

2026年 月度

轻食产业洞察与消费数据报告

1月版



未来轻食产业研究院

未来轻食产业研究院以“开发新趋势、拓展新渠道、链接新人脉”为目标，致力于轻食产业的纵深化探索，旗下“EBC健康轻食创新大会”为国内首个轻食产业垂类展会，汇聚院士专家、头部品牌、优质渠道、行业精英，从技术、产品、渠道、营销等多维度进行深度探讨，全面推进轻食产业在新技术、新渠道、新消费中的发展，助力行业决策者洞察未来趋势，发掘确定性增长机会。

未来轻食产业研究院联合专业数据分析机构推出轻食产业数据服务产品，未来将以“**月度报告**”的形式呈现给大家，以助力轻食品牌、渠道与行业从业者进行全面决策。



EBC健康轻食创新大会

ENERGY AWARDS食品健康配方奖

EBCENERGY BOWL

共创新生态

ENERGY AWARDS

食品健康配方奖

五大细分赛道

年度清洁配方

年度轻卡配方

年度创新配方

年度有机原料应用配方

年度营养均衡配方

奖项报名时间：2026.1.15-3.10

ENERGY BOWL

HEALTHY LIGHT FOOD INNOVATION CONFERENCE

2026健康轻食创新大会

2026.04.17-18 | 地点 Address 杭州国际博览中心 HANGZHOU INTERNATIONAL EXPO CENTER

- 奖项价值1：专注健康食品细分类目·关注配方创新
- 奖项价值2：依据《中国居民膳食指南》·符合消费需求
- 奖项价值3：100+营养师评审·创造市场信任



(扫码咨询报名事项)

- 品牌获得1：权威·多平台媒体曝光（央级+行业）
- 品牌获得2：采销对接·食品行业社群全面曝光
- 品牌获得3：展会C位曝光·核心荣誉展示

EBCENERGY BOWL

共创新生态

ENERGY AWARDS

食品健康配方奖

百大营养师评审团

评委会主席

王兴国

中国营养学会
科普工作委员会委员
新浪微博
百万粉丝营养健康大V

ENERGY AWARDS

王兴国

评委会主席

APRIL 17/18 2026 | 地点 Address 杭州国际博览中心 HANGZHOU INTERNATIONAL EXPO CENTER

ENERGY BOWL

2026健康轻食创新大会

EBCENERGY BOWL

共创新生态

ENERGY AWARDS

食品健康配方奖

百大营养师评审团

评委会主席

王兴国

中国营养学会
科普工作委员会委员
新浪微博
百万粉丝营养健康大V

ENERGY AWARDS

王兴国

评委会主席

APRIL 17/18 2026 | 地点 Address 杭州国际博览中心 HANGZHOU INTERNATIONAL EXPO CENTER

ENERGY BOWL

2026健康轻食创新大会

CONTENTS

目 录

01 行业资讯

02 行业新品

03 销售数据

04 一期一品

01

2026年1月 行业资讯

国内资讯

- 1月5日，为进一步规范乳制品生产许可工作，强化乳制品质量安全监管，市场监管总局就《**乳制品生产许可审查细则（征求意见稿）**》公开征求意见，在《企业生产乳制品许可条件审查细则（2010）版》的基础上，对现行细则中产品分类、生产场所、设备设施等进行修订完善。
- 1月15日，市场监管总局会同国家卫生健康委、国家中医药管理局发布《**允许保健食品声称的保健功能目录有助于维持骨关节健康**》，这是自《保健食品新功能及产品技术评价实施细则（试行）》发布后第一个拟纳入保健功能目录的新功能，**标志着我国保健食品产业发展进入新阶段**。
- 1月22日，为切实维护消费者合法权益，促进产业高质量发展，国务院食安办组织国家卫生健康委、市场监管总局等部门起草了《**食品安全国家标准预制菜**》**《预制菜术语和分类》草案**；会同市场监管总局、商务部等部门起草了关于推广餐饮环节菜品加工制作方式自主明示的公告，将于近日向社会公开征求意见。下一步，相关部门将在充分吸纳各方意见建议的基础上，进一步修改完善，按程序发布。
- 1月27日，市场监管总局就《**蔬菜制品生产许可审查细则（征求意见稿）**》向社会公开征求意见。《细则（征求意见稿）》主要修订了4个方面内容：一是**完善许可范围**；二是**强化卫生管理**；三是**严格风险管控**；四是**健全食品安全管理制度**。



1.1

国内资讯



- 1月22日，认养一头牛披露数据显示，**2025年营收已突破70亿元**，较2024年营收增长40%。截止目前，品牌拥有10座奶牛牧场、4座肉牛牧场、奶牛存栏超10万头、肉牛存栏超3万头，**奶源自给率稳定在95%以上**，累计服务超过6000万购买用户及3800万会员。
- 1月21日，立高食品发布业绩预告，公司预计**2025年归母净利润3.11亿元—3.31亿元，同比增长16.06%—23.52%**。报告期内，公司核心商超、餐饮连锁、海外等渠道销售规模同比增长，其中2025年度**海外市场销售额破亿**。
- 1月22日，**POP BAKERY**入驻小红书。POP BAKERY是**泡泡玛特旗下独立甜品品牌**，拥有星星人、SKULLPANDA冰激凌，DIMOO、LABUBU黄油曲奇，MOLLY巧克力等多款产品。目前，POP BAKERY**快闪店**已在北京、上海、成都、沈阳、哈尔滨落地。
- 1月22日，**功能性饮料巨头百龙创园**发布业绩快报，2025年公司预计营业收入13.79亿元，同比增长19.75%；**预计实现利润总额人民币4.32亿元**，比上年**同期增长51.29%**；预计实现归母净利润3.66亿元，同比增长48.94%。
- 1月23日，**喜茶**通过“年度小事记”披露了出海成果。据介绍，2025年，喜茶已在海外32个城市开出100多家门店，成为**全球门店分布范围最广的新茶饮品牌**。
- 1月28日，中国最大的**休闲食品饮料连锁零售商鸣鸣很忙**正式在香港联合交易所主板挂牌上市，旗下拥有**“零食很忙”“赵一鸣零食”**两大品牌，**是中国食品饮料量贩模式的引领者**。

1.2

国外资讯

01

1月1日，**加拿大卫生部**的正面营养标签新规正式生效。这份由加拿大政府主导的政策明确，预包装食品如果糖、钠或饱和脂肪任一超标，必须在包装正面显著标注“High in”（高糖 / 高盐 / 高饱和脂肪）警示标签，标准为一般食品超过每日建议摄入量 15%、小零食 10%、主食 30% 即需贴标。

02

1月7日，**美国政府**发布《**2025-2030膳食指南**》，标志着美国联邦营养政策出现多年来最大幅度的调整。这份由美国卫生与公共服务部与农业部联合制定的新指南，**强调“吃真正的食物”（eat real food）、大幅鼓励高蛋白、健康脂肪摄入，同时明确反对添加糖和高度加工食品**。由于其中包括对红肉、全脂乳制品和黄油等传统饱和脂肪来源的支持，以及对果汁等饮料的限制建议，该指南一经发布便引发了广泛争议。

03

1月16日，**日本厚生劳动省**发布 235110027 号提案，拟修订食品和食品添加剂规格标准，本次修订主要包括两方面内容：一是规定食品添加剂乳酸锌的允许使用范围为“病患用食品”和“综合营养食品”；二是将亚硫酸盐类食品添加剂的使用范围扩大到清凉饮料水产品（特指不含酒精并添加了果汁的产品），并规定最大使用限量为 0.35g/kg（以二氧化硫计）。

04

1月23日，**美国食品药品监督管理局(FDA)**发布了人类食品项目2026年优先工作重点(Human Foods Program 2026 Priority Deliverables)。该文件明确了FDA在2026年的监管核心将围绕**加强食品化学品安全、通过改善营养减少慢性病以及强化微生物食品安全**三大支柱展开。

1.2

国外资讯

- ❑ **日本便利店巨头罗森**发布了2025财年前三季度(2025年3月至11月)业绩报告。报告期内,公司实现营业收入9278亿日元(约合411.0亿元人民币),同比增长6.7%;营业利润904亿日元(约合40.0亿元人民币),同比增长9.1%;归属于母公司股东的净利润558亿日元(约合24.7亿元人民币),同比增长6.3%。
- ❑ **沃尔玛**宣布计划在未来一年内与Alphabet旗下的无人机运营商Wing合作,新增150家门店提供无人机送货服务。沃尔玛的目标是在2027年底前,在全美超过270家门店推出这一服务。
- ❑ **达能**宣布将投资400万美元(合人民币2787.53万元)扩建其位于美国德克萨斯州的酸奶生产基地。这项计划旨在应对GLP-1减重药物使用者对高蛋白乳制品激增的需求,预计今年9月完成产能升级。
- ❑ **日本连锁意式餐饮品牌萨莉亚**发布2026财年第一季度(2025年9月至11月)财报,报告期内,公司整体实现销售额702亿日元,同比增长15%;营业利润增长19%,达到46亿日元。经调整后的净利润同比增长16%至30亿日元,为近两年来同期最高水平。
- ❑ **美国冰激凌品牌DQ**公布全年财务业绩,2025年全年单店销售额同比、品牌营收及品牌利润均超过双位数的增长。截至2025年12月,DQ在华门店数已达1,800多家,其中250多家为宠物友好门店,200家提供宵夜服务,稳居中国冰淇淋连锁餐厅第一品牌。



02

2026年1月 行业新品追踪

2.1

国内新品

中式快餐

- ★ **伊利研漾 × 京东健康--牛乳燕麦燕窝粥**：每碗添加400mg印尼可溯源燕窝，搭配牛乳与谷物，经炖煮工艺制成，口感鲜嫩糯弹，采用小碗规格包装方便即食，适合礼赠、早餐、加餐等场景。
- ★ **美好 × 山姆--潮卤鹅三宝**：内含脱骨鹅掌、鹅翅中与鹅胗三种，新品选用70天大鹅，卤汤以12味天然香辛料与6种肉料6小时慢熬制成，采用三浸三晾潮卤工艺，蛋白质含量为20.5-31.0g/100g。
- ★ **正大--札幌风味味噌拉面**：醇厚猪骨打底，融入清鲜鸡汤，精选中卷粗面，快手省事，8分钟即享美食。
- ★ **千味央厨--马上抱福卡通包**：纯牛奶和面，天然蔬菜粉，纯牛奶添加 $\geq 8.5\%$ ，0色素、0香精、0食用盐、0防腐剂、0反式脂肪酸。
- ★ **潮汕李老二--鱼皮虾滑卷**：90%虾仁入馅，纯手工制作，甄选南美白对虾，口感鲜甜。现打鱼皮，鲜海鱼肉打浆制皮，耐煮不破。优选高山贡菜，鲜嫩脆爽。



2.1

国内新品

饮品

- ★ **元气森林--最囍记苹果山楂汁**：添加山楂浆、浓缩山楂汁、苹果浆、浓缩苹果汁，其中山楂浆由植物乳植杆菌、副干酪乳酪杆菌、嗜酸乳杆菌三种益生菌联合发酵。
- ★ **风行乳业--姜葱白切鸡风味牛奶**：经典粤式风味，带有葱姜风味与鸡汁感，生牛乳含量 $\geq 80\%$ ，成为开年首个现象级网红食品。
- ★ **盒马--低糖牛磺酸风味饮料**：每罐牛磺酸含量大于180mg，并添加维生素B6与维生素B12，入口酸甜清爽，适宜户外运动、长途驾驶、郊游、工作等场景。
- ★ **盼盼--NFC100% 胡萝卜汁**：甄选与中国农业科学院专家团队联合研发的“禧红202”国产胡萝卜品种，采用NFC工艺，每瓶 β 胡萝卜素含量 ≥ 11800 微克。
- ★ **柠檬共和国×天猫超市--云顶柠檬**：添加NFC柠檬原汁、柠檬果肉与一整片安岳黄柠檬，果汁含量 $\geq 10\%$ ，口感酸甜清爽，适宜佐餐、运动、礼赠等场景。
- ★ **盒马--小米饮**：选用北纬36°沁州黄小米，配料干净，口感层次丰富，米香醇厚，顺滑不黏腻，适宜早餐、休息、礼赠、户外等场景。



2.1

国内新品

甜品点心

- ★ **朝日唯品--玫瑰红曲酒酿乳**：采用真实玫瑰与缸鸭狗古法红曲酒酿，添加糯米与乳酪，口感丝滑，适宜佐餐、下午茶场景。
- ★ **北京稻香村--伯爵红茶板栗酥**：在传统糕点基础上创新，加入大颗板栗仁、白兰地和伯爵红茶，有淡淡的酒香、红茶香和板栗香，甜度较低，口感丰富。
- ★ **义利--山药黑芝麻面包、茯苓薏仁面包**：与中国中医科学院西苑医院联合研发，其中「山药黑芝麻面包」添加 $\geq 0.9\%$ 的山药粉和 $\geq 3.9\%$ 的黑芝麻仁，富含蛋白质、钙、铁等营养成分，口感层次丰富，麦香醇厚；「茯苓薏仁面包」添加 $\geq 0.6\%$ 的茯苓粉和 $\geq 0.6\%$ 的薏苡仁粉，口感细腻绵密。
- ★ **满记甜品--鸿运马蹄大满贯、黑芝麻炖奶**：大满贯添加广西贺州马蹄、桂林木薯、桃胶、红豆和奶麻薯；黑芝麻炖奶添加的芝麻糊由传统石磨工艺的芝麻酱制作。
- ★ **三只松鼠旗下东方颜究生--一整根人参银耳羹**：选用长白山人参与鲜银耳，搭配红枣、鹰嘴豆、枸杞、莲子等食材炖煮，配方干净轻盈，口感纯正浓郁。



2.1

国内新品

休闲零食

- ★ **ffit8--蛋白威化饼干**：高配蛋白加持，不含白砂糖、代可可脂、色素等添加成分，好吃抗饿，低热量轻负担，有黑巧克力、海盐芝士、柠檬三种风味。
- ★ **盒马--高蛋白质黑巧克力脆**：添加百乐嘉利宝57%黑巧克力，每片轻脆细腻，咀嚼迸发纯正可可浓香；点缀扁桃仁，提升口感层次。
- ★ **叮咚买菜旗下叮咚V5--蒙古奶嚼口酸奶酪**：采用内蒙草原生牛乳和菌种，经传统工艺低温慢发酵制成，质地细滑奶香醇厚，可搭配配套独立包装的炒米、白糖食用。

ffit8[®]
好吃轻负担 蛋白威化饼干
20%NRV高蛋白 | 0额外添加蔗糖 | 平均热量约48kcal/块



主食品类

- ★ **标点--麻辣火锅风味花卷**：老面工艺发酵面皮，蓬松暄软。多层卷制的工艺，通过速冻锁鲜牢牢锁住风味与营养。
- ★ **金龙鱼--简糖低GI大米**：GI值 ≤ 55 ，凭借低升糖的特性实现缓慢消化，既能带来持久饱腹感，又能为身体减轻负担，轻松实现主食升级。
- ★ **白象--贝多分营养小面**：面体特别添加6种营养素，搭配6小时慢熬高汤，相较旗下相同口味的普通产品减盐约30%—36%。



2.1

国内新品

轻食产品

- ★ **蒙牛--轻食酸奶碗**：添加黄桃、秋葵与蜂蜜燕麦，搭配减糖25%的浓稠酸奶，每份约282kcal，口感丰富。
- ★ **山姆--低GI阳光玫瑰葡萄干**：鲜果直烘，配料表只有阳光玫瑰葡萄，嚼得到果肉的真实质感，低GI认证，香甜美味，老少皆宜。
- ★ **新希望活润 --轻食杯**：添加B420菌株与透明质酸钠晶，形成其自研3D包埋技术球，并含红心苹果、红石榴两种水果果粒以及荞麦爆爆珠，口感丰富，适合早餐、户外和追剧等场景。
- ★ **慢教授--慢糖新西兰风干牛肉**：通过权威机构 0 糖测试，不含蔗糖、麦芽糖、乳糖，真正实现 0 糖，控糖人群可放心食用；同时采用外干里润的工艺，好吃不塞牙，完美解决了传统牛肉干的口感痛点。
- ★ **空刻--高蛋白自律鸡排**：严选全程可溯源的好原料，获CTi无抗认证，0抗生素0激素0防腐剂0色素，拒绝碎肉拼接，是优质的蛋白补充来源。



2.2

国外新品

饮品类

- ★ **Beyond Meat--Beyond Immerse**: 以植物蛋白为主要成分，提供10克和20克两种蛋白质含量选择，并添加抗氧化剂和电解质，每罐含7克膳食纤维。
- ★ **达能Alpro--Alpro Meal To Go植物基代餐饮料**: 由大豆和燕麦混合制成，每瓶中含有20克植物蛋白。目前已在德国、法国等国上市，售价为3.99欧元，约33元。
- ★ **Arden's Garden--海藻能量健康饮弹**: 以果汁和圣卢西亚海藻提取的凝胶为基底，融合了菠萝、百香果与柠檬等热带风味。每份仅含40卡路里，添加绿茶成分，能提供106毫克咖啡因。旨在为消费者提供持续的能量补给与益肠营养。
- ★ **Toby & Co.--The Green One**: 添加绿茶提取物、L-茶氨酸及多种促智成分，主打补水、提升专注力的功效。定位为零糖/低糖品类中的功能性植物草本替代品。
- ★ **Laird Superfood--Protein Coffee**: 将快速吸收的乳清蛋白与消化较慢的牛奶蛋白混合，每份5.3盎司含10克蛋白质，提供九种必需氨基酸，助力肌肉恢复、持续能量和饱腹感。还添加狮鬃菇，以支持认知和注意力。



2.2

国外新品

休闲零食

- ★ **不二家--叶黄素酯软糖**：添加叶黄素酯与玉米黄质，采用5:1黄金比例，护眼更健康；上下双层口感，上层Q弹软糖，下层棉花糖口感，带来独特味蕾体验；表面覆盖细密赤藓糖醇，实现0能量摄入，轻松无负担，拉链袋设计更便携。
- ★ **Juicy Marbles--全新鲜味汉堡**：采用“健康”的食材，包括藜麦、亚麻、味噌、发酵麴大麦和面筋。一块100克肉饼含有22克植物蛋白、5克脂肪和179千卡。
- ★ **Lentil Telepathy--脆烤扁豆**：无油、无麸质、非转基因认证、犹太洁食认证，仅100卡路里且100%植物基，是一款天然富含蛋白质和纤维的超级食物零食。
- ★ **Nature's Path--无麸质草莓芝士蛋糕格兰诺拉麦片**：将草莓的甜味与芝士蛋糕的酸甜浓郁结合，每份含有14克全谷物，将放纵与营养价值完美结合。
- ★ **La Vie--纯素萨拉米条**：由小麦、植物蛋白、天然香料和水果香料制成，配方简单，不含人工色素、香料、防腐剂和硝酸盐，同时富含蛋白质，提供纤维来源。

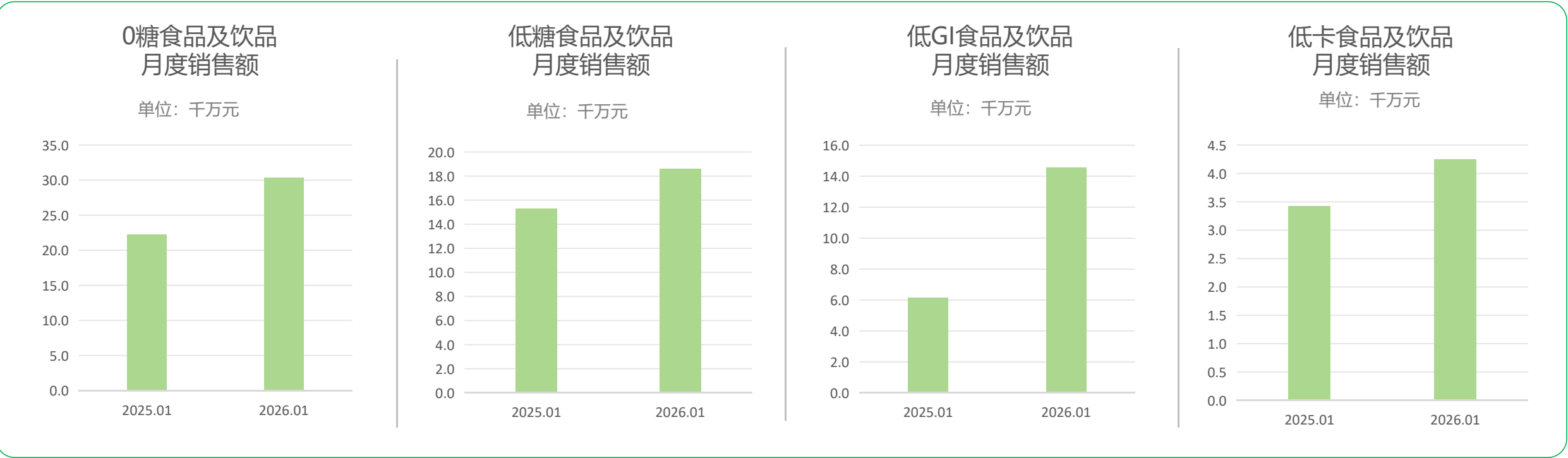


03

2026年1月 市场销售数据

3.1

重点品类销售数据



总体来看，国内市场中，2026 年 1 月 0 糖、低糖、低 GI 及低卡食品和饮品销售额，较 2025 年同期均实现明显增长，其中低 GI 品类增速最为突出。这一态势充分体现了消费者健康饮食需求的持续升级，对低负担、控糖类产品的青睐度不断提高，也彰显出国内轻食市场强劲的发展韧性与广阔前景。

数据来源：魔镜洞察，不完全统计，主要统计渠道：主流电商平台，时间：2026年1月

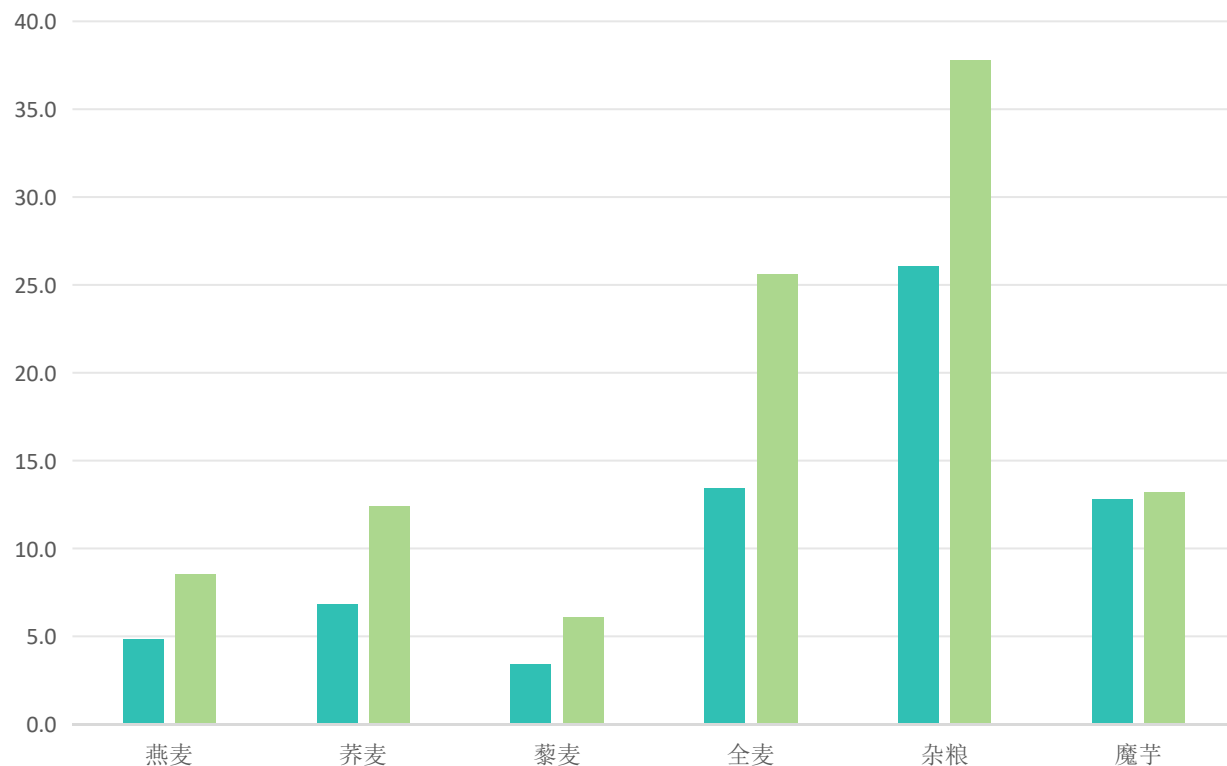
3.1

重点品类销售数据

健康杂粮食品月度销售额

单位：千万元

■ 2025.01 ■ 2026.01



2026年1月销售额与2025年1月销售额相比：

1

2026年1月，杂粮、全麦、魔芋、荞麦等健康主食销售额均实现增长，其中杂粮销售额表现最优，品类间呈现明显的增长差异。

2

消费者对杂粮、全麦等健康主食的接受度与购买力持续提升，魔芋、荞麦等低GI、高纤品类增长稳定，“控糖、控卡、高纤”的健康饮食需求正成为主流。

3

健康主食赛道呈现出显著的头部效应，认知度高的品类占据了市场主导地位，而藜麦等相对小众的品类仍有较大的增长空间。

数据来源：魔镜洞察，不完全统计，主要统计渠道：主流电商平台，时间：2026年1月

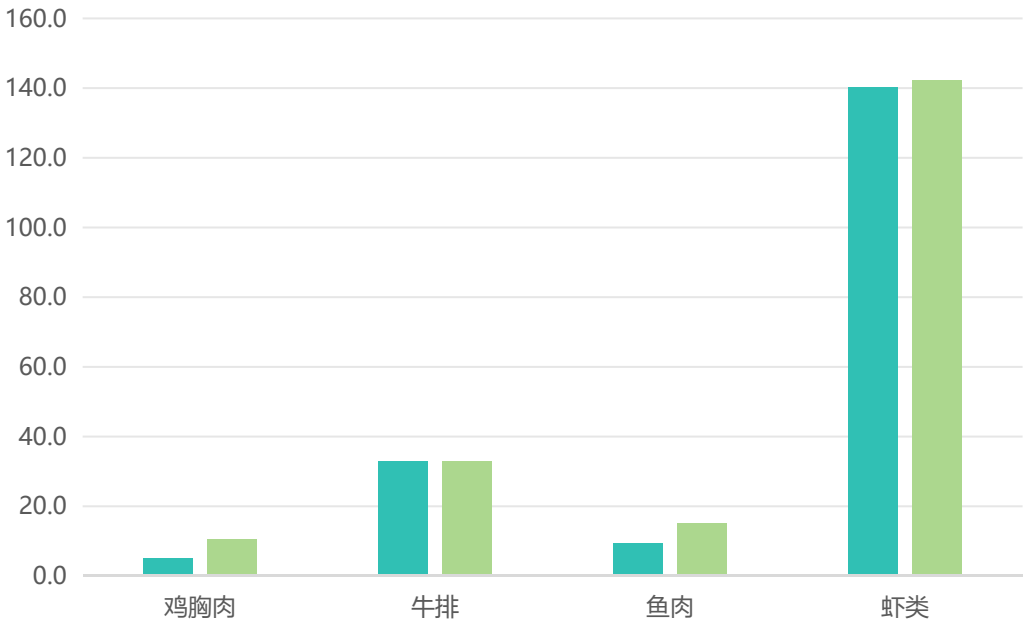
3.1

重点品类销售数据

肉类轻食食品月度销售额

单位：千万元

2025.01 2026.01



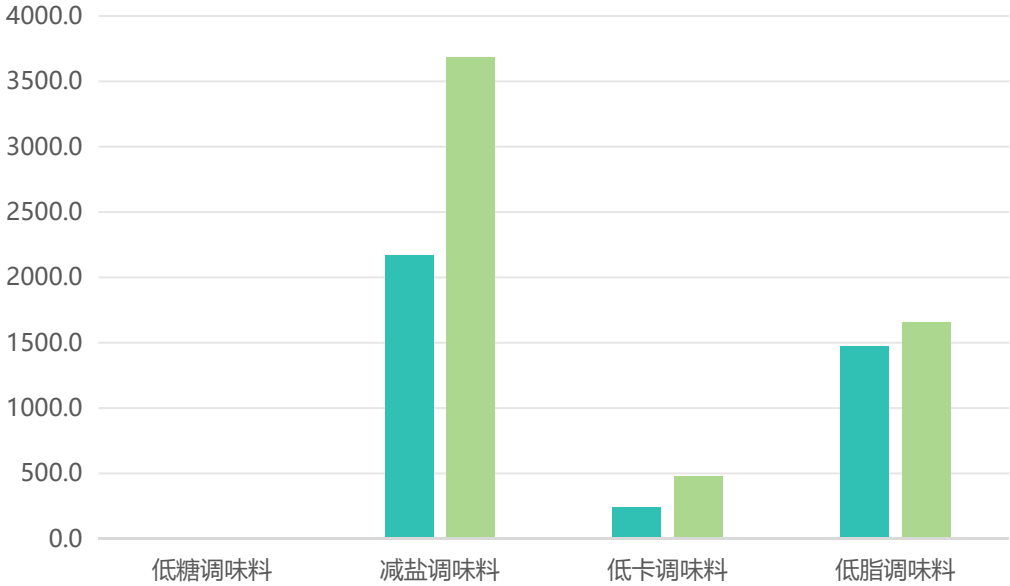
2026年1月销售额与2025年1月销售额相比：

- ❑ 虾类、鸡胸肉、鱼肉销售额均有增长，牛排略有回落，虾类表现最为突出。
- ❑ 各品类表现分化明显，整体呈现出差异化的市场格局。

健康调味品月度销售额

单位：万元

2025.01 2026.01



2026年1月销售额与2025年1月销售额相比：

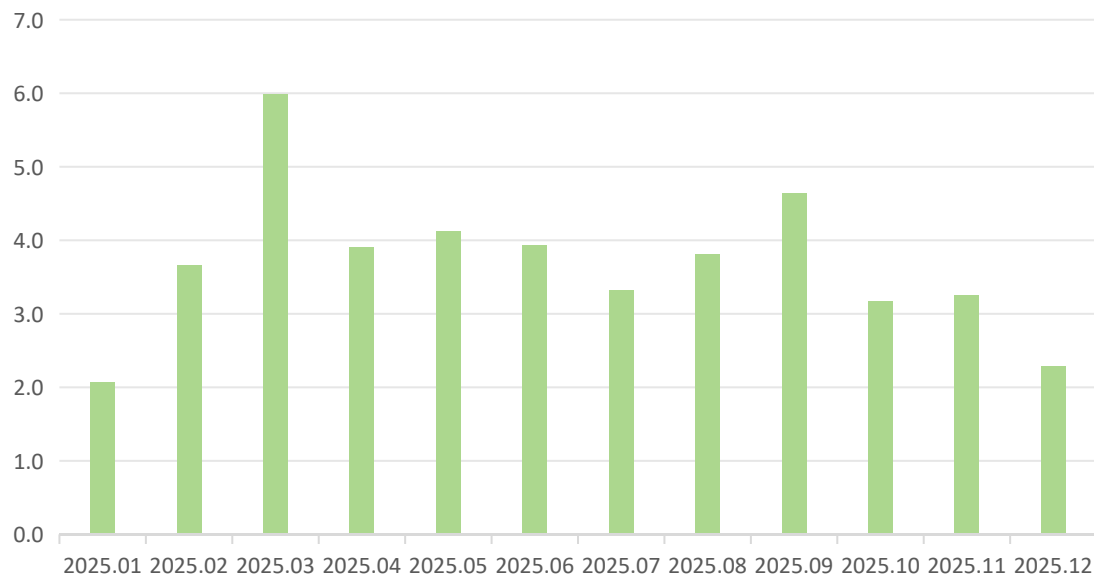
- ❑ 减盐、低脂、低卡等健康调味品销售额均实现增长，其中减盐调味品表现最为突出。
- ❑ 消费者健康饮食意识提升，对减盐、轻负担调味品的需求更为强烈。

3.1

重点品类销售数据

蛋白棒2025年1-12月月度销售额

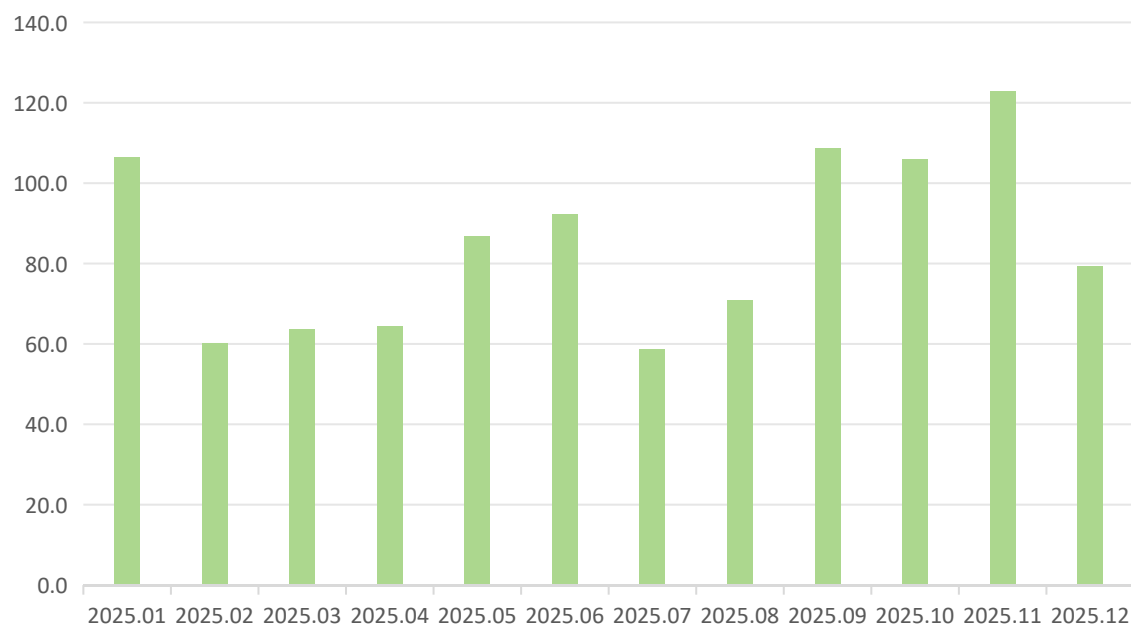
单位：千万元



- ❑ 2025 年蛋白棒月度销售额呈波动变化，3 月达到全年峰值，1 月和 12 月处于低位。
- ❑ 上半年整体销售表现相对强劲，下半年有所回落，全年呈现阶段性差异。

食用油2025年1-12月月度销售额

单位：千万元



- ❑ 2025 年食用油月度销售额呈现显著波动，11 月达到全年峰值，2 月与 7 月为全年低点。
- ❑ 全年呈“年初冲高—年中回落—年末反弹”走势，下半年持续攀升。

3.2

重点品类分析

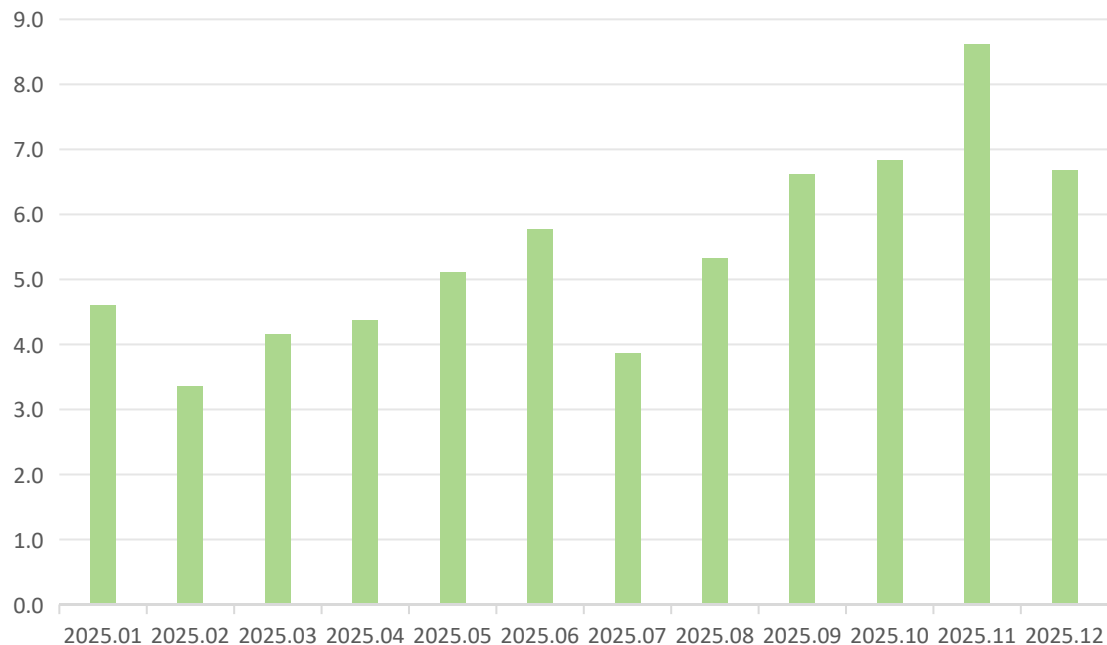
亚麻籽油市场呈现出**消费需求集中化与产品认知标签化**的双重特征：从词云图来看，“**亚麻籽**”“**冷榨**”“**有机**”“**高亚麻酸**”等关键词占据核心位置，表明消费者对亚麻籽油的认知高度**聚焦于原料、工艺与健康功效**，同时“**辅食油**”“**炒菜**”等场景词也体现了其多元用途；从月度销售图来看，2025 年亚麻籽油销售额波动明显，11 月达到全年峰值，下半年整体表现优于上半年，**市场仍处于成长培育期**。

亚麻籽油2025年标题词云图



亚麻籽油2025年1-12月月度销售额

单位：千万元



数据来源：魔镜洞察，不完全统计，主要统计渠道：主流电商平台，时间：2025年1-12月

3.2

重点品类分析

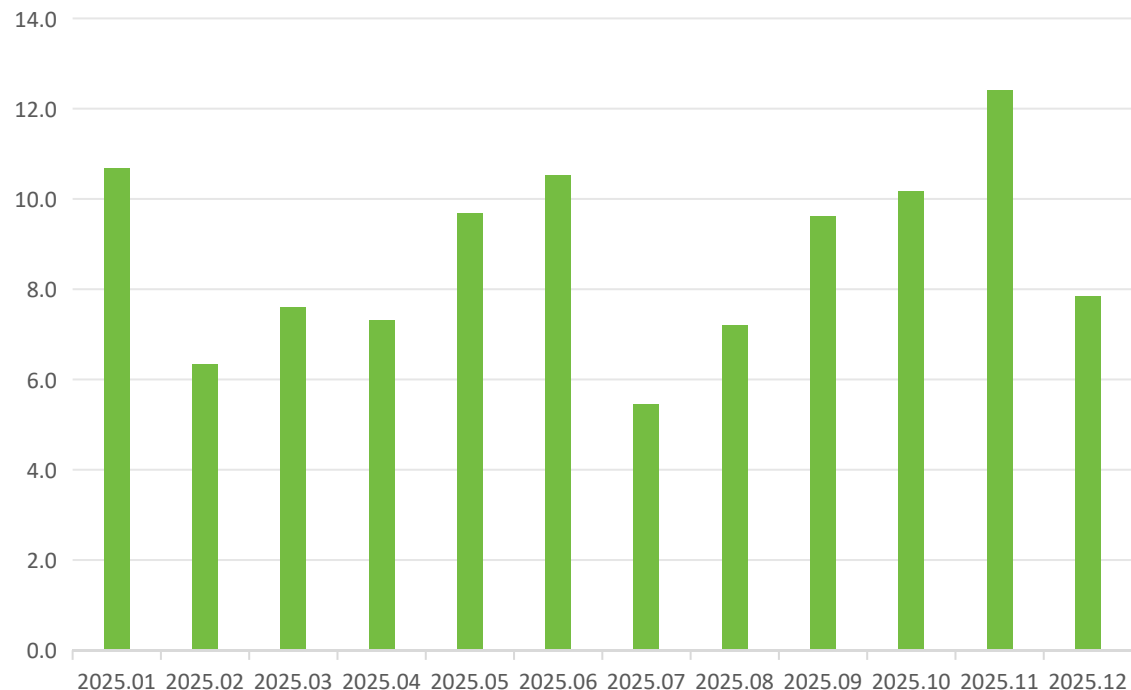
橄榄油市场呈现出**高端健康属性突出与消费需求波动**明显的特点：从词云图来看，“**特级初榨**”“**冷榨**”“**有机**”等关键词占据核心位置，表明消费者对橄榄油的认知高度**聚焦于品质与健康价值**，同时“**凉拌**”“**西餐**”等场景词也体现了其**高端健康油**品的定位；从月度销售图来看，2025 年橄榄油销售额整体波动较大，部分月份表现突出，部分月份相对低迷，反映出市场需求受消费场景与推广节奏影响较大，**整体仍处于稳步发展阶段**。

橄榄油2025年标题词云图



橄榄油2025年1-12月月度销售额

单位：千万元



数据来源：魔镜洞察，不完全统计，主要统计渠道：主流电商平台，时间：2025年1-12月

04

一期一品
甘油二酯油

4.1 甘油二酯油的定义与发展

甘油二酯油：一种新食品原料，其中**甘油二酯含量≥40%、甘油三酯含量≤58%**，推荐每日食用量≤30g，适用范围不包括婴幼儿食品。甘油二酯也称作二酰甘油，是一个羟基取代了甘油三酯的一个脂肪酸，从而形成的结构脂质。

- **海外起步**（20 世纪 90 年代 - 21 世纪初）：1999 年日本花王推出相关产品并获**特定保健用食品认证**，2000 年美国 FDA 认定安全，2004-2005年澳新、欧盟批准其作为新食品投放市场。
- **国内准入**（2009 年）：2009 年中国卫生部将其列为**新资源食品（现称“新食品原料”）**，2019 年国内首条全酶法生产线投产，2020 年**首批产品上市**，2022年新食品原料专家委员会认定与2009年公告实质等同，作为食品原料使用时，应参照已公告的甘油二酯油管理规定执行。
- **市场爆发**（2023年-至今）：2023-2025 年**善百年、益海嘉里、长寿花**等头部企业加速布局，2024 年市场规模达 179.77 亿元，产品**从高端保健品走向大众厨房**。

维度	甘油二酯油	普通油类
核心成分	核心为甘油二酯（甘油二酯），含量≥40%，需人工工艺转化制备	核心为甘油三酯（TAG），含量93%-98%，简单压榨精炼即可得到
代谢方式	直接经肝脏代谢，减少脂肪合成	需要先分解成甘油和脂肪酸再代谢
产品定位	功能性食用油，主打减脂、控脂	日常基础烹饪油，无特殊功能
血脂影响	有助于降低甘油三酯水平	过量摄入可能升高血脂

4.2

甘油二酯油市场规模与需求

📊 市场规模

国内市场表现

- 市场规模：**179.77 亿元 (2024)**
- 发展特征：**需求升温、政策鼓励、渠道加速**
- 发展前景：2026年1月，由国家粮食和物资储备局委托、永华特医牵头的《甘油二酯食用植物油》**行业标准研制工作已正式启动**，行业逐步规范发展

全球市场预测 (QYResearch)

全球健康消费升级，**市场稳步扩容**

- 2024年全球食品级甘油二酯市场规模约为**7.68亿美元**
- 2031年达到**13.96 亿美元**，2025 - 2031年复合增长率为 **8.9%**



四大核心需求驱动因素



国民健康刚需

《中国血脂管理指南》显示，我国血脂异常人数超4亿。甘油二酯油 **“少囤脂、促代谢”** 的优势精准契合健康需求。



国家政策护航

2009年获批新食品原料，2021年明确质量标准，获国家卫健委认可，在 **“健康中国 2030”** 战略引领下，相关部门将推动技术突破与标准建设，提供政策保障。



行业升级必然

传统食用油市场增长已接近饱和，整个油脂行业正面临**结构性升级**的关键节点，亟需寻找新的增长动力和突破口。



技术+市场双支撑

国产生物酶**技术打破垄断**，科研功效验证叠加金龙鱼等巨头及多个**新兴品牌入局**，推动行业规模化发展。

4.3

国内甘油二酯油发展概况

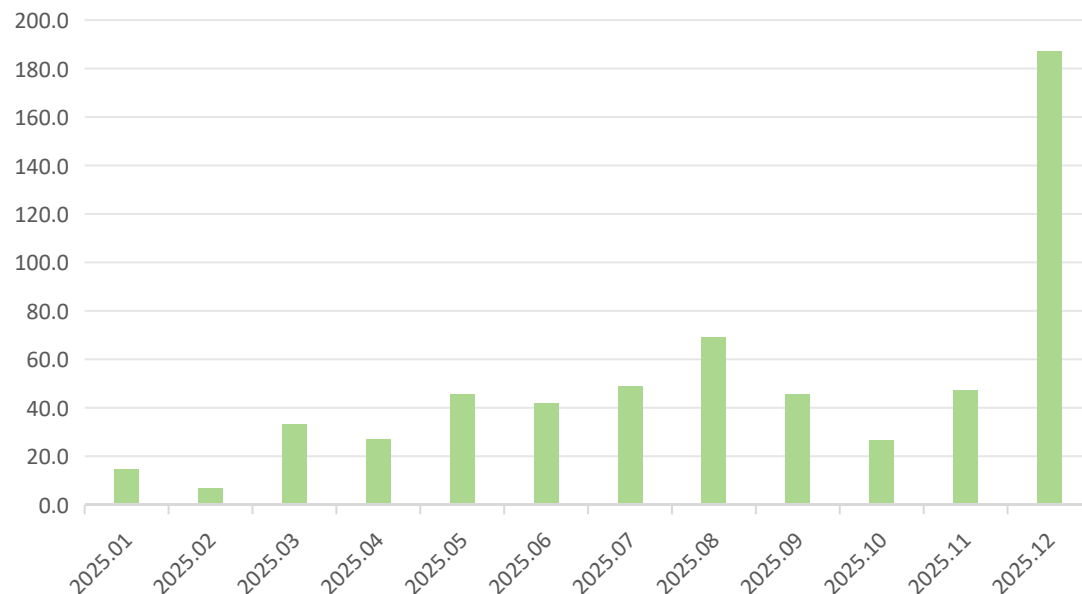
2025年甘油二酯油商品标题词云图



- “健康” “减负” 等关键词成为核心诉求，集中体现了市场对该品类**健康功效**的核心期待。
- “营养” “天然” 等词显现，反映消费者对产品**健康、安全属性**的进一步追求。

甘油二酯油2025年1-12月月度销售额

单位：万元



- 2025 年1月至 11月，甘油二酯油月度销售额整体呈现上升态势，虽有小幅波动，但较年初销售额有明显增长。
- 2025 年 12 月销售额迎来爆发式增长，成为全年峰值，原因可能为技术迭代创新、功效实证落地、短视频营销破圈等要素形成的叠加效应。

4.4

甘油二酯油消费者洞察

消费人群

- 25-65岁
- 健康刚需/品质家庭/尝鲜型
- 担心代谢负担、关爱家人健康、愿为专业品质买单人群

核心需求

健康
减脂减少内
脏脂肪守护家
人健康降低
血脂降低代
谢负担

决策因素

专业背书



功效明确



口感适配

使用场景

- 日常家庭烹饪
- 健身减脂备餐
- 长辈专属用油
- 节日健康送礼
-

购买渠道

- 天猫、京东、抖音等电商平台
- 超市、便利店、粮油专卖店、高端精品超市
-



4.5 甘油二酯油产业链分析

中国甘油二酯油行业产业链覆盖上游的原料供应商与设备厂商、中游的生产加工与品牌企业，以及下游的销售渠道和终端消费者，完整产业链的协同发展推动了行业的持续扩展。



4.6

甘油二酯油产品

核心产品

- **善百年 80% 沙棘籽甘油二酯油**：采用纯生物酶法工艺，以优质沙棘籽为原料，通过充氮保鲜技术锁住沙棘籽的天然活性物质与维生素 E，**甘油二酯含量 $\geq 80\%$** 。是健身人群、中老年人及追求精准控脂人群的优选。
- **金龙鱼丰益堂心轻怡甘油二酯油**：采用生物酶法提纯技术，可减少甘油三酯摄入，**甘油二酯含量 $\geq 60\%$** 。适配中式烹饪，曾获国际粮油产业博览会金奖，是兼顾健康与实用性的中高端选择。
- **康之宝甘油二酯食用油**：采用全酶法技术，**甘油二酯含量 $\geq 50\%$** ，主打健康轻食理念，500mL 规格设计便于精准控量，适配家庭日常烹饪与控脂需求。
- **蓓芯园亚麻籽甘油二酯油**：以优质亚麻籽为原料，采用绿色工艺生物酶法技术，**甘油二酯含量 $\geq 50\%$** ，同时保留丰富的 α - 亚麻酸（Omega-3）。有助于平稳餐后血脂，适合控脂、健身及关注心血管健康的人群。



4.6

甘油二酯油产品

核心产品

- **玉星玉米油基甘油二酯油**：以一级压榨非转基因玉米为原料，依托发明专利酶法工艺，**将甘油二酯含量提升至 50%**，提高代谢不易在体内堆积脂肪，助力平稳餐后血脂。
- **轻云减负油**：依托自研至萃酶解工艺，**甘油二酯量 $\geq 85\%$** ，可从源头减少 85% 甘油三酯负担。其烟点约 200℃，能有效减少油烟产生，同时零添加抗氧化剂，富含 **Omega-3/6/9 多元脂肪酸**，主打“三餐减负，身体轻盈”的健康理念。
- **长寿花二酯多多玉米油**：采用生物酶法催化合成技术，以新鲜玉米胚芽为原料，**甘油二酯含量 $\geq 60\%$** 。主打“轻酯减负”理念，500mL 瓶装设计便于精准控量。
- **西樵山低芥酸菜籽甘油二酯油**：永华特医旗下，以低芥酸菜籽为原料，采用生物酶法工艺，**甘油二酯含量 $\geq 50\%$** ，主打低芥酸与健康轻脂理念，适配家庭日常烹饪与控脂需求。



4.7

甘油二酯油代表品牌-善百年

善百年是**中国甘油二酯食用油品类的开创者与领军者**，凭借自主生物酶法技术打破国外垄断，主导制定行业标准，建成 10 万吨级全球标杆产能，核心产品**连续多年国内销量第一**，以临床数据夯实产品健康价值，同时带动行业整体升级。

- ❑ **技术奠基期（2002-2019）**：携手暨南大学汪勇教授团队自研，2007 年成功**研发绿色生物酶制备技术**，打破日本垄断，形成多项核心专利，完成工业化技术储备。
- ❑ **产业开创期（2020-2022）**：2020 年成立实体企业，2021 年共建产学研研究院、**发布国内首个二酯油团体标准**，推出首款国产双纯度产品，完成全渠道布局开启商业化。
- ❑ **规模扩张期（2023-2024）**：获艾媒咨询认证 2021-2023 年销量全国第一，建成全球首个 10 万吨级生产线，**获功能性油脂生产基地授牌**，获泰国皇室成员御用品牌认证并启动国际化。
- ❑ **生态构建期（2025 至今）**：向大健康生态转型，**拓展二酯油在特医、保健领域应用**，带动行业升级并参与标准制定，深化产学研合作，依托核心技术布局全球市场。



4.7

甘油二酯油代表品牌-善百年

品牌策略



强化品类开创者认知：聚焦“中国甘油二酯食用油**开创者**”核心定位，高频输出“连续3年全国销量第一”、泰国皇室成员御用品牌等权威背书。

价值绑定：将品牌与**中老年代谢管理、母婴营养补充、家庭控脂**等场景深度绑定，覆盖多元家庭用户群体。



形象升级：依托国家科学技术进步奖、暨南大学联合研究院等科研背书，通过**高端商超陈列、定制礼盒设计**，匹配中高端家庭消费场景，凸显品牌质感与行业标杆地位。

产品策略



矩阵完善：在 50%、80% 核心纯度产品线基础上，补充**入门级 40%** 纯度款与**特医级 99.5%** 纯度款，覆盖大众消费与精准健康需求。

品质坚守：严守 326 项检测标准，**多项指标 10 倍高于国标**；依托自主研发的生物酶法技术与万吨级生产线，保障产品高纯度与稳定性。



形态创新：针对家庭烹饪推出 500ml 常规装，针对礼品场景设计**高端礼盒装**，针对**便携需求开发 125ml 小瓶装**；优化产品适配性，推出耐高温爆炒款与清香凉拌款。

4.7

甘油二酯油代表品牌-善百年

渠道策略



线下深耕：场景化精准渗透，除高端商超外，积极拓展**健康管理中心、高端社区**等渠道，并探索与**健身机构、月子中心、健康餐饮**的合作，将产品植入具体的健康生活场景中。

线上拓展：精准化流量运营,在天猫、京东、淘宝搭建官方旗舰店；利用短视频平台发布营养师科普内容，通过**“内容种草 + 直播转化”**提升效率。



渠道协同：线上通过官网、公众号宣传，线下联动梯媒及户外大屏广告与门店销售完成**全渠道同步造势**。

传播策略



品牌触达：延续与央视的深度合作，同时借助代言人侯勇的国民认可度，拍摄家庭生活化广告，提升品牌大众认知度与信任度。

科普传播：构建专业认知壁垒**联合暨南大学、江南大学等学术机构**，推出“二酯油代谢原理”系列科普内容；举办**健康讲座**，邀请医务工作者解读甘油二酯油作用。



场景营销：聚焦家庭团圆、节日送礼等核心场景，**以场景化产品定位，强化产品与核心场景的绑定**，引导用户在对应场景下选择产品，激发购买行动意愿。

4.8

未来趋势1:技术革新与成本优化

技术创新作为甘油二酯油产业持续发展的核心引擎，国产脂肪酶制剂将实现突破性进展并完成产业化落地，有效降低原料端成本；分离纯化技术的迭代升级将进一步提升生产效能，减少能耗与人力投入；推动生物学、纳米技术等**跨领域技术融合**，助力高纯度、定制化甘油二酯油实现规模化生产，破解行业技术瓶颈。

落地方向

- 推进国产脂肪酶制剂研发及产业化落地，实现核心原料自主可控，降低原料成本。
- 升级分离纯化技术，优化生产流程，提升生产效率，减少能耗与人力投入。
- 推动合成生物学、纳米技术与现有生产工艺融合，实现高纯度、定制化甘油二酯油规模化量产。



4.8

未来趋势2:应用场景多元拓展

从单一家庭烹饪油向食品加工、现制饮品、医药保健等多领域全面渗透，形成家庭消费与工业应用、功能性产品结合的全场景布局，复配油脂开发将成为新趋势，其低脂、耐氧化、乳化性优势将持续适配各领域健康化配方需求。

落地方向：

- 深耕食品加工领域，渗透烘焙、糖果、乳制品、调味品、现制饮品等细分场景，作为产品健康升级的核心原料。
- 坚守家庭消费场景，开发适配中式烹饪的多纯度油品，覆盖爆炒、凉拌等日常需求。
- 拓宽医药保健领域，聚焦特医食品、营养补充剂赛道，针对代谢综合征、老年认知障碍等人群开发定制化产品，依托临床数据强化产品竞争力。



4.8

未来趋势3:标准体系逐步完善

甘油二酯油行业将**推动专属国家标准落地与分级标准建设**，统一检测方法、污染物限值、质量指标，填补当前分级标准缺失、检测口径不统一的空白，同时规范产品标签与储运要求，**提升行业准入门槛**，推动产业**规范化发展**。

落地方向：

- 统一甘油二酯含量等核心指标的检测方法，完善污染物限值、食品添加剂使用标准。
- 制定按纯度划分的行业分级标准，明确不同纯度对应的生产工艺要求。
- 规范产品标签标注，明确甘油二酯含量、食用量等核心信息。

二、关于所提建议的答复

(一) 关于建立甘油二酯食用油分级标准，构建全链条产业扶持体系。我委会同市场监管总局持续完善食用油食品安全标准体系建设，制定发布《植物油》(GB 2716-2018)、《食用动物油脂》(GB 10146-2015)、《食用油脂制品》(GB 15196-2015)、《食用植物油料》(GB 19641-2015)、《食用植物油及其制品生产卫生规范》(GB 8955-2016)等食品安全国家标准，从原料要求、生产过程控制、污染物限量、食品添加剂使用、标签标识、包装材料、储运运输等各环节作出规定，为食用油脂全链条安全监管提供技术支撑。此外，食品中甘油二酯油(含甘油二酯、甘油二酯和单甘油酯)检测方法标准已于2024年立项，市场监管总局高度重视甘油二酯相关非强制性国家标准研制工作，下达《动植物油脂 甘油二酯和甘油二酯的组成和含量测定 毛细管气相色谱法》《动植物油脂 甘油二酯、甘油二酯和甘油的测定 高效液相色谱法(HPLC)》等国家标准制修订计划，为动植物油脂中甘油二酯的组成和含量测定提供依据。

(二) 关于深化产学研协同创新，实施全民健康促进工程。一是围绕解决食品营养和安全瓶颈问题，提升国民食品营养和健康保障能力、提高我国食品营养与安全技术自主创新能力和产业支撑能力等，依托国家重点研发计划“食品营养与安全技术研发”重点专项开展相关研究。二是利用“全民营养周”、“食品安全周”，结合“体重管理年”活动，深入开展油脂营养健康科普宣传，推动《国民营养计划》“三减三健”专项行动落实。三是与农业农村部、工业和信息化部联合印发《中国食物与营养发展纲要(2025—2030年)》，推动形成更加平衡健康的膳食营养结构。四是制定印发《临床营养科建设与管理指南(试行)》《关于进一步推进临床营养工作的通知》，推进临床营养科建设发展，指导群众做好血脂等控制。

三、下一步工作目标和计划

我委会同有关部门，聚焦人民健康营养需求和行业发展需要，推动甘油二酯健康效应研究和产业发展关键技术突破，适时推进甘油二酯食用油标准体系建设，加大油脂营养健康科普和指导，引导产业健康发展，助力健康中国战略实施。

感谢您对卫生健康工作的关心和支持。

国家卫生健康委

2025年7月23日

4.8

未来趋势4:产业链生态协同发展

甘油二酯油行业将构建上游原料、中游生产、下游应用的**一体化协同生态**，上下游企业深度合作解决原料价格波动、供应链适配性低的问题，产学研协同实现技术攻关，头部企业将通过产业链整合提升核心竞争力，**推动行业集中度提升**。

落地方向：

- 上游原料端：加强专用原料基地建设，推动原料标准化生产，提升原料品质与供应稳定性。
- 中游生产端：推进生产工艺绿色化、智能化升级，优化生产效率与产品品质，进一步降低生产成本。
- 下游研发与流通端：深化与科研机构、渠道商的合作，加速科研成果转化，完善多元化渠道布局。

