

市场简报：新规落地“零添加”成历史，行业如何转型？

Briefing Report: The new regulations “zero-added” into history, how to transform the industry?

市場速報：新たな規制「ゼロ加算」の歴史、業界をどう変える？

报告标签：功能性食品、保健食品、配料强调
2025年4月

Q1: 颁布《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》等50项食品安全国家标准和9项修改单的背景和原因是什么？

图表1: 《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》配料强调与定量标示-新规

在食品标签上特别强调添加或含有一种或多种配料或成分，应采用在配料表中明示或附加文字说明的形式标示该配料或成分的添加量或在成品中的含量

食品中的配料或成分若在食品名称中提及，应标示其相关配料或成分的添加量或在成品中的含量

食品标签上用于说明口味、风味、配料来源、食用方法或用途等的图案不属于特别强调。仅使用食品用香精、香料调配出某种配料或食物风味的，仅可使用相关配料或食物真实照片以外的图案，且应在图案临近位置醒目标示“图案仅供口味参考”等字样

在食品的标签上特别强调一种或多种配料或成分的含量较低或无时，应标示所强调配料或成分在成品中的含量

使用“无”“不含”等词汇时，其相应配料或成分含量应为“0”。其他法律、法规或国家标准、行业标准、地方标准中另有规定的应从其规定。食品添加剂、污染物，以及法律、法规和标准中规定的不允许添加到食品中或不应存在于食品中的物质，不得使用“无”“不含”等词汇及其同义语进行声称

不得使用“不添加”“不使用”及其同义语等词汇；其他法律、法规或食品安全国家标准中另有规定的应从其规定

■ “零添加酱油”风波不断，官方发新规明确规定禁用“不添加”、“零添加”等用语，促使消费者关注产品的真实属性

“零添加”作为一种极具吸引力的市场营销概念，部分调味品企业敏锐捕捉到这一需求，以“零添加”为卖点推出酱油产品，部分产品甚至以高价定位抢占市场。然而，“零添加”缺乏统一标准，不同品牌对“零添加”的定义存在差异，部分品牌仅标注“零防腐剂”却未说明是否含酵母提取物、谷氨酸钠等添加剂，甚至通过商标设计或宣传话术暗示“零添加”，导致消费者误解。

2025年3月，第三方机构检测13款“零添加”酱油，发现12款含镉、7款含砷，知名酱油产品被推上风口浪尖，消费者质疑其商标误导消费，企业却以“符合国标”回应，进一步动摇信任。**事件发酵后，国家卫健委同国家市监局发布《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 7718-2025）等50项食品安全国家标准和9项修改单，明确提出不允许再使用“不添加”“零添加”等用语对食品配料进行特别强调。**

国家卫健委专家指出，“不添加”、“零添加”并不意味着食品更安全或是具有更高品质，该类宣传方式是部分企业利用消费者追求天然、不喜欢食品添加剂的心理来吸引消费者。而“不添加”不等于食品终产品中的相关成分一定为零。食品标签的本质作用是让消费者能清楚了解食品的本质和真实属性。新标准实施后预包装食品不允许再使用“不添加”“零添加”或类似用语，核心目的是避免食品标签对消费者造成误导，同时也促使消费者通过配料表等其他方式去阅读食品标签，避免因盲目关注“零添加”等宣传用语，忽略了产品的真实属性。

来源：国家市监局、头豹研究院

Q2：颁布《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》等50项食品安全国家标准和9项修改单对功能性食品行业的核心影响是什么？

图表2：新食品安全国家标准的五大亮点



■ 配料透明化

该要求使得功能性食品企业必须确保产品名称与实际成分相符，并明确标注关键成分的具体含量。而功能性食品的市场定位往往依赖于其宣称的特定功效或成分，该要求对行业产品尤为重要。更高的透明度要求有助于增强消费者信任，同时也促使企业更加注重产品质量和成分的真实性，避免虚假宣传。

■ 数字标签创新

对于行业而言，该要求可更全面地传达产品的健康益处、使用方法等重要信息，从而提升用户体验并促进销售。

■ 营养标签精细化

功能性食品通常被设计为具有特定健康效益的产品，该变

化可鼓励企业在研发过程中更加关注这些营养素的控制，以符合新的健康指导原则，并帮助消费者更好地管理个人饮食习惯。

■ 特殊膳食精准化

随着国民对个性化营养需求的认识加深，开发专门针对特定健康问题或生活方式的功能性食品将成为未来的重要方向之一，推动整个行业的专业化和技术进步。

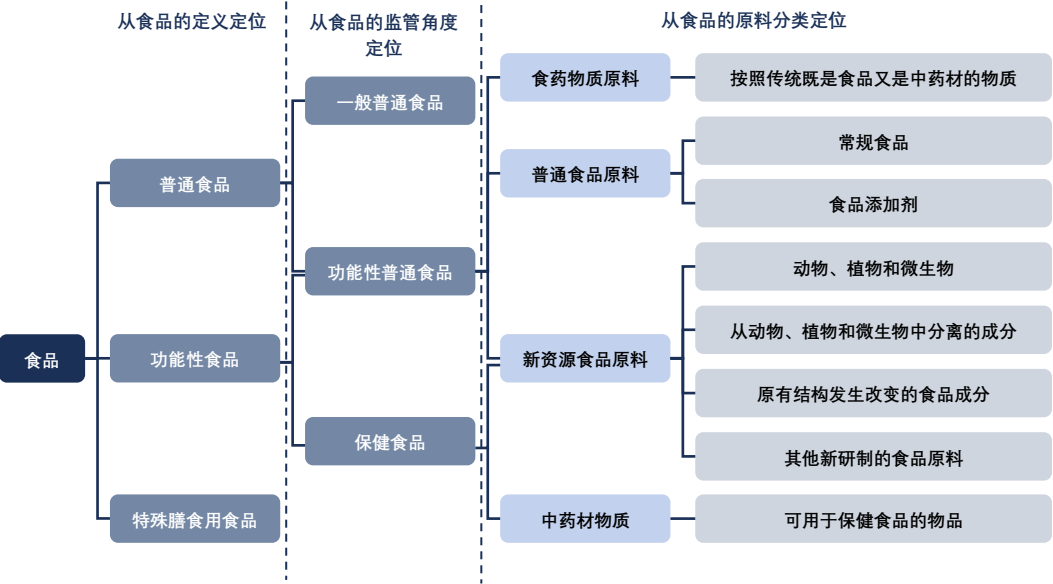
■ 强制标注常见致敏成分

该要求适应了过敏人群增多的趋势，提高了食品安全信息的完整性。对于功能性食品而言，这意味着在配方设计阶段就需要考虑到潜在的过敏原问题，并采取相应的措施来保护易感人群。此外，清晰的致敏物质标示也有助于减少因食物过敏引发的安全事故。

来源：CNKI、头豹研究院

Q3：面对新规，功能性食品企业应如何调整产品策略？哪些方向是转型重点？

图表3：功能性食品的定位



■ 结合功能性食品的分类及原料特性，应对新规的策略需重点关注合规性管理、原料创新与功能定位三大维度

功能性食品常与保健食品一同提及，广义的功能性食品包括保健食品。保健食品作为一类特殊食品在中国拥有明确且严格的管理规定，而功能性食品的范围更加广泛，更适合作为具有某些功能特性的食品组成的综合概念，而非特指某种特定的食品。因此，从食品监管角度看，功能性食品包括功能性普通食品和保健食品两类。从食品原料分类看，功能性食品的原料包括食药物质原料、普通食品原料、新资源食品原料及中药材物质四类。

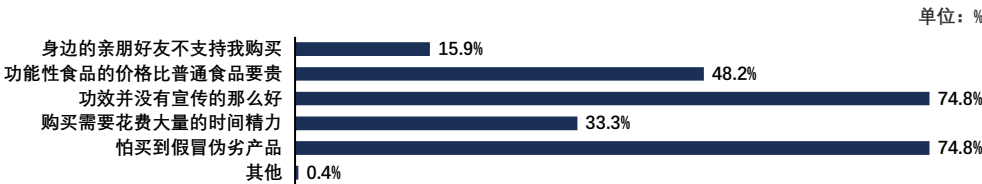
面对新规，基于产品分类的差异化策略为：功能性普通食品方面，企业应优先确保原料合规性，避免物质超范围使用；标签宣称还应去医疗化，需以“特征描述”代替“功效宣称”；也可将功能成分融入零食、饮品等高频消费场景。保健食品方面，企业应注重功能宣称规范化、剂型与口感的优化。

基于原料分类的转型重点包括：食药物质与新资源食品原料方面，企业应深挖政策红利，开发“药食同源+”复配产品，并关注新资源食品原料审批进展以快速开发新品抢占市场；中药材与普通食品原料方面，企业应注重功能化升级。中药材成分应通过提取技术提升活性成分含量，建立质量控制体系，实现标准化。而普通食品原料可利用发酵、酶解等技术提升其功能性。

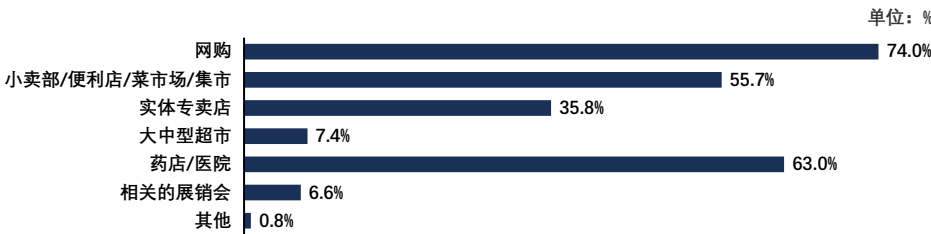
来源：CNKI、头豹研究院

Q4：功能性食品行业转型面临的最大挑战是什么？

图表4：阻碍消费者购买功能性食品的原因，2024



图表5：消费者购买功能性食品的渠道，2024



■ 行业转型需在提升产品质量和透明度、优化定价策略、改进销售渠道以及加强消费者教育方面做出努力

2024年针对14城中青年调研数据显示，关于阻碍消费者购买功能性食品的原因，74.8%的人认为实际功效低于宣传预期以及担心买到假冒伪劣产品，48.2%的人认为功能性食品的价格比普通食品要贵；关于消费者购买功能性食品的渠道，74.0%的人选择网购，63.0%的人选择药店/医院购买，55.7%的人选择小卖部/便利店/菜市场/集市购买。上述反映行业面临的挑战包括：

第一，消费者信任重建难题。实际功效低于宣传预期成为消费者对功能性食品的主要担忧之一，而虚假宣传和科学依据不足是造成这种信任落差的关键因素。同时，假冒伪劣产品的泛滥进一步削弱了市场信任，特别是在监管相对薄弱的线上渠道中，无资质商家和不规范标签现象频发。

第二，产品价格与价值不匹配。新规要求企业投入更多资金用于功效验证、成分标注及生产线改造，这些成本最终转嫁到消费者身上。而消费者往往难以接受较高的价格，尤其当市场上存在大量功能相似的产品时，价格战不可避免，企业很难通过技术差异化实现溢价。

第三，渠道管理与消费体验矛盾。线下渠道中小卖部/便利店/菜市场/集市占比显著，面临着专业性不足的问题。低线城市的便利店或集市充斥着低价低质的产品，损害了整个行业的形象。

第四，消费者教育与产品创新滞后。科学普及的不足使得消费者对功能性成分的理解停留在表面，购买决策更多地受到营销话术的影响而非科学依据。同时，产品形态单一，缺乏针对不同消费场景的创新，未能完全满足年轻消费者的偏好。

来源：CNKI、头豹研究院

Q5：未来五年，功能性食品行业将呈现哪些关键趋势？

- 未来五年行业将以“功效科学化、研发精准化、产品高端化”为主线，在政策引导与技术赋能下，逐步构建“安全有依据、功能可验证、需求可匹配”的新型产业生态

核心趋势之一，功效性导向深化，推动产品迭代进入“科学实证时代”。在“不添加”“零添加”等模糊宣称被禁用的政策背景下，行业将摒弃单纯概念营销，转而以食品卫生学与中医药学理论为指导，聚焦第三代功能性食品研发。此类产品以“功效可验证、机制可溯源”为核心特征。功能因子标准化要求功能成分的分子结构、作用机制及生物活性保持方式符合食品安全标准，杜绝通过模糊标签营造“天然无害”假象，转而通过明确成分的化学结构与作用路径构建产品价值。

核心趋势之二，研发范式转型，催生高端细分产品集群。政策引导下，行业将加速淘汰低水平重复产品，可依托基因工程、细胞工程、酶工程等前沿技术，构建“精准营养+场景适配”的研发体系。一方面，行业将深度聚焦目标人群。针对白领（抗疲劳、改善代谢）、老人（增强免疫、关节保护）、儿童（智力发育、肠道健康）三大核心群体的特异性营养需求，开发定制化产品。另一方面，技术融合将驱动创新。行业可通过生物工程技术改良原料特性，或利用合成生物学技术开发新型功能成分，推动产品从“成分堆砌”转向“机制协同”。

核心趋势之三，监管与标准重塑行业生态。禁用“不添加”、“零添加”等缺乏科学依据的宣称，实质是推动行业从“营销驱动”转向“研发驱动”。未来，预计功能性食品的研发与生产将更注重基础研究与应用转化的衔接。企业可与科研院所深度合作，建立“功能因子筛选-作用机制解析-安全性评价-临床效果验证”的全链条技术体系，确保产品在分子层面的作用机制清晰、安全风险可控、功效评价客观。这一趋势将加速行业整合，促使资源向具备核心技术能力与临床数据积累的企业集中，形成以“科学证据”为核心竞争力的高端化发展格局。

图表6：保健食品的功能声称

 有助于增强免疫力	 缓解体力疲劳	 有助于改善黄褐斑	 有助于维持血脂（胆固醇/甘油三酯）健康水平
 有助于抗氧化	 耐缺氧	 有助于改善皮肤水份状况	 有助于维持血糖健康水平
 辅助改善记忆	 有助于控制体内脂肪	 有助于调节肠道菌群	 有助于维持血压健康水平
 缓解视觉疲劳	 有助于改善骨密度	 有助于消化	 对化学性肝损伤有辅助保护作用
 清咽润喉	 改善缺铁性贫血	 有助于润肠通便	 对电离辐射危害有辅助保护作用
 有助于改善睡眠	 有助于改善痤疮	 辅助保护胃粘膜	 有助于排铅

来源：国家市监局、头豹研究院

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。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员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，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，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。
- ◆ 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。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

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。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。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 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。本文所载的资料、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，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹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。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和
百万数据，提供数据库
API接口服务

定制报告

行企研究多模态索引
引擎及数据库，募投可研、
尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

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

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

市场地位确认

对客户竞争优势进行评
估和调研确认，助力企
业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，
帮助学生掌握行业研究
能力，丰富简历履历

报告作者



郝世超

首席分析师

lamber.hao@leadleo.com



钟琪

行业分析师

qi.zhong@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



商务咨询与深度合作

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



头豹
LeadLeo



www.leadleo.com
400-072-5588



FROST & SULLIVAN

沙利文

诚邀

2025沙利文新投资大会

第十九届沙利文全球增长、科创与领导力峰会
暨第四届新投资大会

THE 19TH FROST & SULLIVAN GROWTH, INNOVATION AND
LEADERSHIP SUMMIT AND THE 4TH NEW INVESTMENT EVENT

2025年8月27日-28日 中国·上海
August 27th-28th, 2025, Shanghai · China

2025年9月2日 中国·成都
September 2nd, 2025, Chengdu · China

开幕倒计时

期待与您再度携手
共赴增长之旅、共创美好明天

大会咨询热线：021-3209-6800 转 8672

大会咨询邮箱：gil@frostchina.com