

肠胃调理赛道 行业研究

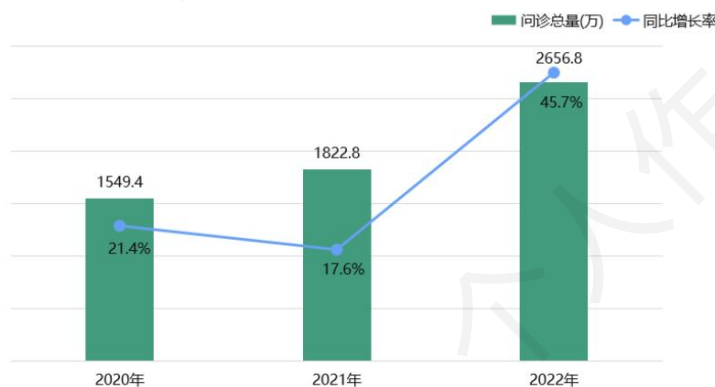
2023 Sept.

需求洞察

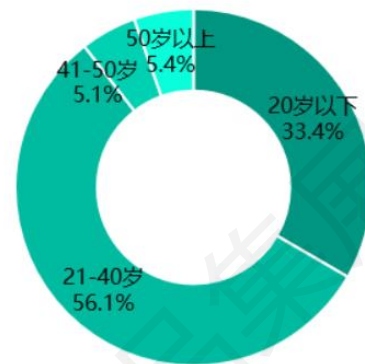
我国肠道健康问题人群基数大，年轻人比重不断上升

《国人肠道健康2020年报告》显示，约**87.6%**的中国人存在肠道健康问题。

2022年，有关肠道健康的问诊量达到**2656.8万**，同比2021年增长率达**45.7%**。*



近三年春雨医生肠道健康的问诊量



肠道健康问诊人群年龄分布

数据来源：春雨医生《2023国人“肠”烦恼及益生菌消费洞察报告》

需求洞察

西南地区由于饮食习惯等原因，肠胃问题更显著

从生活特征看，久坐不动、经常熬夜、不良饮食习惯等容易引发人们各种肠胃问题
其中，在饮食习惯方面，“频繁外卖”“饮食辛辣”“饮食油腻”等特征的人群比重更高

我国西南地区尤甚



重庆火锅



川菜



江湖菜

肠道健康、益生菌是2023年消费者关注重点

小红书作为年轻消费者的生活方式平台

其搜索数据、内容数据能够为我们了解年轻消费者提供数据参考



食品饮料行业2023上半年关键词



健康相关笔记的关键词



肠道友好型食品关键词

数据来源:《小红书平台2023上半年美食饮品行业数据洞察报告》

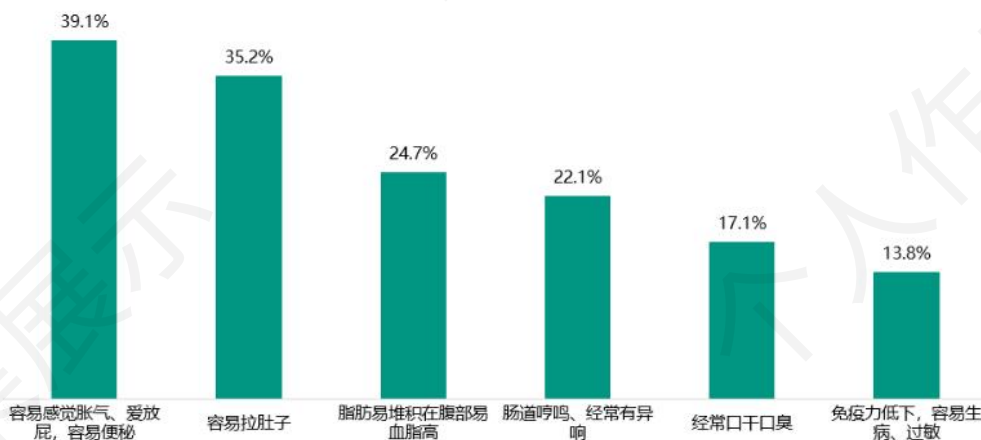
需求洞察

应对肠胃烦恼，15%的人选择服用益生菌

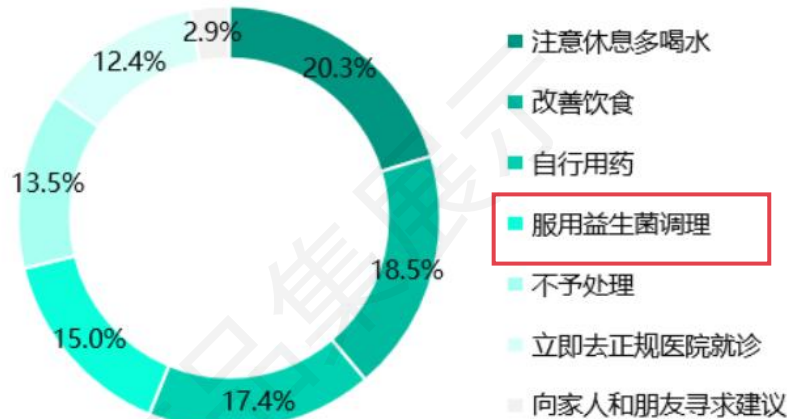
出现肠胃问题相关情况时，注意休息多喝水是首选措施；

改善饮食、自行用药等较为直接的方式占比也超过17%；

此外，有15%的人选择服用益生菌调理，12.4%的人选择就医，少部分人选择不予处理。



肠道健康调研人群症状表现TOP6



数据来源：春雨医生《2023国人“肠”烦恼及益生菌消费洞察报告》

启示

切入赛道：肠道健康成为消费者重点关注的健康问题

从内容范围上比，健康饮食 > 超级食物 > 肠道健康，其中肠道健康的笔记内容占比较大。

重要成分：消费者对益生菌的作用感知度较高

益生菌可以平衡肠道菌群，促进肠道蠕动，预防和改善腹泻便秘。

该词容量的上升反映出：① 年轻群体肠道健康问题显著 ② 对益生菌作用的感知度较高，相关产品购买意愿强。

产品研发：酸奶品类爆发，类似产品有机会

2023年受到新茶饮的影响，酸奶品类爆发，可以将酸奶作为直接竞品，替代品如**米布丁**等等有市场机会。

赛道分析

肠胃调理涉及行业

食品饮料（普通食品、
功能性食品）

保健（食）品

药品



软糖



硬糖



苏打水



果冻



乳品



气泡水

功能性食品常见产品形态



NC澳洲养胃粉



养胃代表药品品牌

赛道分析

肠胃调理行业参与者

食品企业

江中食疗



老金磨万
LAOJIN MOFANG

五谷磨房

保健食品企业



汤臣倍健

制药企业



代表产品

肠胃调理重在“养”，即通过健康的生活方式和饮食习惯，预防胃病的出现，或缓解胃部不适。

市面上主打养胃功效的产品

养胃粉粉/粥



养胃茶



养胃零食



麦卢卡蜂蜜



养胃粉



赛道分析

根据现有产品结构，确定所属行业

米露——益生菌米露——方便粥



肠胃调理饮食

行业定位：介于普通食品与功能性食品之间，更偏向于普通食品

代表产品

肠胃调理食品的主要原料及对应的产品形态

健康食品原料

原料类型:

- 五谷杂粮
- 药食同源的食材, 如猴头菇、山药
- 蜂蜜等养胃食品

产品形态:

- 五谷杂粮的原生形态
- **冲泡:** 粉、养生茶、米糊/米稀/米粥
- **即食:** 粥、米糕/米丸、饼干、麦片

功能性原料 (近两年趋势品类)

益生菌 (活性菌)

活的微生物, 当摄取足够数量时, 对宿主健康有益

适用范围: 食品、保健食品、婴幼儿食品

益生元、膳食纤维 (膳食补充剂)

一般不能被人体吸收但可被人体微生物选择利用, 能够改善肠道微生物组成和/或活性, 从而有益于人体健康的食品

适用范围: 食品原料、食品添加剂、营养强化剂

趋势原料：益生菌

中国益生菌市场正处于快速增长期，不管是益生菌食品饮料还是膳食补充剂

目前，中国益生菌消费市场规模以每年**11-12%**的速度增长

预测2026年中国益生菌市场规模将有望达**1377亿元**



预测2026年中国益生菌
市场规模

1377亿元
中枢增长11.5%

趋势原料：益生菌

对消费者来说，在肠胃健康方面，益生菌已经建立较强的认知关联

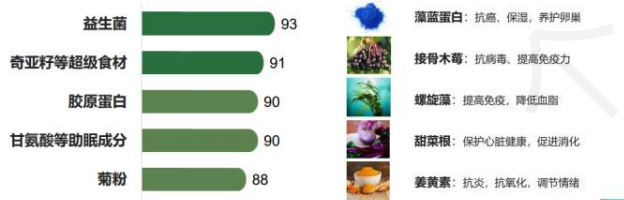
62%

的消费者认为健康食品饮料宣传中，有关成分增减的内容能很好地满足他们的功能性需求。

61%

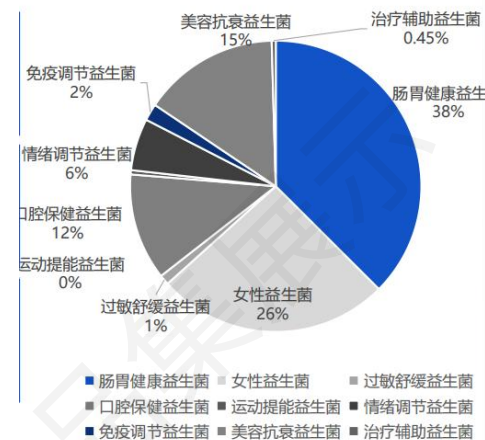
的消费者认为在宣传食品饮料时，将成分增减作为卖点时十分新颖独特的推广方式。

越来越多新成分成为热门食品补剂
其中益生菌已成消费者最愿意购买的食物增加成分



功能性成分的增减对消费者购买意愿的影响

各功能益生菌市场占比情况

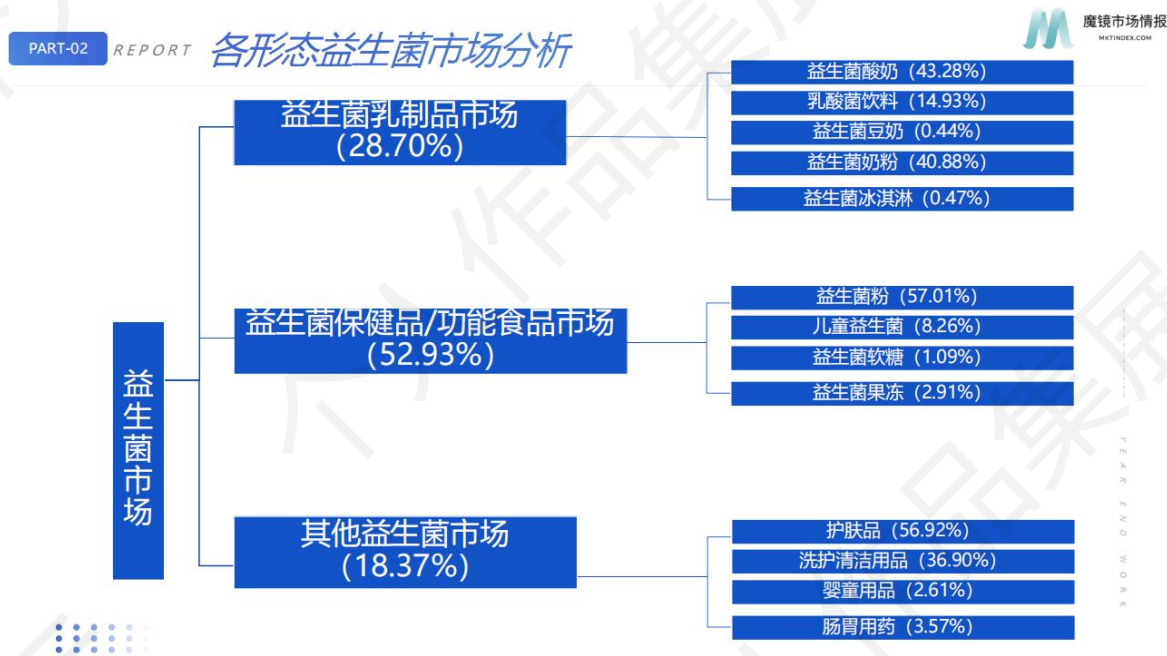


肠胃健康类益生菌的市场占比最高

趋势原料：益生菌

肠道健康益生菌类食品成为新风口

2021年，天猫淘宝全年益生菌市场销售额达**119.4亿元**，全年增速22.8%

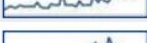


数据来源：《2022年淘宝天猫益生菌市场报告总结》

趋势原料：益生菌

益生菌保健品相关市场表现（参考）

- 肠胃健康益生菌Top10品牌中，Life Space21年销售额最高，超过了2.5亿元，销售额占比10%左右，wonderlab、仁和、汤臣倍健和奈力士品牌销售额均超过100%。汤臣倍健的益生菌双歧杆菌冻干粉与奈力士的益生菌片剂消化酶带动两品牌21年的增长。Top10品牌21年销售额占比约为45%。

	品牌	2021销售额 (亿元)	2021年销量 (万件)	均价	销售额占比	销售额同比增长	销售额走势
1	LIFE SPACE	25760.2	135.0	190.8	9.9%	27.3%	
2	wonderlab	15443.3	58.4	264.3	5.9%	319.9%	
3	天下仁和	13836.8	187.1	74.0	5.3%	111.0%	
4	乐力	13624.1	172.3	79.1	5.2%	-17.2%	
5	合生元	12924.5	67.5	191.5	5.0%	70.6%	
6	CULTURELLE/康萃乐	7924.5	45.2	175.5	3.0%	-16.5%	
7	拜奥	7484.5	15.4	485.4	2.9%	87.1%	
8	LACTO-FIT	7176.6	35.7	201.3	2.8%	25.3%	
9	汤臣倍健	6573.3	39.0	168.4	2.5%	102.4%	
10	奈力士	5567.1	10.9	512.5	2.1%	828.2%	

数据来源：《2022年淘宝天猫益生菌市场报告总结》

趋势原料：益生菌

添加益生菌的食品、饮料（以乳制品为主）

益生菌软糖



“这个简直是孩子们的好零食，不含蔗糖，含有大量多种的益生菌，果蔬汁，螺旋藻，真的是营养又健康的糖果，对那些爱吃糖的小朋友太友好了。”

益生菌坚果



“这款坚果特别好吃，里边添加益生菌，味道好极了，坚果补充每天的营养，家人都很爱吃，干吃或者泡到酸奶里都可以”

益生菌山楂



“这款奶皮山楂真的好吃，外面的皮奶味十足，里面的山楂酸甜可口，全家都喜欢吃！益生菌调节肠胃，山楂助消化完美的搭配，健康的选择！”

益生菌黑巧



“原来益生菌可以和巧克力结合，营养一块就搞定，补充能量好幸福哈哈，饿了也不怕啦，我又能和学习死磕到底了”

益生菌饼干



“富含益生菌的饼干让人很想尝试下，对身体只有好处没坏处”

益生菌雪糕



“添加益生菌，不含蔗糖，适合老年人群和瘦身人群食用，比较适合喜欢吃冷食的人士解解馋...”

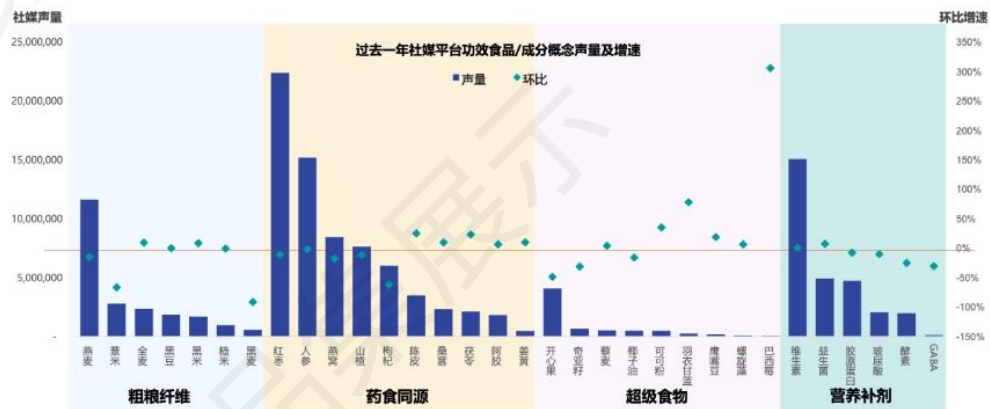
产品方向

肠胃调理食品的研发方向

健康饮食理念+功能性成分/原料，多重功效组合提供更多产品可能性



功效型食品中最受欢迎的食材类型



31 社媒数据：数据周期：2022年4月1日-2023年3月31日，数据平台：微博，微信，小红书，新闻，论坛，短视频，博客



药食同源和营养补剂受欢迎程度最高

数据来源：《后疫情时代中国益生菌市场趋势和营销洞察》

数据周期：2022年4月1日-2023年3月31日

代表产品

肠胃调理食品的研发方向

健康食材+益生菌，双重功效



猴菇曲奇饼干+益生菌发酵



主打“养胃”



胡萝卜素+益生菌发酵



主打“护眼”

代表产品

肠胃调理食品的研发方向

植物饮料，主打解辛辣油腻、应酬护胃



江中食疗推出的植物饮料，主打药食同源的食材

代表产品

肠胃调理食品的研发方向

以大米为原料的牛奶、饮料等



韩国 糙米味饮料



光明 糙米奶



米粒优格 发酵小米植物乳（添加益生菌）

