推出的节奏与功能性配方的持续升级，也是品牌保持长期竞争力的关键。

3. 市场定位与渠道覆盖

在 γ -氨基丁酸产品的品牌竞争中，精准的市场定位与对消费者需求的深入理解至关重要。为了满足多样化的消费场景，品牌需在产品剂型上实现差异化布局，提升在具体使用场景中的适配性与便利性。同时，渠道覆盖能力同样构成品牌竞争力的重要一环，在天猫、京东、小红书、抖音等线上平台的活跃布局与销售能力与线下核心流

渠道的渗透程度。

3.2 市场竞争格局

中国 γ -氨基丁酸（GABA）食品市场正呈现“新锐爆品引领，中小品牌及区域厂商林立以及欧美品牌持续入局”的多层次竞争格局。头部新锐品牌凭借差异化定位和线上突围获得快速增长。与此同时，大量中小品牌和区域性生产商凭借成本优势和地缘营销在本地市场占据一席之地，但因缺乏规模和品牌影响力，难以实现全国范围扩张。此外，欧美成熟品牌陆续进入中国市场，依托全球化供应链和专利技术推出高端 GABA 产品，但在本土化渠道和成本控制方面仍面临挑战。整体来看，中国 GABA 食品赛道已进入“量价齐升、品牌多元、竞争分层”的新阶段，新兴品牌成功打造爆款并迅速积累用户口碑，中小与区域企业稳固本地市场，而欧美品牌则聚焦高端细分领域，形成多元共舞的市场格局。

3.3 十大品牌推荐

1. 仁和

仁和药业股份有限公司成立于 1996 年，是中国知名医药企业，主营中成药、化学药品等，业务涵盖多类治疗领域。

2. 小葵花

葵花药业集团重庆小葵花儿童制药有限公司创立于 1985 年，是葵花药业旗下的儿童用药专业品牌，专注于儿童健康产品的开发与生产。

3. Swisse（斯维诗）

源自澳大利亚的国际知名品牌，创立于 1969 年，以“自然，健康之美”为理念，致力于提供健康生活解决方案，2016 年被中国健合集团收购。

4. 黄金搭档

上海黄金搭档生物科技有限公司创立于 2001 年，是中国知名保健品品牌，主要产品为多种维生素与矿物质补充剂。

5. Littlebloom

华熙生物科技股份有限公司旗下儿童营养健康子品牌，创立于 2001 年，专注于为中国儿童提供安全、有效的营养补充产品。

6. 养能健

厦门浪起文化科技有限公司旗下品牌，创立于 2018 年，以“助力儿童健康成长”为理念，致力于研发科学、安全、优质的儿童营养产品。

7. 诺特兰德

诺特兰德（山东）生物科技有限公司创立于 2019 年，专注运动营养领域，是一家集研发、生产与销售为一体的全产业链企业。

8. 膳力多

蝌蚪精研生物科技（苏州）有限公司旗下品牌，创立于 2023 年，专注儿童营养补剂，致力于打造安全、营养、健康的儿童营养滋补生态。

9. 清华林博士

林诺德（广州）生物科技有限公司旗下品牌，创立于 2024 年，专注于儿童营养与成长领域的产品研发与推广。

10. 汤臣倍健

汤臣倍健股份有限公司创立于 1995 年，是中国膳食营养补充剂领导品牌，产品线覆盖全年龄段人群，近年来也推出了多款含有 γ -氨基丁酸的助眠、舒缓类营养产品。

四、发展趋势

第四部分主要描述中国 GABA 食品行业的发展趋势，可以从需求、供给和渠道发展等多个角度进行分析。

4.1 原料与生产工艺升级

中国 GABA 行业长期依赖微生物发酵工艺，近年来随着生物合成与发酵技术优化，食品级 GABA 的产能和纯度显著提升。未来，通过基因工程改良微生物菌株，提高 GABA 的产率和纯度，将是技术发展的重点。

4.2 包装与产品形态多元化

面对消费场景的不断细分，GABA 食品不仅在配方上下功夫，也强调包装与剂型创新。软糖、果冻、冲剂、预调饮料等多种形态层出不穷，以满足“便携即食”与“场景化消费”需求。

4.3 渠道与营销数字化

电商、社交平台与直播带货已成为 GABA 品牌拓展市场的主战场。越来越多新锐品牌借助抖音、小红书的内容种草和达人测评迅速积累用户基础，并通过私域社群运营增强复购率。与此同时，线下健康食品专柜逐步将线上流量转化为线下体验，形成“线上获客—线下体验—社群留存”的闭环。