

食养银龄，洞察中老年营养健康消费图景

——中国中老年营养健康食品专题报告

2025年5月

发布方：灼识咨询 China Insights Consultancy

灼识咨询是一家知名咨询公司。其服务包括IPO行业咨询、商业尽职调查、战略咨询、专家网络服务等。其咨询团队长期追踪消费品、互联网、大数据、高科技、能源电力、供应链、人工智能、金融服务、医疗、教育、文娱、环境和楼宇科技、化工、物流、工业、制造业、农业等方面最新的市场趋势，并拥有上述行业最相关且有见地的市场信息。

所有统计数据真实可靠，并是基于截至本报告发布日的可用信息。

若您希望获取CIC灼识咨询的详细资料、与灼识建立媒体/市场合作，或加入灼识行业交流群，欢迎扫码，也可致函marketing@cninsights.com。





灼识咨询
China Insights Consultancy

联合发布方：量子之歌（NASDAQ: QSG）

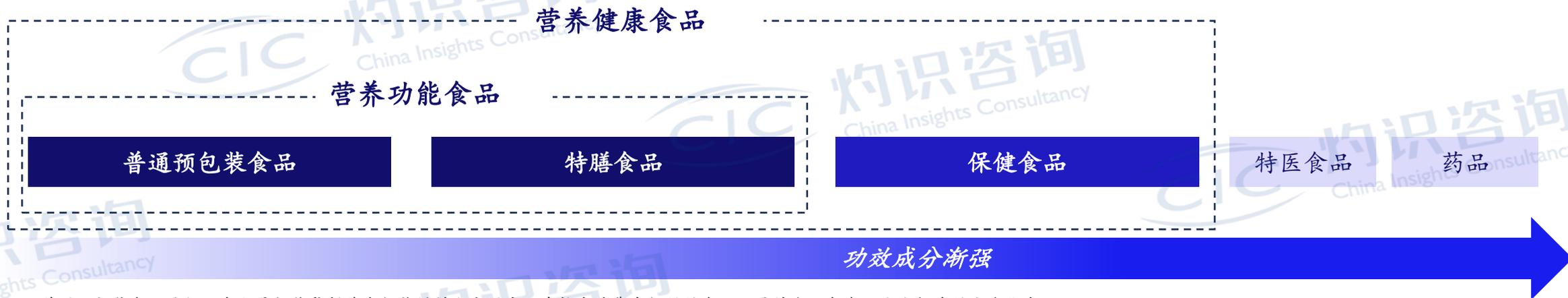
量子之歌是中国领先的高品质生活服务提供商，致力于助力用户实现更美好的生活与个人价值的提升。量子之歌深入理解成年用户的深层需求，并依托强大的基础设施，开发了一系列易于理解、高性价比且便于获取的在线课程。此外，量子之歌也特别关注中老年用户对健康生活的需求，并在特定领域推出了一系列高品质的消费品和服务。



扫码添加CIC灼识小助手

中国营养健康食品可以分为营养功能食品和保健食品，以非治疗性为原则，强调安全性与功能性，主要满足适用人群、特别是中老年群体的日常营养补充和健康维护需求

- **营养健康食品**是为补充人体所需的营养成分和活性物质而设计的食品，旨在帮助维持营养均衡、增强身体健康、降低患病风险，但其并不用于疾病治疗，也不能替代日常饮食，根据我国现行法律法规，营养健康食品涵盖保健食品、部分特膳食品（除特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品、婴幼儿辅助食品的其他特殊膳食用食品）及部分普通预包装食品。



- 普通预包装食品是指预先定量包装或制作在包装材料和容器中，直接向消费者提供的食品，需符合一般食品安全标准的大众化食品。
- 特膳食品是为满足特定生理或疾病状态人群的特殊营养需求，专门加工或配方的食品，如中老年人糖尿病、骨质疏松、乳糖不耐等情况，是其常见适用人群。
- 保健食品指的是具有特殊保健功能的食品，而且规定用量下无毒副作用。这类产品需经过国家审批，并标注保健食品批准文号。



- 运动饮料、能量饮料等
- 无糖气泡水、无糖茶饮、无糖植物蛋白饮料等
- 助眠软糖、口服玻尿酸、奶昔代餐等
- 乳清蛋白、肌酸等
- 蛋白粉、辅酶Q10、叶黄素、褪黑素、膳食纤维等
- 乳杆菌、双歧杆菌、革兰阳性球菌等
- 钙、铁、锌、硒等
- 维生素A、B族、C、D、E、K等

中国中老年人群膳食结构失衡显著，地域差异与城乡分化加剧营养不均，导致慢性病风险显著上升，推动膳食模式优化已成为国家健康战略核心

中国膳食模式不合理现状

中老年人群常见膳食问题



- 谷类精细化问题：精制米面加工过程中，膳食纤维和B族维生素大量流失，导致营养不均衡。
- 动物性食物结构失衡：红肉及加工肉类摄入量，优质蛋白如鱼类、海鲜等消费不足，增加代谢性疾病风险。

2 中老年营养失衡呈地区与城乡“双重分化”

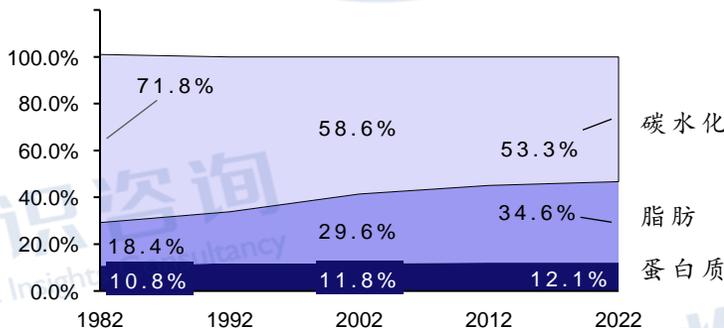
西部及农村地区

- 饮食特点：以高盐高碳水膳食为主，西北地区面食和肉类主导，西藏水果消费量仅占推荐标准的16.9%。
- 城乡差异：农村居民钙、维生素B2摄入不足，城乡膳食结构差异显著。

东部沿海地区

- 饮食特点：高脂高糖快餐和加工食品消费普遍；华东海鲜和腌制品较多。
- 消费习惯：城市化进程快，快餐文化盛行。导致营养摄入不均衡。

3 主要营养素摄入现状 (1982-2022)

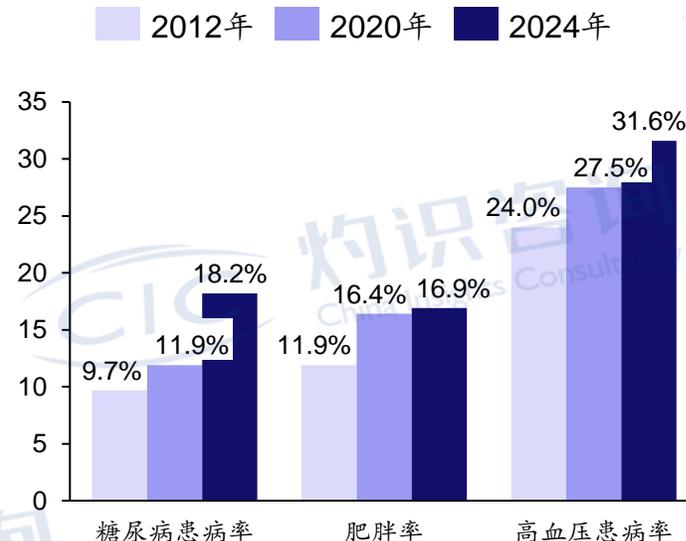


2024年现状

- 脂肪摄入过高：居民每日人均脂肪摄入量达到79.1克，超过推荐标准。
- 烹调油摄入超标：城市居民每日人均烹调油摄入量为44克，占总脂肪摄入的一半以上，主要来源于食用油。
- 食盐摄入量偏高：每日人均烹调盐摄入量达到9.3克，接近推荐摄入量（每日不超过5克）的两倍。

改善膳食的重要性

膳食模式不均衡带来高慢性病发病率



- 中老年人高脂高糖饮食结构与糖尿病、高血压等慢性病显著相关。
- 中老年人高脂肉类为主的膳食模式与糖尿病、高血压发病率显著相关，而蔬果丰富的饮食模式更有利于健康。慢性病患者群体中，肾病、抑郁症及癌症患者普遍存在高盐、高糖、加工食品摄入过多的问题，进一步恶化疾病。

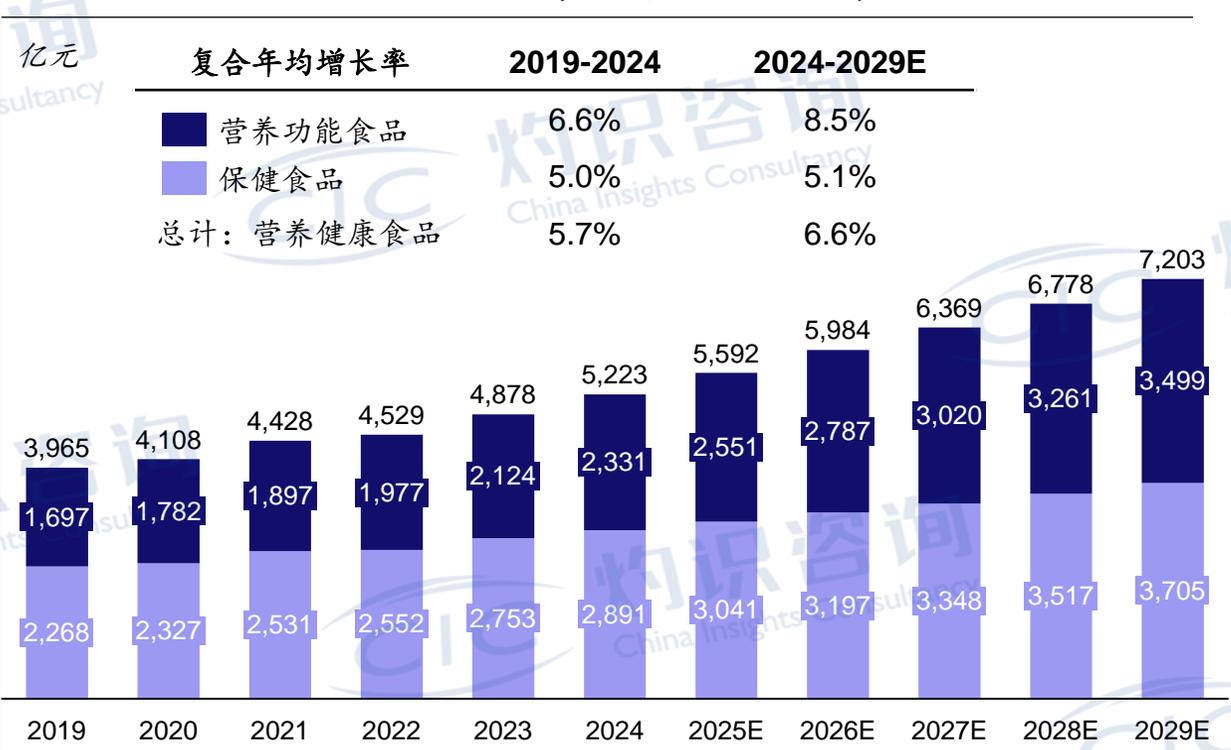
中国营养健康食品产业链由原料精加工驱动的上游、高研发能力支撑的中游代工与品牌商，以及线上线下融合发展的下游渠道构成，呈现出技术门槛高、品牌创新快、销售模式多元化的特征



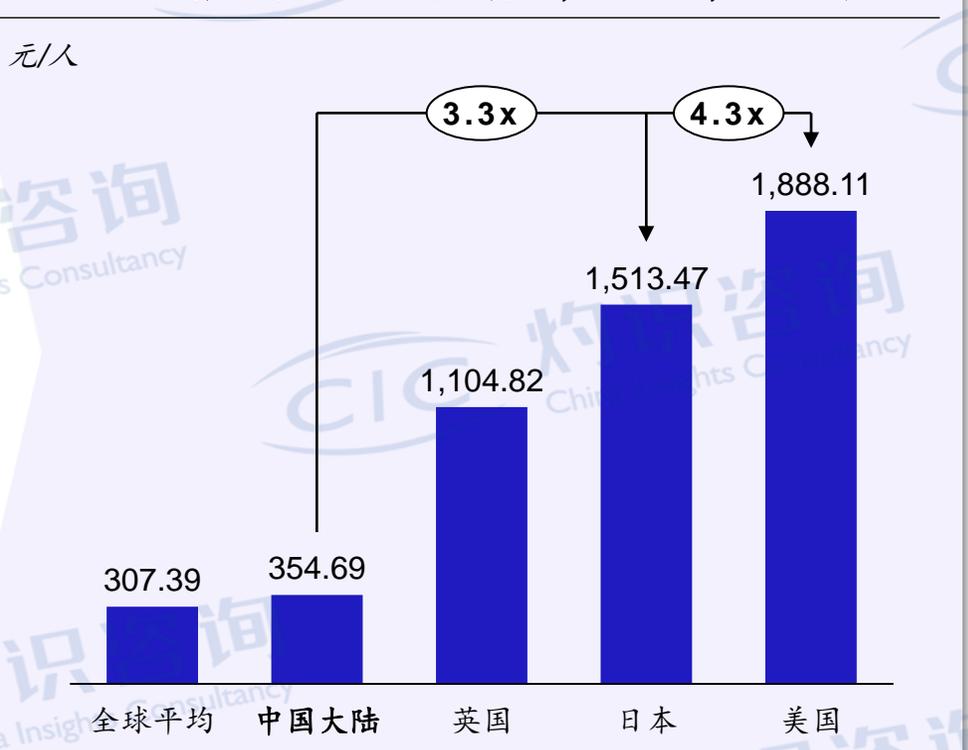
上游环节以糖醇、低聚糖、中药材等高附加值原料为核心，依赖于复杂的萃取、发酵等技术，市场集中度高。中游则包括代工生产商和自营品牌商，前者助力品牌快速上市，后者通过差异化产品精准触达年轻消费群体，强化品牌信任。下游销售渠道线上线下融合发展，电商平台与直播带货快速崛起，传统药店和商超则凭借专业服务保障消费者体验，推动功能性食品消费持续增长。

中国营养健康食品市场持续扩张，营养功能食品增速高于保健食品，人均营养健康食品消费支出对比美日英等发达地区差距显著，未来增长空间广阔

中国营养健康食品市场规模，以零售销售额计，2019-2029E



全球营养健康食品人均消费额，按地区，2024年



- 中国营养健康食品市场正保持稳定增长，2024年总规模达到5,223亿元，其中营养功能食品和保健食品分别为2,891亿元和2,331亿元。
- 从人均消费水平角度来看，2024年中国大陆人均营养健康食品支出为354.69元，虽已高于全球平均水平（307.39元），但与日本（1,513.47元）和美国（1,888.11元）等发达国家仍存在3至4倍以上的差距。这一对比显示出，中国在消费总量增长的同时，人均消费潜力尚未充分释放。随着居民健康意识提升、营养干预理念普及、产品形态及渠道的不断丰富，未来中国营养健康食品市场有望进一步扩容，向成熟市场水平逐步靠拢。

在人口老龄化与收入增长、电商渠道繁荣、国家政策推动、健康意识提升等多重因素驱动下，中国营养健康食品行业正迎来以科学营养、细分人群与多元场景为特征的结构性增长机遇



老龄化与经济因素推动需求增长

人口老龄化与健康需求

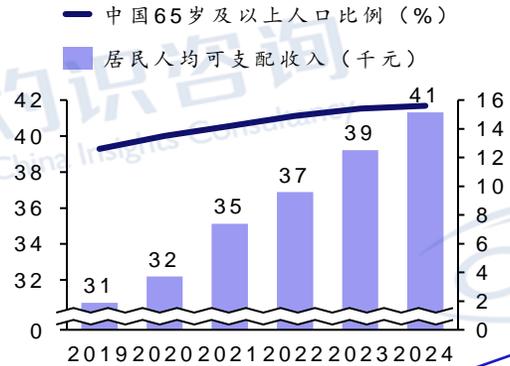
中国65岁以上人口持续增长，2024年比例达15.6%。

收入增长与消费观念转变

2019-2024年，人均可支配收入从30,733元增至41,314元。

健康素养提升与市场发展

2018-2024年，具备基本健康素养的人口比例从17.0%提升至31.9%。

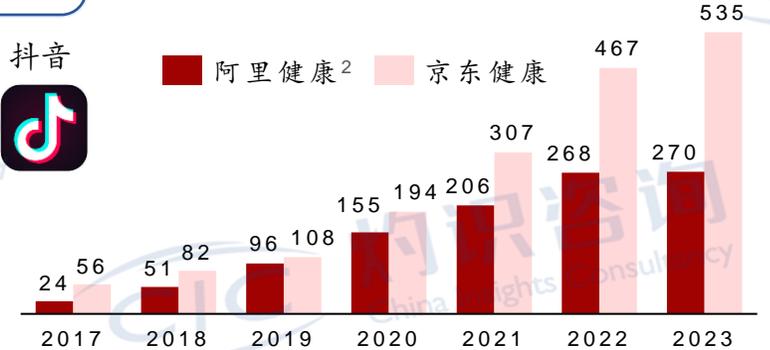


电商平台与健康渠道助力发展

线上销售渠道



国内两大健康电商平台营收¹ (亿元)



四轮驱动行业发展



法规政策推动行业转型

严格推行安全体系标准

日期	政策	内容
2025年3月	《“健康中国2030”规划纲要》	目标到2030年实现全民健康覆盖，人均预期寿命达79岁，主要健康指标进入高收入国家行列。
2025年1月	《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》	明确将人民健康置于优先发展战略地位，强调健康与经济社会的协调发展。
2019年10月	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	要求保健食品生产经营者落实质量管理和生产规范，强化食品安全标准体系。



健康意识普及与信任机制强化

吸引消费者，扩大品牌知名度



健康食品消费观念普及

健康食品市场迎来更多关注，老年人群健康意识提升，对科学营养知识接受度增强



产品定制化

针对老年人群的营养需求，企业开发适合老年人咀嚼吞咽和营养要求的保健食品、特殊医学用途配方食品等



健康素养提升

2018-2024年，具备基本健康素养的人口比例从17.0%提升至31.9%

注：1. 营收包含医疗保健、营养健康用品交易，电子平台服务，线上医疗服务和其他；2. 阿里健康自然年收入以财年代替，统计区间为4月1日起至次年3月31日止

面向以中老年群体为代表的多元营养需求，中国营养功能食品行业以原料多元化、智能配方、核心活性保持、生物制造与定制化营养为关键突破口，构建从原料应用、生产工艺到产品创新全链条的专业技术体系



创新原料与营养成分的应用

坚持创新开拓市场，优质原材料确保品质，增强核心竞争优势

原料多元化与功效拓展

大豆分离蛋白	葡萄籽提取物
乳清蛋白	益生元
维生素	抗氧化剂
膳食纤维	左旋肉碱
益生菌	白芸豆提取物

营养均衡与审批加速

生产许可 质量管理 经营许可 产品注册

- 新食品原料审批加快推动更多创新原料进入市场
- 注重营养成分复配，从营养均衡角度出发，提升产品专业性



生产工艺

重视产品安全管理，保持研发投入，建立专利壁垒

规模化生产与可持续发展

- 重组微生物生产辅酶Q10的专利技术
- 肠道健康功能食品专利
- 皮肤健康与抗氧化功能食品专利
- 免疫调节功能食品专利
- ...

智能配方设计系统

开发个性化营养方案，满足不同消费者需求



融合AI算法和大数据分析，实现精准营养配比，如维生素D3+钙等产品



进行临床验证，确保配方协同效应，提升产品科学性和专业性



技术突破与产品创新

引进和应用新的技术和工艺方法，提升产品的质量和功效，加速产品的创新周期

核心成分活性保持技术

高纯度提取 + 低温冻干工艺

生物制造技术

酶解技术 + 生物发酵工艺

定制化营养方案

基因检测 + 菌群分析

口味口感创新

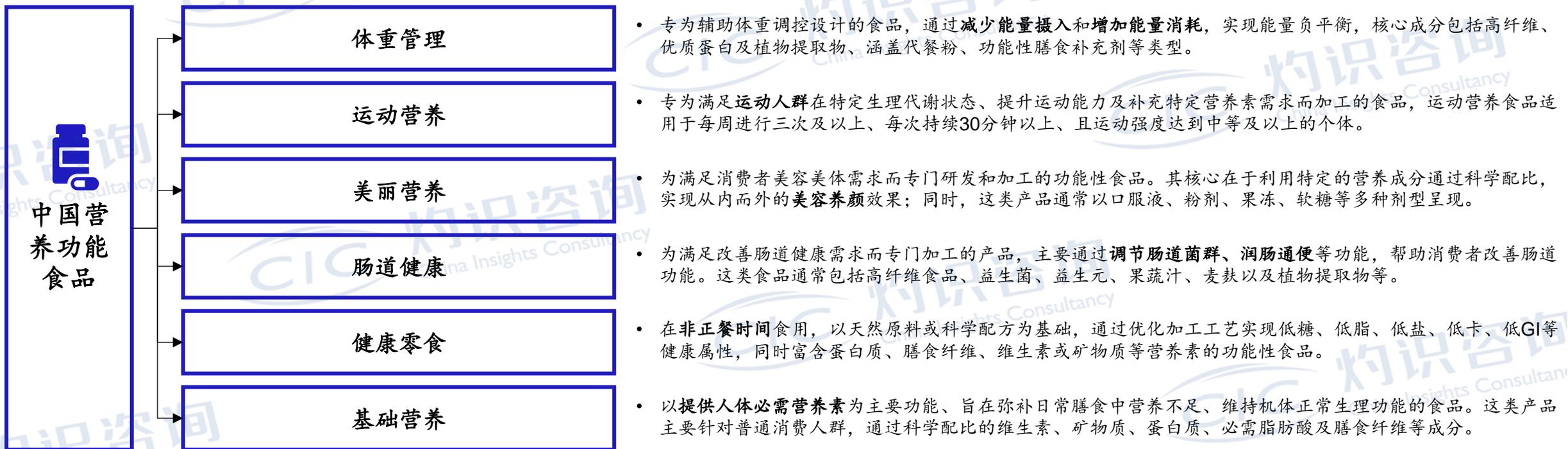
产品创新与拓展品类

- 减少零食中的油脂和热量
- 配方及工艺对营养性的影响
- 功能成分掩味
- 采用真空低温油炸、微波干燥等技术
- 调整产品的配方比例
- 采用包埋技术，如环糊精，使用风味掩蔽剂，如甜味剂、酸味剂

面向中老年多元化健康诉求，营养功能食品行业构建精细化产品和配方体系，涵盖体重管理、运动营养、美丽营养、肠道健康、健康零食与基础营养六大细分领域

中国营养功能食品行业定义

- **营养功能食品**是指以补充人体必需营养成分或实现特定生理调节作用为目标的产品，主要用于支持营养平衡、促进身体健康。这类食品不以治疗疾病为目的，而是作为日常膳食的有益补充，满足消费者在健康管理方面的功能性需求。随着大众健康意识的提升和生活品质的追求，营养功能食品正成为日常消费结构中的重要组成部分。

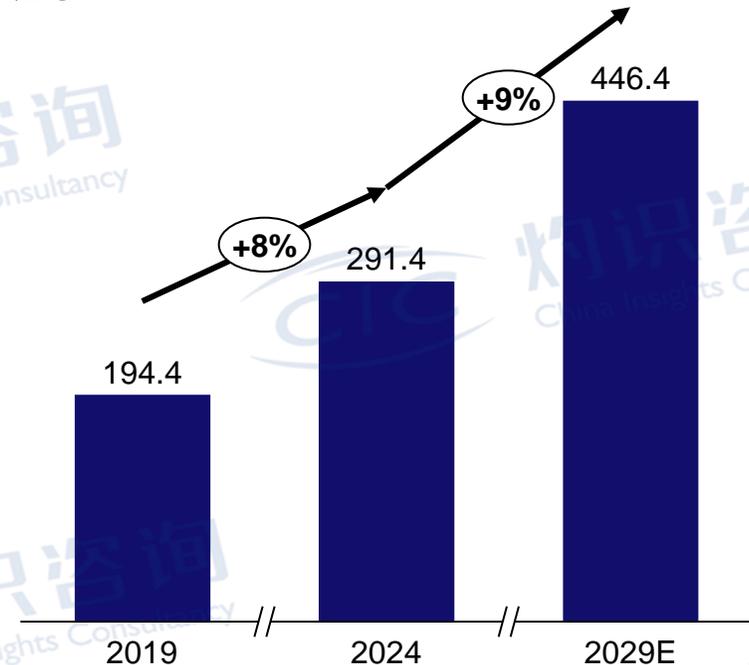


体重管理市场增长动能强劲，中老年体重管理需求上升，产品多样化与健康意识双重推动

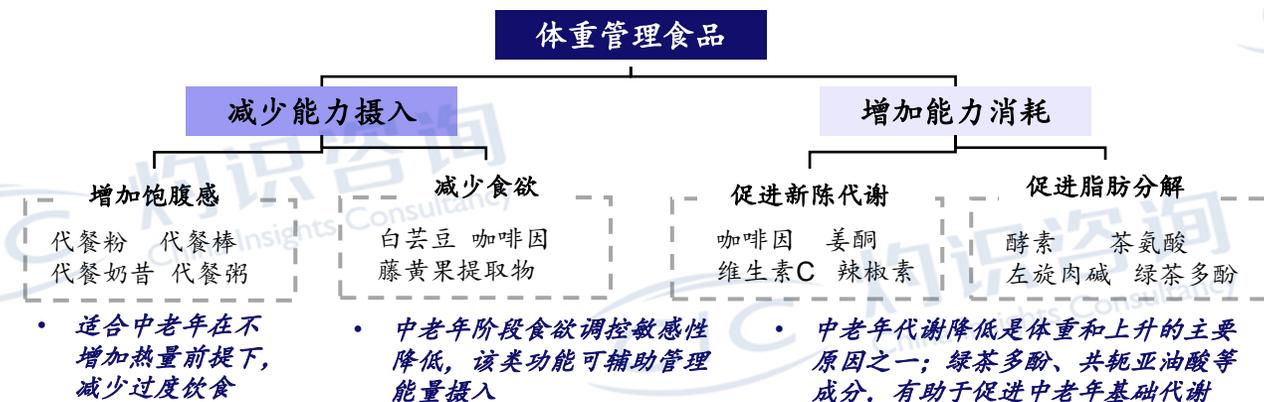
- 中国体重管理营养食品市场保持稳健增长，2024年达291.4亿元，消费者健康意识提升叠加产品创新，驱动代餐、控卡食品等品类持续放量
- 其中，中老年群体因基础代谢率降低、脂肪堆积风险上升，成为体重管理功能食品的重要增长人群

中国体重管理营养功能食品市场规模，以零售销售额计，2019-2029E

亿元



通过控制摄入与促进消耗两大机制，实现体重管理



未来趋势

产品多元化，满足细分需求

体重管理产品将朝多元化方向发展，涵盖代餐、功能性膳食补充剂、能量调控食品等。

个性化定制，提升用户体验

通过大数据和人工智能，企业将提供个性化体重管理方案，提高效果和用户满意度。

成分天然化，强调健康属性

天然、有机的成分将成为产品开发的重要方向，增强消费者信任感。

跨界合作，打造综合健康解决方案

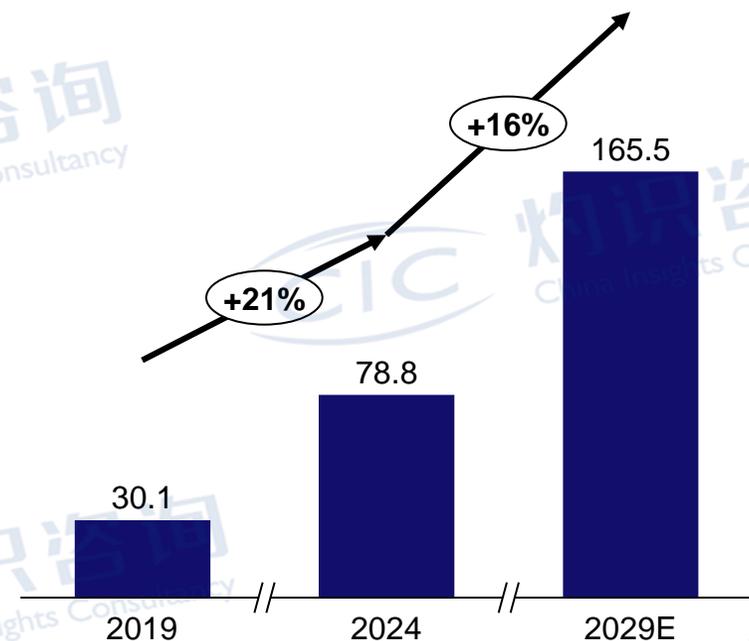
与健身、医疗等领域合作，提供涵盖饮食、运动、心理等方面的综合体重管理服务。

“吃+练”融合趋势驱动银龄健身热潮，运动营养消费快速崛起，功能细分与数字融合成未来破局关键

- 中国运动营养市场高速增长，2024年市场规模达78.8亿元，睡眠、运动、饮食成为核心健康关注点，运动营养品聚焦“吃+练”双重需求，产品渗透率持续提升
- 中老年人健康意识增强，“科学健步走”“广场舞营养搭配”等生活方式推动该群体成为运动营养新品类的重要驱动人群

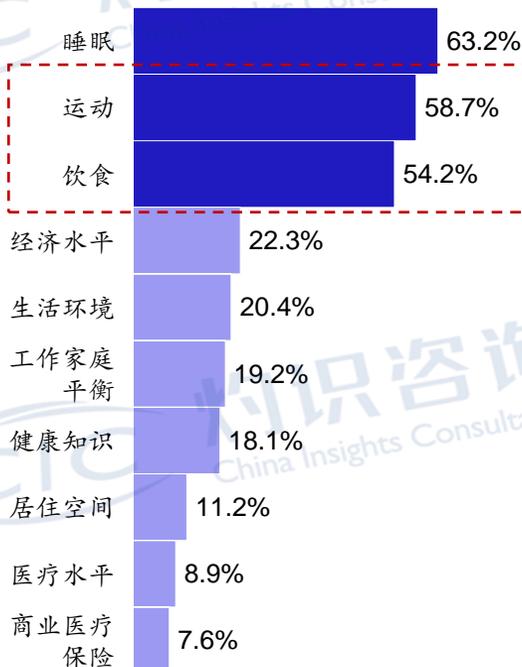
中国运动营养功能食品市场规模，以零售销售额计，2019-2029E

亿元



- 睡眠、运动和饮食被中国消费者认为是影响健康的三大核心因素，运动营养产品正是聚焦其中“运动”与“饮食”的交叉需求，满足消费者对提升健康状态的主动管理

中国消费者认为对健康产生影响的重要因素，2024年



未来趋势

◆ 功能细分化与精准配方定制化

未来运动营养产品将更加关注运动类别、运动阶段以及个体代谢特点，通过精准配方满足细分人群的差异化需求，如耐力类运动补充电解质饮料、力量训练肌酸补剂以及恢复阶段富含肽类产品等，以提升产品的竞争力。

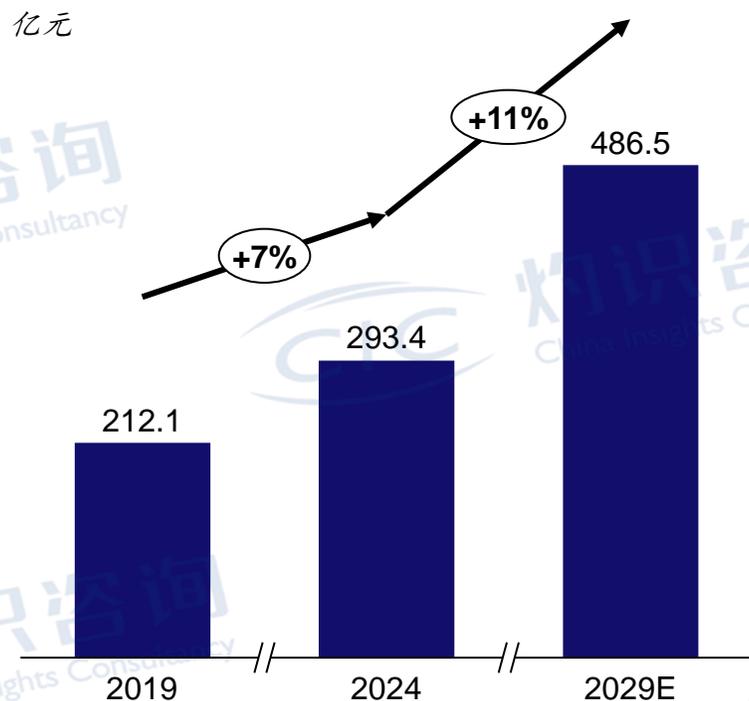
◆ 数字化服务相结合深入发展

运动营养产品将更广泛地与数字化健身平台、智能硬件如可穿戴设备联动，构建个性化运动营养方案和实时监测服务体系。这种数字化融合将增强消费者体验，提升用户粘性和品牌忠诚度，成为未来竞争的重要趋势。

美丽营养拓展抗衰与精准调理场景，银龄爱美人士成为从“颜值”走向“健康”的新增动力

- 中国美丽营养市场持续扩容，2024年市场规模293.4亿元，产品从基础护肤走向多功能调理，覆盖抗氧化、代谢调节等多重维度，适用人群不断拓展
- 其中，中老年群体对延缓衰老、提升活力、改善肌肤状态的关注显著上升，成为美丽营养功能升级的重要人群基础

中国美丽营养功能食品市场规模，以零售销售额计，2019-2029E



美丽营养市场持续扩容，正成为功能食品增长的重要引擎

分类名称	主要特征	代表成分	适用人群
结构修复型	促进皮肤基底结构重建与修复	功能性肽类、表皮生长因子(EGF)、胶原蛋白等	注重皮肤修复、改善皱纹与松弛问题的消费者
水润保湿型	改善皮肤水分平衡，形成持久保湿屏障	玻尿酸、神经酰胺、甘油等；锁水保湿、在皮肤表层形成保护膜	皮肤干燥、缺水或肤质暗沉的各年龄层消费者，干性和敏感肌人群
抗氧化防衰型	中和自由基，延缓皮肤衰老	葡萄籽提取物、维生素C衍生物、绿茶多酚、白藜芦醇等	希望延缓衰老及高压工作环境的人群
内调平衡型	通过内服调理整体健康，改善由内而外肌肤状态	益生菌、调节激素的天然成分、抗炎成分	注重内调美容、追求整体健康改善的消费者
新陈代谢促进型	促进代谢，提升皮肤活力与修复能力	B族维生素、辅酶Q10、L-肉碱等	缺乏活力、生活节奏快、压力较大的消费者

未来趋势

产品功能细分与针对性开发进一步加强

产品将进一步细分至特定美容诉求领域，如抗衰老、美白淡斑、保湿补水等，并结合新兴热门成分如神经酰胺、烟酰胺、益生菌等，满足消费者多元化的个性需求，从而提升市场竞争力。

与大健康概念融合发展趋势明显

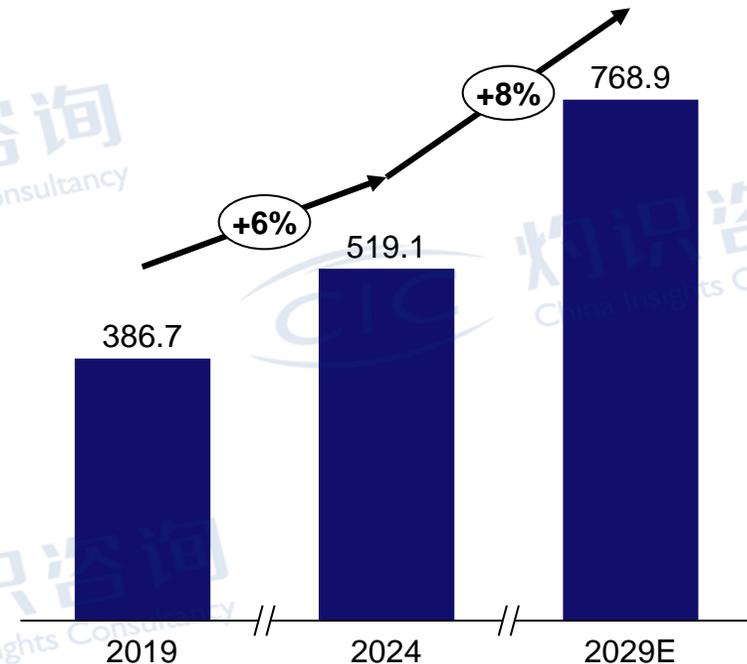
美丽营养产品将更加注重与整体健康、肠道微生态、睡眠管理、心理健康等跨领域融合，提供更加全面、深入的美容健康解决方案，进一步扩大产品市场边界。

中国肠道健康营养功能食品消费空间广阔，中老年群体是肠道功能失衡的高发人群，是益生菌、膳食纤维类产品的重点用户，对“便捷摄入、日常调理”的产品形式接受度越来越高

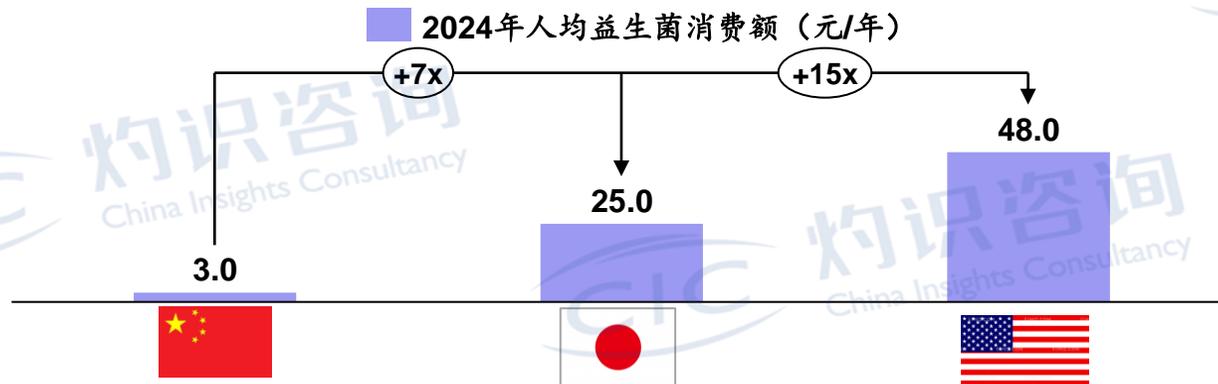
- 中国肠道健康功能食品市场稳步扩大，2024年市场规模达519.1亿元，人均益生菌消费额远低于海外，渗透率提升空间大，便携化、零食化趋势正加速产品普及
- 中老年人群因肠蠕动减缓、菌群结构退化，对膳食纤维、益生菌类产品的依赖增强，成为增长主力人群

中国肠道健康营养功能食品市场规模，以零售销售额计

亿元



- 中国人均益生菌消费远低于日本、美国
- 尤其中老年群体中的产品使用频率与场景渗透仍有较大提升空间



未来趋势

个性化与精准化产品成为市场主流

随着基因测序和肠道微生物检测技术普及，未来市场将向个性化、精准化肠道健康管理方向发展。企业将依托技术手段为消费者提供定制化的肠道健康解决方案，形成竞争差异点。

益生菌产品零食化、便捷化趋势明显

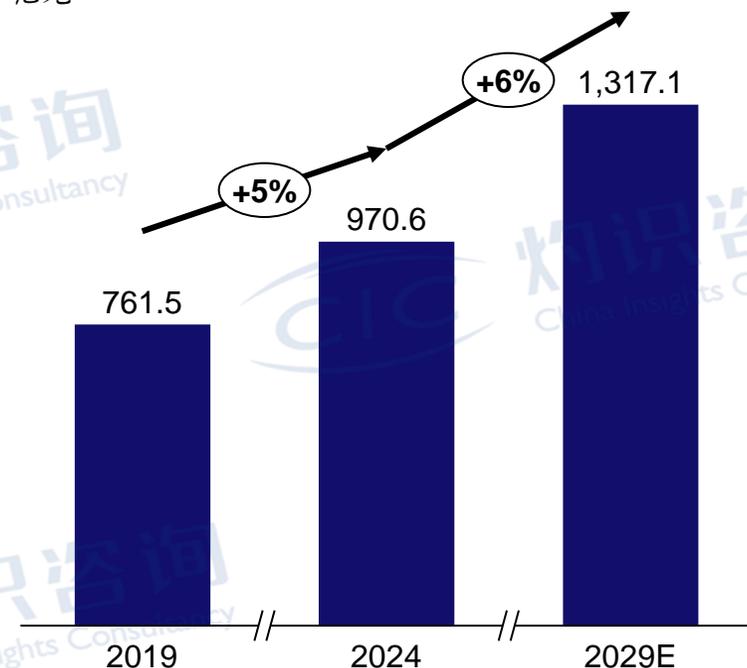
产品将逐步从传统胶囊和粉剂形式向软糖、功能饮料等便捷形式发展，以适应消费者日常便捷食用需求，扩大市场消费场景与渗透率。

健康零食向功能化与多样化演进，满足中老年碎片化场景下的控糖补钙等营养需求

- 中国健康零食市场稳健扩张，2024年已达970.6亿元，产品形态不断丰富，低糖、高蛋白、益生菌等多功能融合趋势明显，助力零食向日常营养过渡
- 中老年人群在控糖控脂、肠道调理、饱腹替餐等日常场景中，对功能型零食需求日益增长，成为推动行业精细化发展的核心人群之一

中国健康零食营养功能食品市场规模，以零售销售额计，2019-2029E

亿元



健康零食功能丰富、形态多样，满足碎片化养生需求

类别	核心功能	代表产品
营养补充型	补充膳食缺口	原味坚果、低糖酸奶
代谢调节型	稳定血糖、调节脂代谢	低GI燕麦饼干、白芸豆提取物咀嚼片
肠道健康型	改善肠道菌群平衡	益生菌酸奶、菊粉纤维棒
免疫支持型	增强免疫力	维生素C强化果干、锌强化坚果
运动营养型	促进肌肉修复与能量补充	乳清蛋白棒、电解质运动饮料



• 软糖



• 蛋白棒



• 果冻



• 饼干



• 坚果丸



未来趋势

健康零食细分市场持续深化

健康零食市场将进一步细分，如儿童、老人、运动人群的专属零食将成为企业发力方向，以精准满足差异化需求。

可持续发展与国际化趋势加强

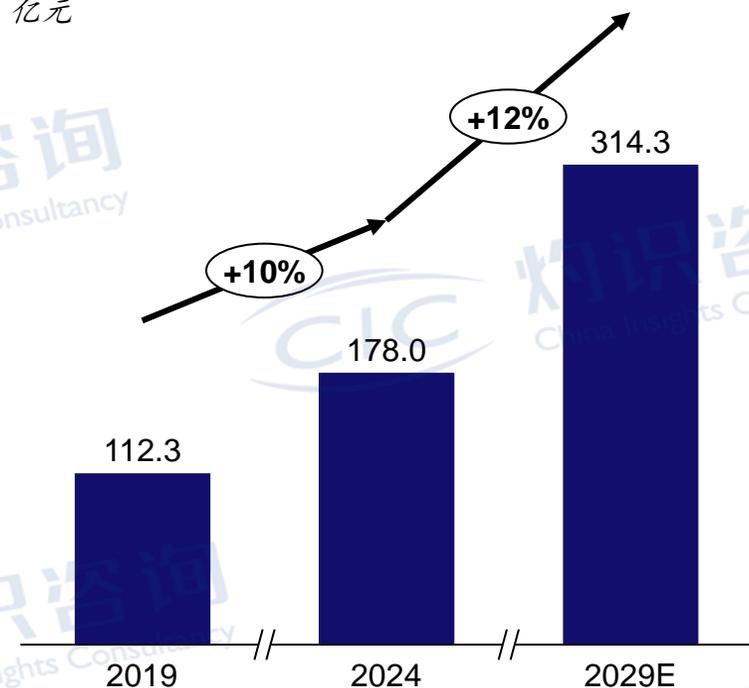
未来，健康零食市场将更加注重环保包装和可持续原料，同时企业也将加速国际市场拓展，提升全球竞争力。

从基础补充迈向个性营养，中老年群体推动基础营养走向精细化，产品从普补迈向个性化精准调理阶段

- 中国基础营养功能食品市场稳步扩容，2024年达178.0亿元。以维矿类为核心的日常营养补充品类加速普及，精准营养与多剂型创新推动场景渗透
- 中老年人群作为维矿、蛋白质、Omega-3等基础营养素的主要消费人群，对精准补充和日常调理类产品的接受度显著提升，是基础营养精细化发展的核心推动力

中国基础营养功能食品市场规模，以零售销售额计，2019-2029E

亿元



核心在于日常营养补充，而非针对特定健康目标或功能

类别	功能
➤ 维生素及矿物质补充剂	旨在补充膳食中可能存在的维生素和矿物质缺口，支持人体新陈代谢、免疫调节以及神经传导功能，确保日常生理活动的正常进行。
➤ 蛋白质及氨基酸补充剂	用于提升蛋白质摄入量，促进体内蛋白质合成，维护肌肉及其他组织的正常功能，对改善营养均衡具有重要意义。
➤ 必需脂肪酸补充剂	通过补充Omega-3、Omega-6等必需脂肪酸，帮助维持心血管健康和细胞结构完整性，确保人体对优质脂肪的需求得到满足。
➤ 膳食纤维与抗氧化产品	有助于调节肠道功能、促进消化吸收，并提供一定的抗氧化保护作用，从而延缓细胞老化、增强体内代谢能力。



未来趋势

精准营养和个性化产品将成为主流方向

基础营养产品将逐步过渡至按年龄、性别、职业、慢性病史等维度细分定制型产品，结合个体营养评估或基因检测结果进行差异化营养干预，从“基础补充”向“精准调控”转变。

多剂型与日常化消费场景拓展趋势显著

产品将不断丰富剂型，拓展至即饮液、口含片、软糖、咀嚼片等多种形态，以适应碎片化消费需求。企业还将结合具体场景开发“即食化”营养品，提升使用频次和渗透率。

国际标准导向与技术融合助推产品升级

进一步对标欧美、日本等国家的营养素推荐标准与质量监管规范，推动配方科学性和安全性进一步提升。同时，纳米包裹、靶向释放、脂溶性转化等创新生物技术有望广泛应用。



扫码关注公众号「灼识CIC」



扫码添加CIC灼识小助手

CIC灼识咨询

电话: +86 21 2356 0288

地址: 上海市静安区普济路88号静安国际中心B座10楼

如需更多信息, 请访问: www.cninsights.com

敬请致函: marketing@cninsights.com