下载日志已记录，仅供内部参考

食品饮料

发布时间：2026-10-14

证券研究报告/行业深度报告

消费掘金（一）：存量优化，把握食饮迭代机遇

优于大势

上次评级:优于大势

报告摘要：

经济动能有序转换，消费机遇聚焦结构。我国经济转入高质量发展阶段，新旧动能有序转换，最终消费支出占 GDP 比重自 2010 年稳步提升，消费日渐成为经济增长重要驱动力。现阶段消费受到居民可支配收入增速放缓、人口总量见顶的现实约束，增长逻辑由“数量驱动”转向“质量驱动”，行业主线从总量普涨切换为结构优化。中长期来看，依托超大规模国内市场、4 亿以上中等收入群体以及居民储蓄形成的潜在消费蓄水池，叠加收入分配、社保及促消费政策支持，国内消费仍具备可观释放空间。居民消费结构持续迭代，生存型消费占比下行，发展享受型消费占比提升。消费机遇可分为存量优化型、品类升级型、创新创造型、结构红利型四类。食品饮料行业重点关注存量优化机会：在基础消费诉求不变的背景下，通过更优产品方案挖掘市场，具体包含食材成品优化、原料配方优化、消费方案优化三大路径。

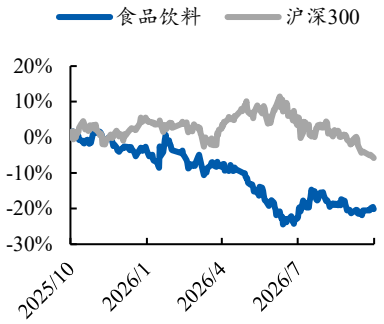
碳水依赖逐步降低，蛋白果蔬扩容升级。食材成品层面，健康膳食理念不断深入人心，推动国内居民整体膳食结构持续优化。传统主粮消费占比逐步回落，肉禽水产、果蔬、蛋奶等营养型食品的消费规模稳步扩张，大众膳食选择更加多元均衡。动物蛋白消费格局持续演变，消费趋向多元化发展，禽肉、水产品依托低脂的营养特质，成为猪肉之外重要的蛋白补充来源；蔬菜板块景气上行，其中食用菌赛道实现量价齐升，行业摆脱单纯规模扩张模式，向着高附加值方向转型，牛肝菌、鹿茸菇等新兴特色品类迎来爆发式增长，打开产业新增量；鲜果市场整体保持温和扩容态势，苹果、柑橘等大宗果品保持基本盘，以蓝莓为代表的小众特色果品，凭借差异化营养优势以及礼赠、即食等多元消费场景，实现结构性突围。整体来看，居民饮食选择由吃饱向吃得健康转变，膳食结构升级带动多条细分赛道迎来发展机遇。

食品配方健康升级，营养配料不断创新。原料配方层面，食品行业开启健康化配方升级，形成“减法提质+加法赋能”双发展路线。在减法提质方向，控糖减糖已经成为广泛的消费共识，代糖迭代速度加快。其中阿洛酮糖口感贴近蔗糖，耐高温耐酸、适配多类食品加工场景，同时具备一定生理活性功效，综合竞争优势突出，有望成长为下一代主流明星代糖；在加法赋能方向，膳食纤维、益生菌、益生元等功能性配料不断向普通食品渗透，有效强化产品营养价值。蛋白领域紧扣大食物观发展导向，传统乳清蛋白凭借优异营养表现保持稳健增长；酵母蛋白、菌丝蛋白等微生物蛋白依托低碳工业化生产优势快速发展。国内三款真菌蛋白新食品原料相继获批，打通产业化路径，微生物蛋白赛道未来成长空间广阔。

消费诉求趋向简便，便捷食品打开空间。消费方案层面，居民生活节奏不断加快，市场对饮食便捷性的诉求显著提升，消费行为变迁催生出全新的产业机会。预制菜市场规模持续扩容，B 端餐饮降本增效的刚性需求筑牢行业基本盘，同时 C 端家庭消费占比稳步抬升，成为重要增长来源。代餐产品矩阵不断丰富，行业摆脱过去单一追求低卡的定位，向营养均衡、口味体验优化迭代。随着产品力持续改善，预制菜、代餐有望更深融入大众日常生活，在家庭饮食等场景持续渗透，具备较为充足的中长期发展潜力。

风险提示：行业竞争加剧、消费者接受度培育不及预期、食品安全风险

历史收益率曲线



涨跌幅（%）	1M	3M	12M
绝对收益	0%	4%	-19%
相对收益	6%	12%	-12%

行业数据

成分股数量（只）	122
总市值（亿）	36261
流通市值（亿）	15452
市盈率（倍）	21
市净率（倍）	3
成分股总营收（亿）	10259
成分股总净利润（亿）	1785
成分股资产负债率（%）	34

相关报告

《白羽鸡行业深度：引种缺口催化景气上行，蛋白替代拓长期空间》

--20260814

《厄尔尼诺牵动全球气候，相关产业机会凸显》

--20260629

证券分析师：李强
执业证书编号：S0550515060001
liqiang@nesc.cn

证券分析师：陈科诺
执业证书编号：S0550524020003
chenkn@nesc.cn

下载日志已记录，仅供内部参考

目录

1. 经济动能有序转换，消费机遇聚焦结构 4
1.1. 经济迈入高质量发展阶段，国内消费蕴藏巨大增长潜力 4
1.2. 消费总量增速放缓，行业结构性机会凸显 6
2. 健康诉求引领变革，食饮掘金存量替代 8
2.1. 健康理念持续渗透，配方食材迭代升级 8
2.2. 碳水依赖逐步降低，蛋白果蔬扩容升级 10
2.2.1. 健康膳食引导选择，低脂蛋白持续扩容 11
2.2.2. 蔬菜消费稳步扩容，食用菌赛道量价齐升 12
2.2.3. 鲜果消费温和扩容，特色品类结构突围 15
2.3. 食品配方健康升级，营养配料不断创新 16
2.3.1. 减糖大势加速推进，阿洛酮糖崛起为新星 17
2.3.2. 配方升级做加法，功能配料迎扩容 22
2.3.3. 多元蛋白供给扩容，微生物蛋白破局崛起 23
2.4. 消费诉求趋向简便，便捷食品打开空间 26
3. 风险提示 27

图表目录

图 1：我国 GDP 同比 4
图 2：我国 GDP 构成支出法 4
图 3：我国居民可支配收入 5
图 4：居民人均消费支出 5
图 5：我国人口数量 5
图 6：我国出生人口数 5
图 7：我国国民储蓄率 6
图 8：最终消费支出占 GDP 比重 6
图 9：我国居民人均消费支出分布 7
图 10：居民健康素养水平 10
图 11：居民人均主要食品消费量 11
图 12：我国动物源性食品消费结构 12
图 13：2010 年以来我国食用菌行业量价齐升 13
图 14：2024 年我国各种食用菌产量占比 14
图 15：新兴特色品类高速扩容 15
图 16：中国:居民人均食品消费量:鲜瓜果 16
图 17：2025 年我国水果产量分布 16
图 18：2025 年我国进口水果金额分布 16
图 19：我国蓝莓产量 16
图 20：全球糖尿病地图 17
图 21：1992 与 2021 年我国超重肥胖率对比 17
图 22：正在有意识地控制糖摄入的受访者比例 18
图 23：受访者的控糖渠道 18
图 24：居民意识到摄入糖过多的危害 20
图 25：同时也认可糖带来的味觉享受 20
图 26：减糖控糖、追求甜味和使用安全性三者矛盾诉求及解决方案 20
图 27：无糖饮料市场规模 21
图 28：无糖饮料渗透率 21
图 29：全球阿洛酮糖市场规模 22

下载日志已记录，仅供内部参考

图 30：全球阿洛酮糖规模区域分布 22
图 31：吸引消费者的健康“减法” 23
图 32：吸引消费者的健康“加法” 23
图 33：全球膳食纤维市场规模 23
图 34：我国益生菌原料需求量 23
图 35：中国进口纯乳清蛋白粉行业整体市场规模 24
图 36：我国健身补剂市场规模 24
图 37：全球范围内酵母蛋白应用品类分布 26
图 38：全球酵母蛋白市场规模 26
图 39：蘑米生物菌丝蛋白产品 26
图 40：菌丝蛋白市场规模 26
图 41：我国预制菜市场规模 27
图 42：我国预制菜 B 端和 C 端占比 27
图 43：我国代餐行业市场规模 27
图 44：我国代餐行业分类 27

表 1：《扩大消费“十五五”规划》要点 6
表 2：消费机会分类 8
表 3：健康中国相关政策 9
表 4：我国近年来减糖相关政策 19
表 5：阿洛酮糖与市面主流甜味剂相比的主要优势 22
表 6：国务院办公厅关于践行大食物观构建多元化食物供给体系的意见 24
表 7：三款获批真菌蛋白一览 25

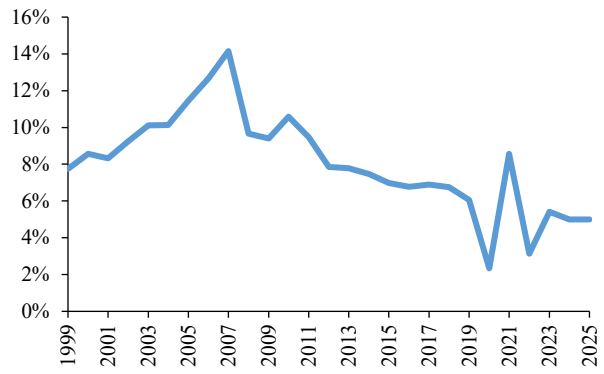
下载日志已记录，仅供内部参考

1. 经济动能有序转换，消费机遇聚焦结构

1.1. 经济迈入高质量发展阶段，国内消费蕴藏巨大增长潜力

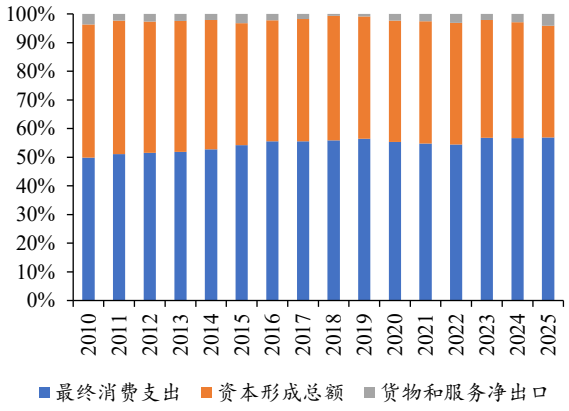
由高速增长阶段转向高质量发展，我国进入新旧动能转换期，消费与新兴产业有望成为重要动力。我国经济经历了数十年高速发展阶段，2000-2019 二十年间，我国 GDP 年均增速约 9%，带动经济社会发生翻天覆地的变化。过去，我国经济增长很大程度依靠传统产业、房地产、基础设施建设以及各类要素投入拉动，依托要素规模扩张迅速做大经济总量。但随着资本边际投资回报率逐步下行，传统增长动能的拉动效应有所回落，我国经济随之进入增速换挡阶段，迈向高质量发展时期。这一换挡周期最为显著的特征，是经济总量保持基本稳定，发展重心转向持续推进结构调整与增长动力切换。发展导向不再片面追求高增速，面对传统动能内生拉动作用的回落，重点转向培育壮大全新增长来源。展望后市，新兴产业扩张迭代、持续释放的国内消费潜力等，有望成为驱动我国经济高质量发展的核心动力。新旧动能转换并非一蹴而就，在传统动能逐步退坡的过程中，新动能的培育壮大尚需时日，结构调整也会带来阶段性压力。但整套增长动力体系的重塑，将持续夯实我国经济中长期稳健发展的根基。从支出法 GDP 构成可以看到，2010 年以来我国最终消费支出占比呈现稳步抬升态势。过去经济增长更多依靠资本形成总额也就是投资拉动，随着增速换挡与结构调整推进，消费在国民经济当中的权重逐步提高，消费对经济增长的贡献持续增强。

图 1：我国 GDP 同比



数据来源：Wind，东北证券

图 2：我国 GDP 构成支出法

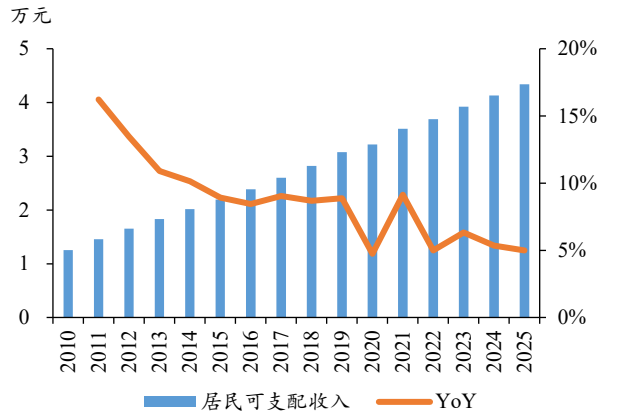


数据来源：Wind，东北证券

当前国内消费面临两大现实约束。居民可支配收入增速放缓与人口总量见顶回落是我国消费面临的两大现实约束。从居民收入维度来看，尽管我国居民人均可支配收入绝对水平持续抬升，由 2010 年 1.25 万增长至 2025 年 4.34 万，但可支配收入同比增速整体呈现下行趋势，收入端增长动力有所弱化。收入是消费的基础条件，收入增速放缓直接制约居民购买力扩张，会压制消费意愿以及消费升级的推进节奏。我国居民人均消费支出由 2010 年的 0.94 万增长至 2.95 万，增速同样有所回落。另一方面，人口因素成为消费不可忽视的中长期变量，我国总人口在达到峰值之后逐步下行，人口总量见顶意味着整体消费的基数扩张红利逐步消退，依靠人口规模扩张拉动总消费增长的时代已经过去。需要区分的是，人口总量下行不等于消费完全失去空间，未来消费增长将更多依赖人均收入提升、消费结构优化以及中等收入群体壮大，由“数量驱动”转向“质量驱动”。如何稳定居民收入预期、持续做大中等收入群体，成为释放内需潜力需要破解的核心课题。

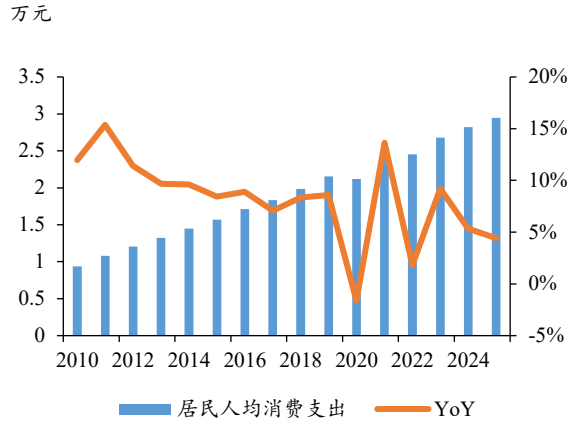
下载日志已记录，仅供内部参考

图 3：我国居民可支配收入



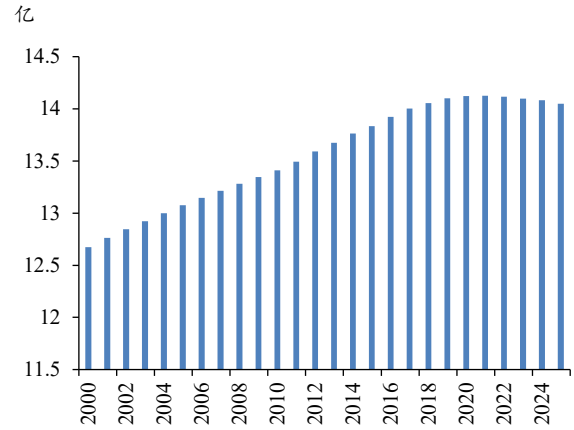
数据来源：Wind，东北证券

图 4：居民人均消费支出



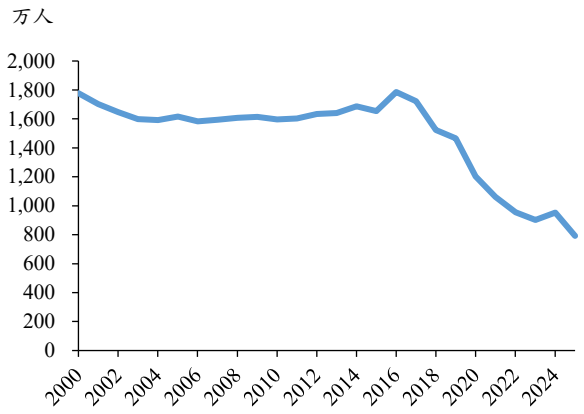
数据来源：Wind，东北证券

图 5：我国人口数量



数据来源：Wind，东北证券

图 6：我国出生人口数



数据来源：Wind，东北证券

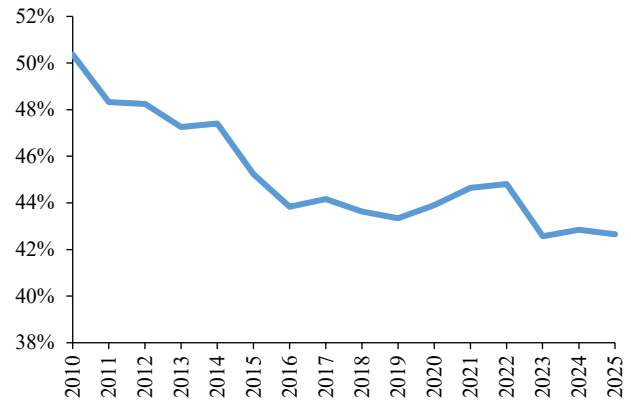
但从基本面来看，我国消费市场具备巨大的长期释放潜力。依托 14 亿多人口的庞大基数，国内市场天然具备超大规模优势，其中中国拥有世界上规模最大的中等收入群体，总人数超 4 亿，这部分群体是消费升级的主力，对品质商品、服务消费存在旺盛需求，构成内需市场最重要的基本盘。2025 年，社会消费品零售总额达 50.1 万亿元，突破 50 万亿元大关。与此同时，我国居民整体储蓄水平相对较高，住户积累了可观的存量财富，其中相当一部分属于预防性储蓄，这既是居民应对不确定性的安全垫，也代表潜在的消费蓄水池。当然，储蓄向消费转化并非自发完成，受制于居民收入预期、社会保障完善程度等现实约束。随着未来收入分配持续优化、社会保障体系进一步健全、消费场景不断丰富，中等收入群体规模继续扩容，有望将人口红利、存量财富优势逐步转化为现实购买力，进一步释放国内消费市场的增长潜能，强化消费对经济增长的拉动作用。

从跨国对比来看，我国最终消费支出占 GDP 比重显著低于海外主要发达经济体，折射出国内消费仍具备较大提升空间。回看国内趋势，2010 年以来我国国民储蓄率整体呈下行走势，但对比海外水平仍然偏高，较高的国民储蓄一方面体现居民较强预防性诉求，形成内需释放的现实约束；另一方面也代表体量可观的潜在消费蓄水池。现阶段，虽然消费占比已有改善，但距离发达经济体水平仍存在明显差距。制约消费转化的因素来自多重方面，收入预期、社会保障完善程度、居民消费意愿均会影响储蓄向消费转化的节奏。未来，随着收入分配持续优化、社保体系进一步完善，降低居民预防性储蓄动机，释放超大规模市场优势与中等收入群体消费活力，

下载日志已记录，仅供内部参考

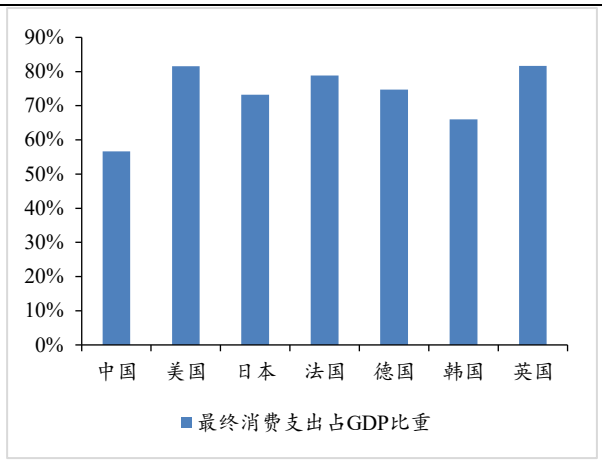
有望推动储蓄资源逐步转化为现实购买力，进一步抬升最终消费占 GDP 比重，充分挖掘我国内需市场的长期潜力。

图 7：我国国民储蓄率



数据来源：Wind，东北证券

图 8：最终消费支出占 GDP 比重



数据来源：Wind，东北证券

国内消费总量红利逐步让位于质量驱动。尽管仍面临现实约束，但我国拥有超大规模市场、庞大中等收入群体以及住户高储蓄构筑的潜在消费蓄水池，相较发达经济体消费占比仍存提升空间。随着收入分配、社会保障持续优化，叠加《扩大消费“十五五”规划》出台，政策层面持续加大内需刺激力度，有望加速促进消费，进一步释放国内消费长期增长潜力。

表 1：《扩大消费“十五五”规划》要点

总体要求	展望至 2030 年，国内消费市场迈向更高水平发展。消费总量持续扩张，居民消费率稳步抬升，社零总额有望达到 60 万亿元左右，消费对经济增长拉动作用进一步强化。消费结构持续优化，服务消费、发展改善型消费、数字消费不断壮大，城乡区域消费差距逐步收敛。随着就业、收入、社保不断完善，居民消费信心持续增强；供给、消费环境持续改善，破除不合理消费约束，健全扩消费长效机制，构建更具活力的内需大市场。
促进服务消费提质惠民	完善生活服务消费；扩大养老消费；支持托育消费；发展文化和旅游消费；促进健康消费；鼓励体育消费；提升教育和培训消费品质。
推动商品消费扩容升级	促进大宗耐用商品消费；稳步提升生活类商品消费；推动技术应用和产品创新；加强自主品牌建设。
培育打造消费新业态新模式新场景	发展数字消费；推广绿色消费；因地制宜推进首发经济；培育体验式消费；扩大入境消费。
着力提升消费能力	促进高质量充分就业；多渠道促进居民增收；完善社会保障政策；合理增加公共消费。
大力优化消费环境	提升消费质量标准；保障消费者权益；营造公平开放的市场环境；完善多层级消费体系；加强消费基础设施建设。
加力完善促进消费制度机制	清理优化不合理限制性措施；健全财政金融支持机制；落实休息休假制度。

数据来源：财联社，东北证券

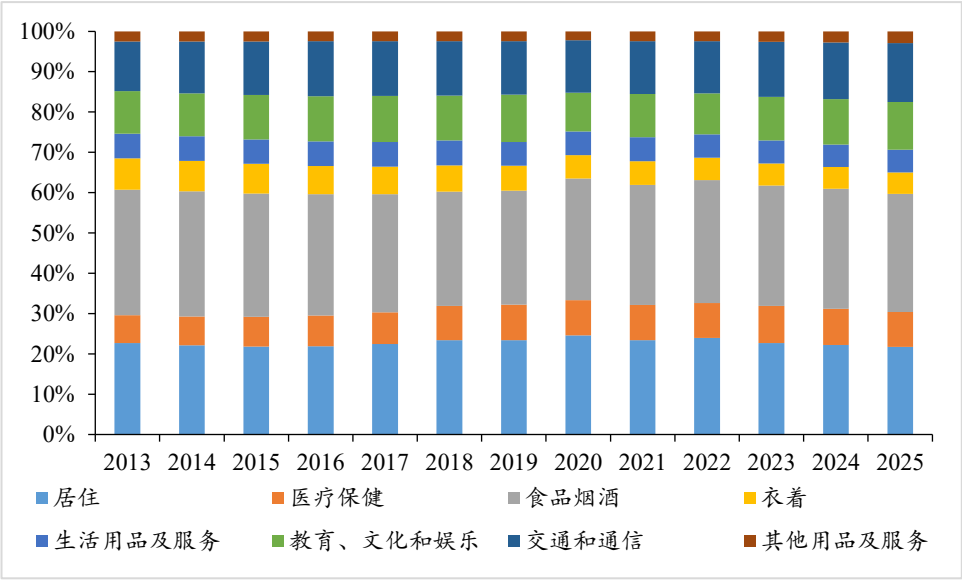
1.2. 消费总量增速放缓，行业结构性机会凸显

我国消费结构逐步演化，呈现结构性升级特征。从我国居民人均消费支出结构来看，2013-2025 年消费内部结构出现渐进式演化。食品烟酒这类基础生存型消费占比整体下行，反映温饱类刚性支出权重逐步降低。随着居民生活水平提升，教育文化娱乐、交通通信等发展享受型消费逐步占据更加重要的位置，代表居民消费从满足基本生存需求，向着体验型、发展型消费升级方向演进。医疗保健支出占比呈现温和抬升趋势，体现居民健康意识增强，健康消费需求持续扩张。衣着消费占比稳中趋

下载日志已记录，仅供内部参考

降，标准化实物消费的权重有所回落。整体来看，我国消费升级是结构性而非爆发式过程，生存类消费占比缓慢收缩，发展与享受类消费具备持续扩张空间。展望国内消费市场，单纯依靠整体大盘高速增长的阶段已经过去，行业投资逻辑需要更多转向结构性机会。消费机会不再来自普涨行情，更多蕴藏于结构升级之中：健康医疗、文旅文娱、品质化可选消费等赛道有望持续受益居民消费升级趋势。与此同时也要看到，消费复苏节奏仍取决于居民收入改善、预期修复进度，不同细分板块将出现明显分化。

图 9：我国居民人均消费支出分布



数据来源：Wind，东北证券

我们将消费赛道未来的成长机会划分为四大类：存量优化型、品类升级型、创新创造型与结构红利型。存量优化型机会聚焦同一消费需求下更优方案对传统方案的替换优化，核心围绕健康属性、便捷性、性价比三大替代方向，典型如鸡肉水产替代红肉、代糖替代蔗糖、预制菜替代家庭烹饪等；品类升级型机会指向同一品类内部的价值抬升，通过功能品质升级与品牌体验升级，推动消费从基础满足向高品质体验演进；创新创造型机会由技术迭代、商业模式创新与社会文化变迁驱动，从零到一催生全新品类、场景与需求，AI 消费硬件、潮玩手办、沉浸式文娱均属于此类；结构红利型机会则源于人口结构、收入分层与区域差异带来的市场变迁，覆盖银发经济、下沉市场扩容、中等收入群体消费升级等方向。四大维度全面覆盖存量优化与增量开拓，能够更系统地捕捉消费领域的成长机遇。**食品饮料赛道的成长机遇更多来自存量替代逻辑，基于此，本篇报告将重点围绕存量优化型机会展开探讨。**



下载日志已记录，仅供内部参考

表 2：消费机会分类

机会大类	核心逻辑	细分方向	典型示例
存量优化型机会	同一消费需求下，更优方案对传统方案的替换，需求本质不变，抢占存量市场份额	健康属性替代；便捷性替代；性价比替代等	鸡肉/水产替代红肉；代糖替代蔗糖；预制菜替代家庭烹饪；外卖替代堂食；即时零售替代到店采购；折扣零售替代传统商超；白牌产品替代品牌溢价品等
品类升级型机会	同一品类内部，从基础款向高品质/高附加值升级，抬升单品价值与消费体验，做大存量蛋糕	功能品质升级；品牌体验升级等	普通护肤品→功效型护肤；普通家电→智能家电；基础奶→低温有机奶；大众服饰→设计师品牌；经济型酒店→中高端度假；景点打卡→深度文旅等
创新创造型机会	由技术、商业模式、社会文化驱动，创造全新品类、场景与需求，从 0 到 1 开辟增量市场	技术驱动新品类；新场景/新商业模式；情绪文化价值消费等	AI 消费硬件、智能家用设备、家用美容仪、潮玩手办、露营经济、剧本杀、直播电商衍生消费、国潮 IP 衍生、解压经济、盲盒、圈层兴趣消费等
结构红利型机会	人口结构、收入分层、区域差异带来的消费增量，源于市场结构变迁而非品类自身迭代	人群结构红利；区域下沉红利；收入分层红利等	银发经济、单身经济、Z 世代消费、适老化产品、县域餐饮连锁、下沉市场家电/美妆渗透、农村电商消费、中等收入群体消费升级、特定高端服务消费

数据来源：《扩大消费“十五五”规划》，《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》，Wind，东北证券

2. 健康诉求引领变革，食饮掘金存量替代

食饮领域存量优化机会可以划分为食材成品优化、原料配方优化、消费方案优化三个层次。核心逻辑均为消费底层诉求不变，寻找更优方案抢占存量市场份额。第一，食材与成品品类优化，直接更换消费者摄入的食品本身，包括植物基对传统肉蛋奶水产的蛋白优化；杂粮魔芋等对精制主食优化；水果消费内部，消费者鲜果诉求不变，从小众特色果品对传统大宗水果形成部分优化；调味品、奶酪等品类同样存在植物基优化机会。第二，原料配方优化，终端产品形态不变，完成内部配料迭代，典型如代糖替代蔗糖、低钠盐替代普通食盐，主要依托食品添加剂与新配料技术实现健康属性升级。第三，消费方案优化，整套消费行为切换，例如预制菜替代家庭烹饪、即食果切替代鲜果手工处理、代餐替代正餐，更多来自便捷性驱动。值得注意，不少赛道具备双重属性，以蓝莓等特色水果为例，一方面对传统鲜果形成存量替代，另一方面花青素等营养诉求也带来品类升级红利。

2.1. 健康理念持续渗透，配方食材迭代升级

配方与食材的健康品质优化，成为食品饮料存量优化的核心驱动力。在健康中国战略持续深化的大背景下，国家通过多层级的顶层设计与专项行动，不断强化全民健康科普宣教，引导国民建立科学的健康观念，潜移默化带动社会消费范式向健康化方向演进。从长期战略布局到阶段性专项落地，政策重心逐步由医疗卫生体系建设，延伸至大众日常生活方式塑造，重视居民健康素养的系统性提升，培育全社会形成注重合理膳食、主动管理自身健康的社会氛围。自上而下持续的理念引导，深刻改变国内居民的消费认知。随着大众健康意识不断觉醒，消费者的决策逻辑发生明显变化，消费考量不再局限于口感、性价比等传统要素，营养价值、膳食均衡逐步成为选购商品的重要标尺。这种认知层面的转变，持续释放健康消费的市场潜力，推动消费升级进程当中健康化成为不可忽视的主线。国民对膳食结构优化的诉求持续抬升。政策更多起到价值引导的作用，并不直接干预市场供给，核心是完成消费者群体观念的培育。当健康理念逐步深入人心，健康消费就脱离短期营销热点属性，转化为居民生活方式迭代带来的结构性趋势。健康中国建设的持续推进，不断夯实健康消费行业的需求基本盘，也为相关产业的中长期发展奠定确定性基础。在 2026 年《国民健康“十五五”规划》中明确提出到 2030 年健康优先发展战略制度体系逐步建立，主要健康指标进入高收入国家行列。

下载日志已记录，仅供内部参考

表 3：健康中国相关政策

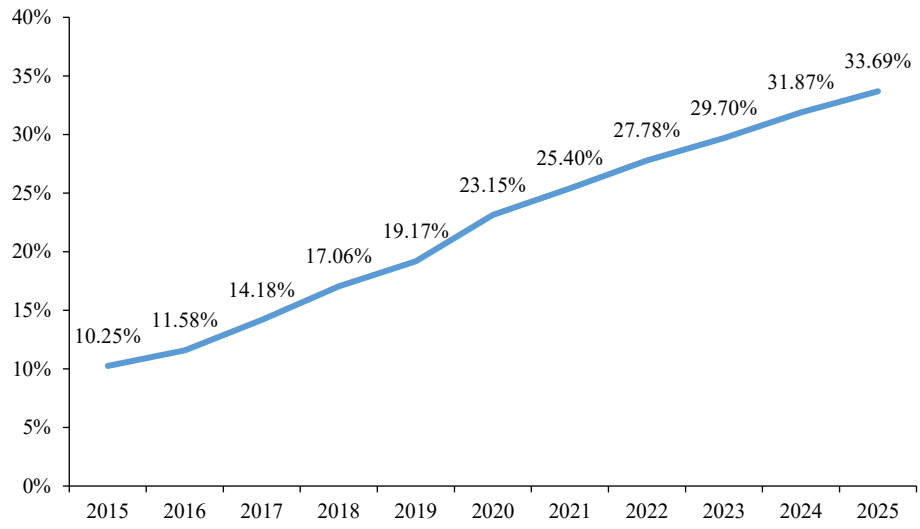
发布时间	部门	政策名称	相关内容
2026/07	国务院	《国民健康“十五五”规划》	到 2030 年，健康优先发展战略制度体系逐步建立，健康促进政策制度体系更加健全，中国特色基本医疗卫生制度更加完善，公共卫生安全保障能力和基层防病治病、健康管理能力显著提升，医疗卫生资源配置更加优化，多层次医疗保障体系进一步完善，面向人民生命健康的教育科技人才一体发展格局基本形成，我国在世界传统医药发展中的引领地位进一步巩固，健康中国建设取得决定性进展，健康生活方式加快普及，重大慢性病发病率上升趋势得到有效控制，人均预期寿命达到 80 岁，主要健康指标进入高收入国家行列。
2025/07	国家疾控局等	《健康中国行动—健康环境促进行动实施方案（2025—2030 年）》	到 2030 年，达到《健康中国行动（2019—2030 年）》提出的关于健康环境 2 个结果性指标和 4 个倡导性指标要求：实现居民饮用水水质达标情况持续改善，居民环境与健康素养水平达到 25%及以上；倡导生活垃圾分类，倡导防治室内空气污染，倡导学校、医院等人员密集场所定期开展应急演练，倡导提高自身健康防护意识和能力。
2024/05	国家卫健委等	《全民健康素养提升三年行动方案（2024-2027 年）》	优质健康科普产品供给更加丰富，健康科普服务的覆盖面、触达率和有效性进一步提升；健康科普信息传播环境更加清朗，权威健康科普作品全方位、多渠道推送，虚假错误信息得到坚决遏制；健康教育人才队伍更加壮大，医疗卫生机构和医疗卫生人员投身健康教育的专业性、主动性、创造性进一步增强；动员社会各界支持参与更加广泛，社会力量和人民群众参与健康教育的机会和平台进一步拓展；全国居民健康素养水平持续提升，中国公民中医药健康文化素养水平持续提升。
2022/04	国务院	《“十四五”国民健康规划》	展望 2035 年，建立与基本实现社会主义现代化相适应的卫生健康体系，中国特色基本医疗卫生制度更加完善，人均预期寿命达到 80 岁以上，人均健康预期寿命逐步提高
2021/03	全国人民代表大会	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	全面推进健康中国建设。把保障人民健康放在优先发展的战略位置，坚持预防为主的方针，深入实施健康中国行动，完善国民健康促进政策，织牢国家公共卫生防护网，为人民提供全方位全生命期健康服务
2019/07	国务院	《健康中国行动（2019—2030 年）》	以“大卫生、大健康”为理念，坚持预防为主、防治结合的原则，以基层为重点，以改革创新为动力，中西医并重，把健康融入所有政策，针对重大疾病和一些突出问题，聚焦重点人群，实施 15 个重大行动，政府、社会、个人协同推进，建立健全健康教育体系，促进以治病为中心向以健康为中心转变，提高人民健康水平
2017/06	国务院	《国民营养计划（2017—2030 年）》	规范指导满足不同需求的食物营养健康产业发展。开发利用我国丰富的特色农产品资源，针对不同人群的健康需求，着力发展保健食品、营养强化食品、双蛋白食物等新型营养健康食品。加强产业指导，规范市场秩序，科学引导消费，促进生产、消费、营养、健康协调发展
2016/10	中共中央国务院	《“健康中国 2030”规划纲要》	到 2030 年，促进全民健康的制度体系更加完善，健康领域发展更加协调，健康生活方式得到普及，健康服务质量和健康保障水平不断提高，健康产业繁荣发展，基本实现健康公平，主要健康指标进入高收入国家行列。到 2050 年，建成与社会主义现代化国家相适应的健康国家

数据来源：政府公文，东北证券

下载日志已记录，仅供内部参考

随着全民健康理念持续普及，国内居民整体健康素养水平不断抬升，促使健康饮食逐步成为消费升级大背景下具备长期确定性的重要发展方向。根据国家卫健委公开数据，我国居民健康素养水平自 2015 年以来呈现持续上行态势，至 2025 年已经达到 33.7%。健康素养指标的稳步走高，直观反映大众健康意识正在不断觉醒。不再仅仅满足吃饱吃好，普通消费者开始主动关注膳食结构优化，科学膳食、均衡营养、运动健身等理念逐步向全民层面深度渗透。消费观念迭代自上而下传导至日常饮食选择，大众对于食物的评判标准，由过去侧重口味、价格，转向更加看重营养成分、蛋白含量等核心要素。这一底层需求变化，为整个健康饮食赛道的高速扩容筑牢坚实的需求基本盘。在消费升级的长期逻辑之下，居民对健康类食品的偏好并非短期热潮，而是源于国民健康认知进化带来结构性转变。行业层面来看，需求端的确定性改善，将持续打开相关健康化产品的成长空间，上游原料、加工食品等细分领域均有望充分受益于这一大趋势。

图 10：居民健康素养水平



数据来源：国家卫生健康委，东北证券

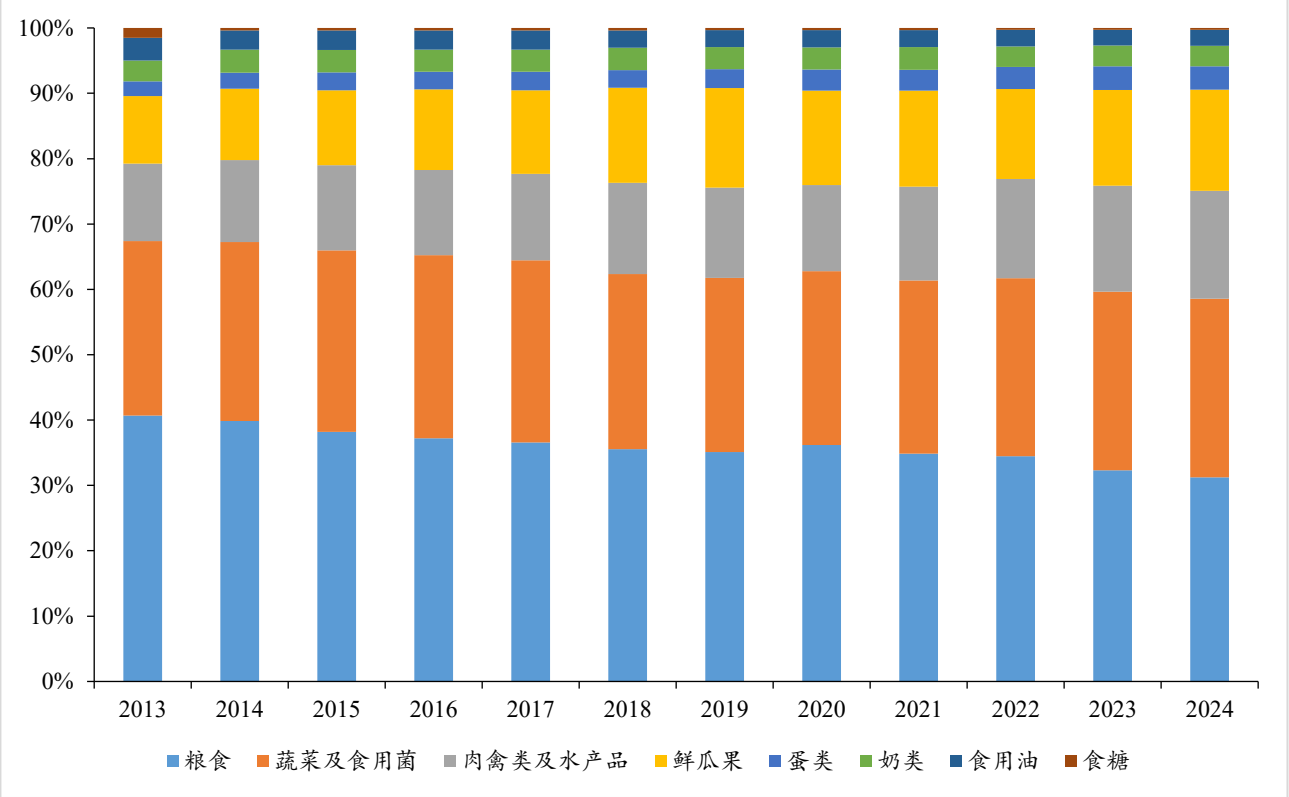
2.2. 碳水依赖逐步降低，蛋白果蔬扩容升级

随着居民收入水平提升以及健康膳食理念逐步普及，我国居民食品消费结构持续优化。整体呈现主粮消费占比下行，肉禽水产品、果蔬、蛋奶等品类消费稳步提升的特征。从 2013-2024 年国家统计局人均食品消费数据来看，作为传统主食的原粮消费量整体趋势向下，人均粮食消费量由 2013 年 148.71 千克回落至 2024 年 124.37 千克，反映居民膳食逐步降低对碳水主食的依赖。

结构层面分化明显：一方面，蔬菜食用菌、鲜瓜果消费整体上行，2013 年至 2024 年间，人均蔬菜及食用菌消费量自 97.50 千克提升至 108.60 千克，鲜果从 37.79 千克增长至 61.61 千克；蛋类、奶类消费增长尤为亮眼，人均蛋类消费量由 8.2 千克提升至 14.1 千克，奶类从 11.7 千克上涨至 12.6 千克。另一方面，肉禽及水产品作为动物蛋白主要来源，在整体膳食当中消费占比持续扩张。与此同时食用油、食糖的人均消费量小幅回落，体现居民控油控糖的饮食诉求。收入增长带来消费能力改善是膳食结构转型的基础条件，而国民健康意识觉醒进一步加速这一变化。过去膳食以碳水主食为绝对核心，现阶段消费者更加看重营养均衡，主动增加果蔬维生素以及肉、蛋、奶带来的优质蛋白摄入，主动调整饮食配比。除去短期价格扰动因素，中长期来看，居民膳食变迁由收入水平、健康认知共同驱动，饮食模式逐步由“吃得饱”向“吃得好、吃得健康”转变。展望未来，随着健康消费理念进一步深入人心，肉禽水产、果蔬、蛋奶等营养食品赛道有望持续迎来需求扩容。

下载日志已记录，仅供内部参考

图 11：居民人均主要食品消费量



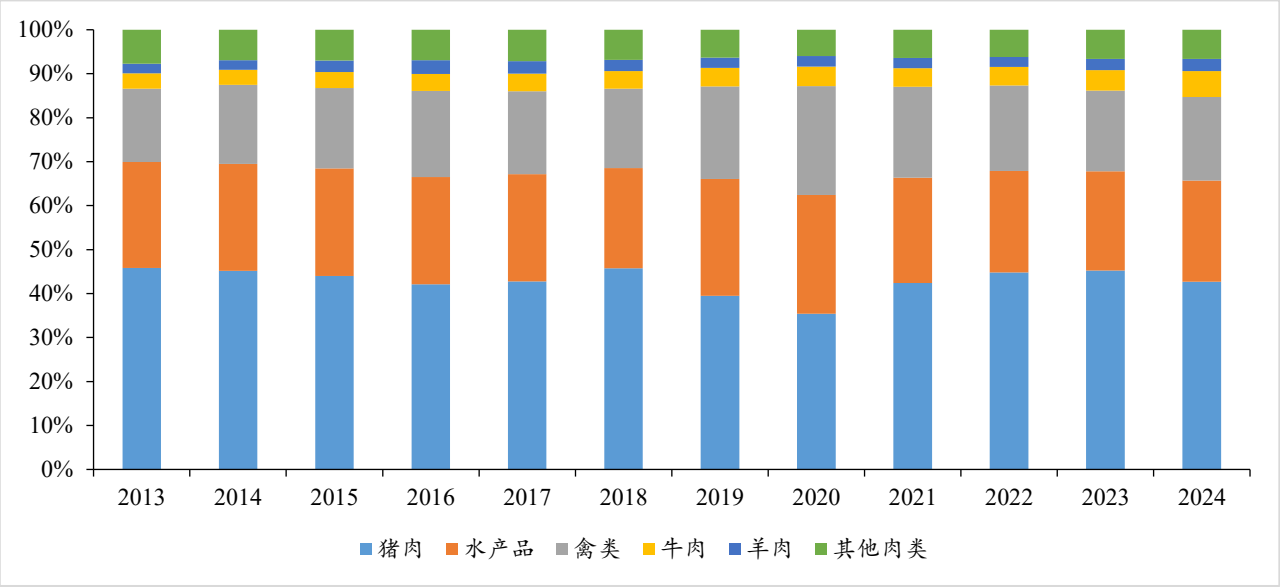
数据来源：Wind，东北证券

2.2.1. 健康膳食引导选择，低脂蛋白持续扩容

健康膳食驱动动物蛋白消费多元化，禽肉、水产品对猪肉的存量替代趋势显现。从动物源性食品消费结构来看，2013-2024 年国内动物蛋白消费依旧保持猪肉主导的基本格局，猪肉仍是我国居民最重要的动物蛋白来源。虽然猪肉的绝对消费量仍有所抬升，但在整体动物源性食品当中的消费占比呈现下行态势，反映消费结构正在发生潜移默化的调整。对比各细分品类，禽类的占比提升表现最为突出，伴随居民膳食观念转变，低脂属性的禽肉越来越受到消费者青睐；水产品消费占比持续扩张，由 2013 年 10.4kg 增长至 2024 年 15.1kg，作为优质蛋白来源的重要性不断增强，牛肉、羊肉消费占比亦有小幅改善。阶段性来看，肉类消费结构会受到行业价格周期扰动，典型如 2019-2020 年非洲猪瘟疫情，造成猪肉供给紧张、肉价大幅上涨，猪肉消费被动收缩，具备高性价比的禽肉作为替代蛋白迎来短期需求爆发。随着后续猪周期修复，猪肉供给回归常态，但多元化消费趋势并未逆转；2024 年牛羊肉价格回落，进一步释放牛羊肉消费潜力。剔除短期价格带来的扰动因素，中长期逻辑更多来自居民收入提升与健康意识觉醒。大众不再单纯依赖猪肉获取动物蛋白，主动丰富蛋白来源，逐步降低对单一品类的依赖，推动动物蛋白消费走向多元化。展望未来，在健康膳食理念持续渗透之下，禽肉、水产品这类优质低脂蛋白赛道，有望迎来持续性的需求扩容机遇。

下载日志已记录，仅供内部参考

图 12：我国动物源性食品消费结构



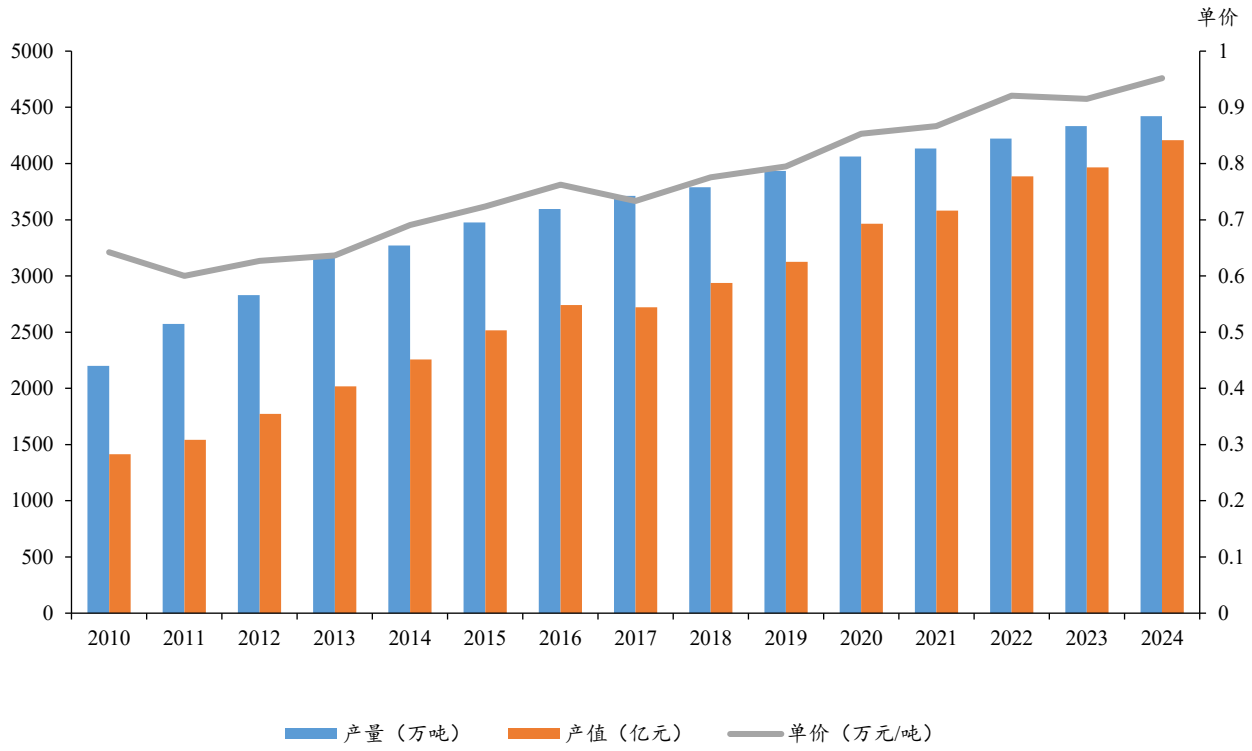
数据来源：Wind，东北证券

2.2.2. 蔬菜消费稳步扩容，食用菌赛道量价齐升

蔬菜消费增长，看好食用菌赛道景气向好。我国食用菌市场规模稳步提升，产业发展韧性与高质量转型特征显著。产量方面，全国食用菌总产量从 2010 年的 2201.16 万吨持续攀升至 2024 年的 4419.90 万吨，14 年间实现产量翻倍，年复合增长率达 5.1%，整体保持稳健增长态势，产业供给能力持续增强，牢牢站稳全球食用菌生产第一大国的地位。产值端增长表现更为突出，行业总产值从 2010 年的 1413.22 亿元增长至 2024 年的 4207.07 亿元，14 年间产业规模扩大近 2 倍，年复合增长率达 8.12%，产值增速显著跑赢产量增速，单吨价值不断上行，从 2010 年的 0.64 万元/吨稳步提升至 2024 年的 0.95 万元/吨，充分印证我国食用菌产业正逐步从传统规模扩张型向高质量、高附加值方向转型，产品结构持续优化，特色珍稀品类、精深加工产品占比不断提升，行业整体溢价能力与盈利水平稳步增强，已成为我国乡村振兴与特色农业发展中的核心优势产业。

下载日志已记录，仅供内部参考

图 13：2010 年以来我国食用菌行业量价齐升

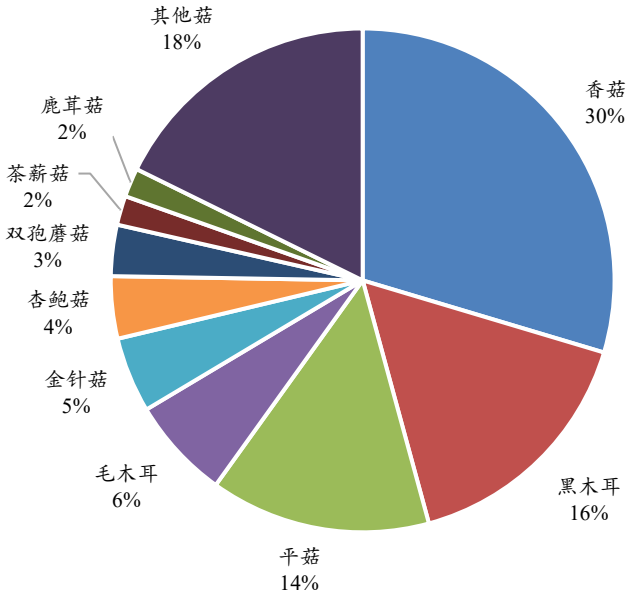


数据来源：中国食用菌协会，东北证券

我国食用菌行业品类丰富、供给多元，工业化升级空间巨大。从 2024 年产量结构看，品类集中度较高且梯队分明：香菇以 30%的占比稳居行业第一大品种，是绝对核心品类；黑木耳（16%）、平菇（14%）紧随其后，与香菇共同构成核心供给梯队，三者合计占比超六成，奠定了行业产量的基本盘；毛木耳（6%）、金针菇（5%）、杏鲍菇（4%）等品种则形成补充梯队，共同丰富了市场供给结构。从生产模式维度看，香菇、黑木耳、平菇等核心品种仍以农户分散种植为主体，依赖传统栽培模式与家庭作坊式经营，是我国食用菌供给的基础力量，具备成本优势但规模化程度较低；而在工业化、集约化生产领域，金针菇凭借成熟的标准化栽培技术与适合工厂化立体培育的特性，成为工业化生产占比最高的食用菌品种，代表了行业现代化发展的方向，推动了生产效率与产品稳定性的提升。

下载日志已记录，仅供内部参考

图 14：2024 年我国各种食用菌产量占比



数据来源：中国食用菌协会，东北证券

新兴特色品类快速扩容，中长期具备可观的成长空间。其中，香菇、黑木耳、平菇作为行业内产量规模位居前三的头部成熟品类，2020-2024 年产量累计增速分别为 10.19%、0.99%、-8.44%，整体增速保持平稳，赛道格局已进入成熟固化阶段，构成了行业供给的核心基本盘。与此同时，国内食用菌消费多元化、品质化升级趋势持续深化，鹿茸菇、冬虫夏草、长根菇（黑皮鸡枞）、大球盖菇等新兴特色品类迎来爆发式增长，成为驱动行业增长的全新动能。根据中国食用菌协会，2020-2024 年鹿茸菇产量累计增速高达 6964.65%，冬虫夏草、长根菇（黑皮鸡枞）、大球盖菇同期累计增速也分别达到 515.42%、273.97%、177.76%，均实现了规模跃升，充分展现出新兴细分赛道较强的市场活力与增长潜力。

下载日志已记录，仅供内部参考

图 15：新兴特色品类高速扩容

类别	品种	2020-2024 年累计增速	2024 年产量（万 t）
大宗传统品种	香菇	10.19%	1309.28
	黑木耳	0.99%	713.41
	平菇	-8.44%	625.32
高增速新兴品种	鹿茸菇	6964.65%	81.88
	冬虫夏草	515.42%	0.03
	长根菇（黑皮鸡枞）	273.97%	7.29
	大球盖菇	177.76%	55.82
	红椎菌	136.55%	0.83
	北虫草	130.63%	19.11

数据来源：中国食用菌协会，东北证券

2.2.3. 鲜果消费温和扩容，特色品类结构突围

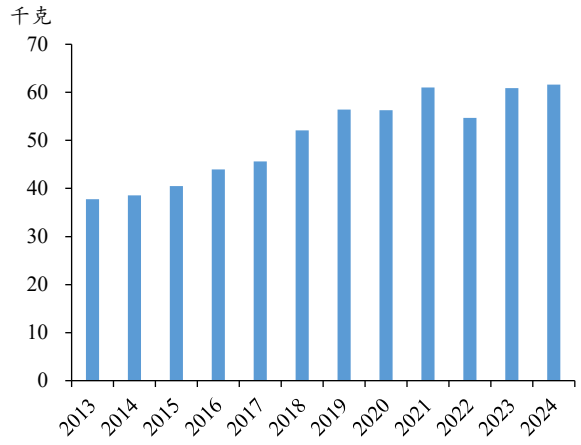
随着居民收入提升与健康膳食理念持续渗透，国内鲜果整体消费规模持续增长。从住户调查数据看，2013-2024 年我国居民人均鲜瓜果消费量稳步抬升，但对比《中国居民膳食指南》每日 200-350g 推荐摄入量，整体人均消费水平仍具备向上空间。

从供给端来看，柑橘、苹果这类传统大宗水果仍是国内水果生产与消费的基本盘，但品类结构正在发生明显分化：传统果品占比趋于平稳，蓝莓、榴莲等小众特色水果展现出更快的增长势能，一方面进口鲜果（榴莲、车厘子等）需求旺盛，另一方面以蓝莓为代表的国产特色小水果国产化进程加速，成为行业重要增量来源。冷链物流体系不断完善打破时令约束，各类果品实现全年常态化供应，充分释放消费者尝鲜需求。

消费端逻辑随之迭代：健康诉求不断强化，消费者愈发重视水果富含维生素、膳食纤维的营养价值；同时水果逐步跳出家庭餐桌单一用途，向代餐零食、社交礼赠、即食果切等多元场景延伸。价格层面，关税下调、国产规模化生产推动部分高端果品价格下沉，带动大众消费普及；与此同时优质优价趋势凸显，消费者愿意为果品品质、标准化分级支付溢价。短期维度，受消费习惯、流通损耗影响，整体鲜果人均消费很难迎来爆发式增长，行业总量以温和上行为主；但结构层面的红利更为突出，相比于成熟大宗果品，小众特色水果有望凭借差异化属性实现更高增速。中长期来看，居民收入提高、健康膳食观念普及是行业核心驱动力，在大食物观导向下，鲜果行业的机会更多来自结构性升级，特色小众果品赛道值得重点关注。

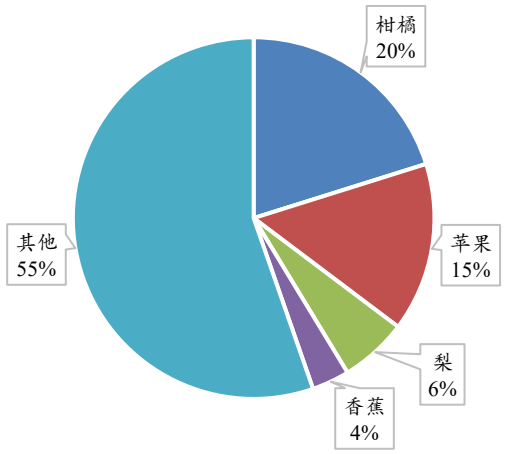
下载日志已记录，仅供内部参考

图 16：中国:居民人均食品消费量:鲜瓜果



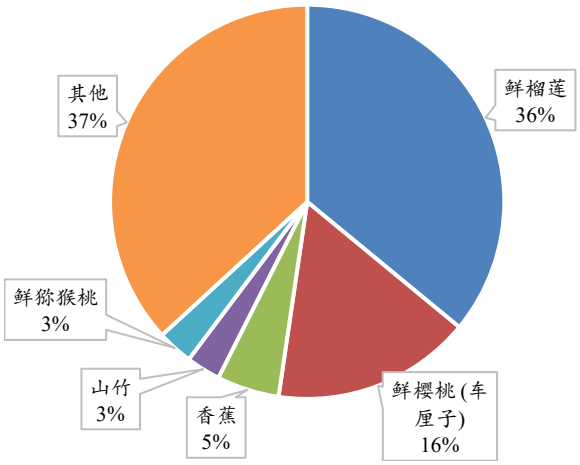
数据来源：Wind，东北证券

图 17：2025 年我国水果产量分布



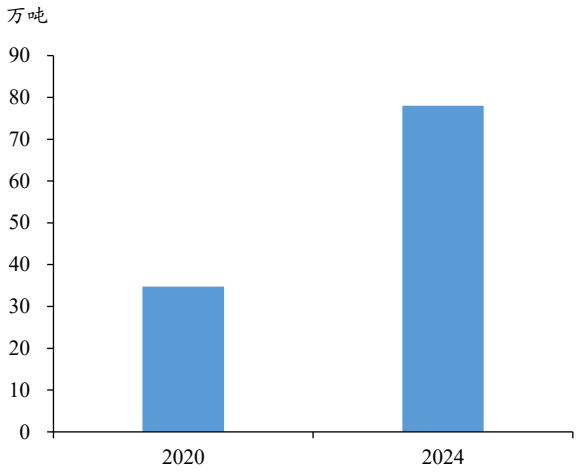
数据来源：艾格农业，东北证券

图 18：2025 年我国进口水果金额分布



数据来源：艾格农业，东北证券

图 19：我国蓝莓产量



数据来源：吉林农业大学学报，东北证券

2.3. 食品配方健康升级，营养配料不断创新

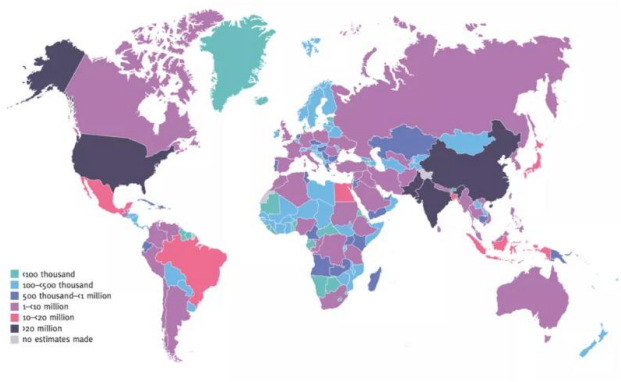
配方健康化调改大多属于原料配方层面的存量替代，终端成品形态基本不变，通过上游配料迭代实现健康属性升级，已经在多个细分赛道落地应用。代糖替代蔗糖是最为典型案例，无糖饮料、新式茶饮、烘焙零食广泛采用糖醇、天然甜味剂复配方案替换传统蔗糖，实现降热量控糖分，带动减糖浪潮持续渗透；膳食纤维更多以配方补强为主，部分代餐、谷物制品中以抗性糊精等纤维原料替代部分精制淀粉，降低快碳水占比。多数场景下则作为新增功能性配料加入饮料、酸奶与休闲食品，强化纤维营养属性；调味品领域，低钠盐逐步替代普通食盐，以氯化钾部分置换氯化钠，实现钠含量下调，薄盐酱油、减盐调味品不断丰富供给；Omega-3 营养原料赛道中，藻油对鱼油形成选择性的部分存量替代。除此以外行业还有多条配方调改线索：迷迭香提取物等天然抗氧化剂部分替代人工抗氧化剂，迎合清洁标签诉求；结构化植物油局部替代氢化油脂，降低配方反式脂肪酸等等。此外，新型蛋白配料也开启配方替代探索，酵母蛋白、菌丝蛋白等发酵来源蛋白，逐步尝试添加至饮料、植物基食品、肉制品，在原有产品形态不变前提下，部分替代原有蛋白源并提升整体蛋白含量。随着供应链完善与成本优化，未来配方端替代空间值得期待。

下载日志已记录，仅供内部参考

2.3.1. 减糖大势加速推进，阿洛酮糖崛起为新星

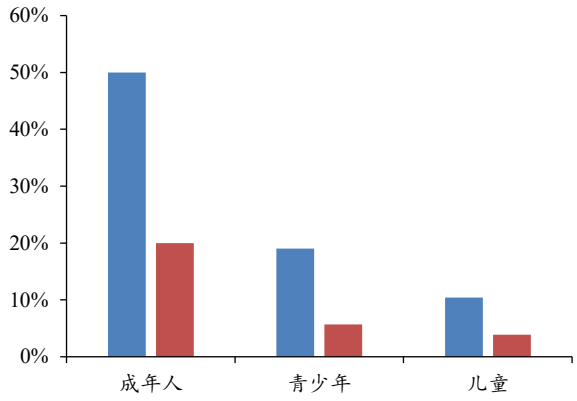
健康问题下我国居民控糖减糖迫在眉睫。与低糖或无糖摄入者相比，过量摄入食糖的人群在前列腺癌、胰腺癌、糖尿病、痛风、肥胖、高血压、中风等数十种疾病上的风险显著增加。在我国，部分疾病的发病率已经相当高。根据国际糖尿病联盟的数据，2021 年全球约有 5.4 亿成年人（20-79 岁）患有糖尿病，预计到 2030 年，这一数字将增长至 6.4 亿，增幅达 18.5%。中国是糖尿病患者人数最多的国家，2021 年患者人数已达 1.4 亿，较 2011 年增长了 56.4%，预计到 2030 年患者人数将增至 1.6 亿，增幅为 16.5%。此外，我国居民肥胖问题同样不容忽视。《中国居民营养与慢性病状况报告》显示，2021 年我国成年人超重肥胖率预计达到 50%，比 1992 年增加了 30pct，而 2021 年青少年和儿童的超重肥胖率预计分别为 19.0%和 10.4%，较 1992 年分别增加了 13.3pct 和 6.5pct。

图 20：全球糖尿病地图



数据来源：IDF，东北证券

图 21：1992 与 2021 年我国超重肥胖率对比

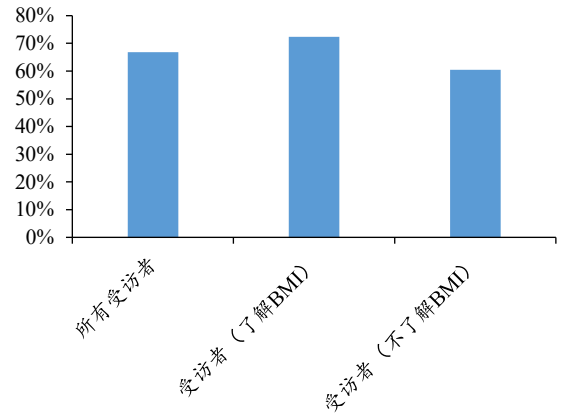


数据来源：《中国居民营养与慢性病状况报告（2020 年）》，东北证券，注：24≤BMI<28 为超重，28≤BMI 为肥胖

消费者正越来越多地选择低糖生活方式。根据 CFIC 发布的《中国消费者糖认知状况及控糖行为调查报告》，66.83%的受访者表示他们正在有意识地减少糖分摄入。在了解身体质量指数（BMI）的人群中，这一比例更是高达 72.34%，这表明健康指标的普及能够显著增强人们的控糖意识。在控糖方法的调查中，78%的受访者表示他们主要通过减少预包装食品中的糖分摄入来实现控糖目标。而在预包装食品中，含糖饮料、糖果和巧克力以及糕点是最受关注的三大类。

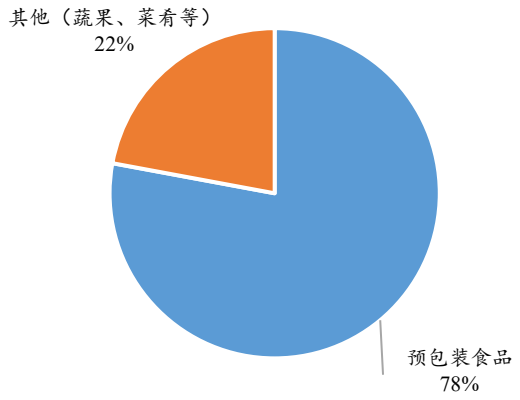
下载日志已记录，仅供内部参考

图 22：正在有意识地控制糖摄入的受访者比例



数据来源：CFIC，东北证券

图 23：受访者的控糖渠道



数据来源：CFIC，东北证券

国内减糖相关政策持续出台，对居民添加糖摄入的引导约束力度逐步加强。2016 年中共中央、国务院印发《“健康中国 2030”规划纲要》，针对国内健康服务供给与不断增长健康需求之间的矛盾，明确提出至 2030 年我国主要健康指标迈入高收入国家行列、2050 年建成与社会主义现代化国家相适配的健康国家的总体目标，控糖减糖由此成为落实健康中国建设的重要抓手。2019 年《健康中国行动（2019—2030 年）》进一步细化减糖要求，设定人均每日添加糖摄入不超过 25 克的量化标准；推动全民营养周、“三减三健”（减盐、减油、减糖，健康口腔、健康体重、健康骨骼）科普宣教，引导消费者降低蔗糖摄入水平，同时倡导食品生产企业采用合规天然甜味物质与甜味剂替代蔗糖。后续 2022 年《“十四五”国民健康规划》以及 2024 年《健康中国行动——糖尿病防治行动实施方案（2024—2030 年）》，对减糖专项行动予以持续重申与强化。

下载日志已记录，仅供内部参考

表 4：我国近年来减糖相关政策

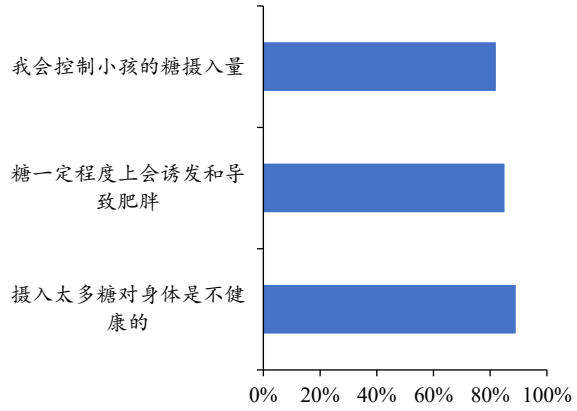
发布时间	部门	政策名称	相关内容
2025/07	卫健委	《食品安全国家标准预包装食品标签通则》	将糖列为预包装食品强制标示项目，标准规定预包装食品应在营养成分表下方强制标示“儿童青少年应避免过量摄入盐油糖”,豁免标示营养标签的预包装食品可同样豁免标示该提示语。
2025/02	农业农村部	《中国食物与营养发展纲要（2025—2030年）》	到 2030 年，多元化食物供给体系更加完善，食物优质化、特色化、品牌化水平持续提升。食物消费结构向营养健康型转变,食物与营养摄入更加均衡合理，营养健康状况进一步改善。在食物与营养素摄入方面，食盐和添加糖的摄入量分别不超过 5 克和 25 克。
2024/07	卫健委	《健康中国行动——糖尿病防治行动实施方案(2024—2030 年)》	普及健康生活方式。强化每个人是自己健康第一责任人的理念，树立主动健康观念，提高居民对糖尿病危险因素的认识，指导大众科学开展自我健康管理。推进全民健康生活方式行动，深入开展“三减三健”（减盐、减油、减糖、健康口腔、健康体重、健康骨骼）和“体重管理年”等专项行动，开发推广健康适宜技术和支持工具，增强群众促进和维护自身健康的能力。
2022/04	国务院	《“十四五”国民健康规划》	全面实施全民健康生活方式行动，推进“三减三健”（减盐、减油、减糖，健康口腔、健康体质、健康骨骼）等专项行动。
2019/07	国务院	《健康中国行动（2019—2030 年）》	控制添加糖的摄入量，人均每日添加糖摄入量不高于 25g；鼓励全社会共同参与全民营养周、“三减三健”（减盐、减油、减糖，健康口腔、健康体重、健康骨骼）等的宣教活动。鼓励消费者减少蔗糖摄入量。倡导食品生产经营者使用食品安全标准允许使用的天然甜味物质和甜味剂取代蔗糖。
2019/02	卫健委	《健康口腔行动方案(2019-2025)》	开展“减糖”专项行动。结合健康校园建设，中小学校及托幼机构限制销售高糖饮料和零食，食堂减少含糖饮料和高糖食品供应。向居民传授健康食品选择和健康烹饪技巧，鼓励企业进行“低糖”或者“无糖”的声称，提高消费者正确认读食品营养标签添加糖的能力。
2017/06	国务院	《国民营养计划（2017—2030 年）》	积极推进全民健康生活方式行动，广泛开展以“三减三健”（减盐、减油、减糖，健康口腔、健康体重、健康骨骼）为重点的专项行动。优先研究加工食品中油、盐、糖用量及其与健康的相关性，适时出台加工食品中油、盐、糖的控制措施。

数据来源：政府公文，东北证券

居民希望既能享受甜味又能控制食糖摄入。随着健康意识的不断提升，居民端也越来越意识到减少糖分摄入的重要性。根据益普索《消费者减糖行为和态度研究（2021）》报告，大多数居民已经认识到过量摄入糖分的危害，其中 89%的受访者认可摄入太多糖对身体是不健康的。但同时人们也享受糖分带来的味觉愉悦，74%受访者认为很多食物没有糖就变得不好吃。人们所存在的这种对食糖的矛盾态度，反映了人们渴求一种既能持续提供甜味又能控制食糖摄入的方式。

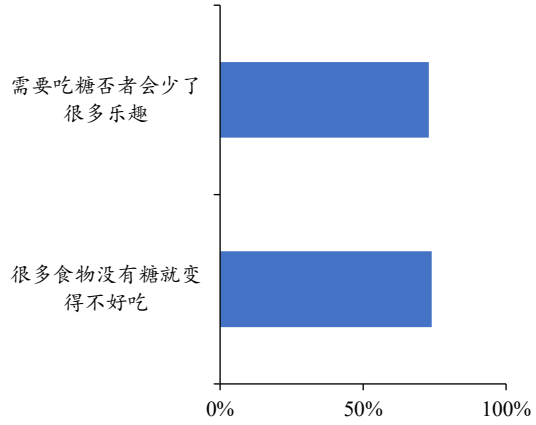
下载日志已记录，仅供内部参考

图 24：居民意识到摄入糖过多的危害



数据来源：益普索，东北证券

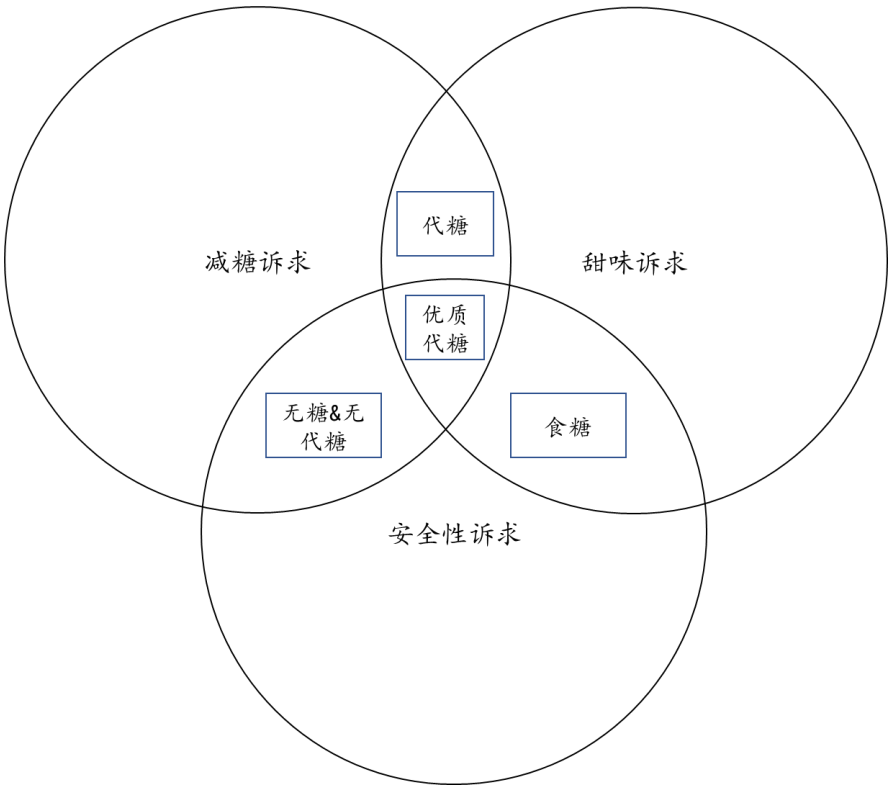
图 25：同时也认可糖带来的味觉享受



数据来源：益普索，东北证券

优质代糖提供减糖控糖、追求甜味和使用安全性三者矛盾诉求的解决方案。我们把人们围绕“甜味”的需求细化为三个层面：减糖需求、甜味需求和安全性需求。具体来说，减糖需求是指人们出于健康考虑，主动减少糖分摄入的愿望；甜味需求则是人类基因中固有的对甜味的偏好；而安全性需求则是对代糖产品本身特性的要求。代糖产品满足了人们对减糖和甜味的双重需求，因此，像糖精、甜蜜素等早期代糖在上个世纪得到了广泛的应用。然而，随着科学研究对代糖安全性的深入了解，早期代糖的安全性问题促使市场转向了更优质的替代品。随着代糖技术的不断研发，新一代的优质代糖产品不仅能够提供甜味，还能确保使用安全，因此成为了市场上更受欢迎的选择，逐渐对原有代糖产品的替代。

图 26：减糖控糖、追求甜味和使用安全性三者矛盾诉求及解决方案

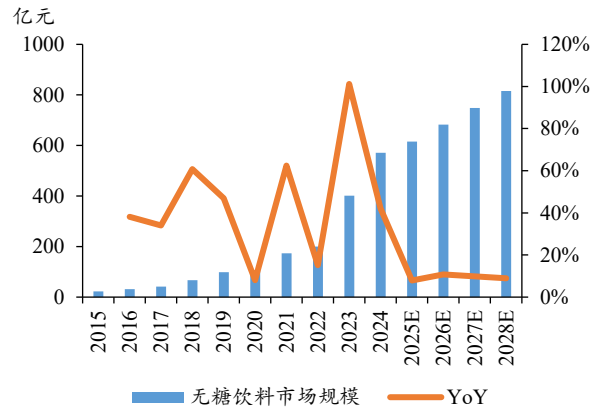


数据来源：自制，东北证券

下载日志已记录，仅供内部参考

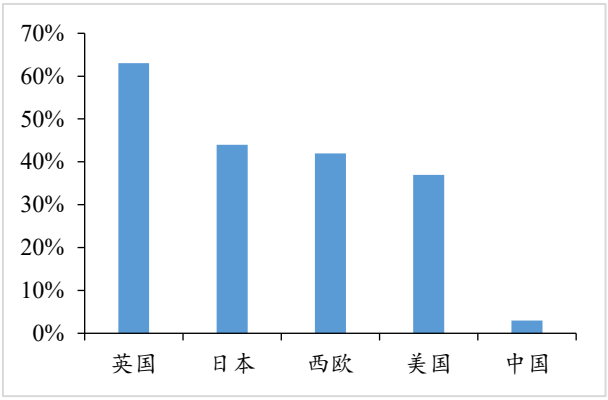
无糖饮料在国外逐渐成为主流品种，我国市场潜在增长空间大。根据艾媒咨询，我国无糖饮料市场规模快速扩张，由 2015 年 22.6 亿增长至 2024 年的 570.5 亿，CAGR 达到 43%，但相较于海外发达国家，我国无糖饮料未来还有巨大的成长潜力。无糖饮料在欧美发达国家已经成为消费者普遍使用的饮料产品，其中英国市场的无糖饮料渗透率相对较高，达到 63%，西欧和美国均在 40%上下，而与我国消费习惯相近的日本市场渗透率也超过 40%。与发达国家相比，我国无糖饮料渗透率还处于较低的水平，仅为 3%左右。伴随居民健康控糖意识持续提升、减糖相关政策不断落地，国内无糖饮料赛道具备可观的潜在成长空间。

图 27：无糖饮料市场规模



数据来源：艾媒咨询，东北证券

图 28：无糖饮料渗透率



数据来源：智研咨询，东北证券

阿洛酮糖综合性质优异，有望成为下一代明星代糖。阿洛酮糖是一种在自然界中含量极低的天然代糖，它的甜味和口感与蔗糖非常相似，但热量却远低于蔗糖，因此对于肥胖和糖尿病患者来说，是一种理想的蔗糖替代品。与市场上现有的主流甜味剂相比，阿洛酮糖在多个方面展现出优势。在口味上，它口感柔和细致，甜味温和细致，食用期间与之后都没有不良口感，且在各种温度下都能保持与高纯度蔗糖极为相似的稳定甜味。在应用上，阿洛酮糖在高温和酸性环境下都显示出较强的稳定性，并且能够引发美拉德反应，使其适用于烘焙产品、调味品以及低 pH 值的食品饮料中。此外，阿洛酮糖还具有降低血糖和血脂、抑制癌变、抗炎等生理功效，同时具备一定的保健功能，能够提高血浆胰岛素浓度，降低血糖，增加肝糖原含量等。根据华经产业研究院，2025 年全球阿洛酮糖市场规模为 3.65 亿美元。从区域消费格局来看，美国是全球第一大阿洛酮糖消费市场，中国紧随其后位列第二，美国、中国、德国、英国四大主要消费国家合计占据全球接近一半市场份额，其余需求分散在世界其他地区。展望行业发展，预计至 2033 年全球阿洛酮糖市场规模有望扩张至 7.3 亿美元，行业具备较大增长空间。

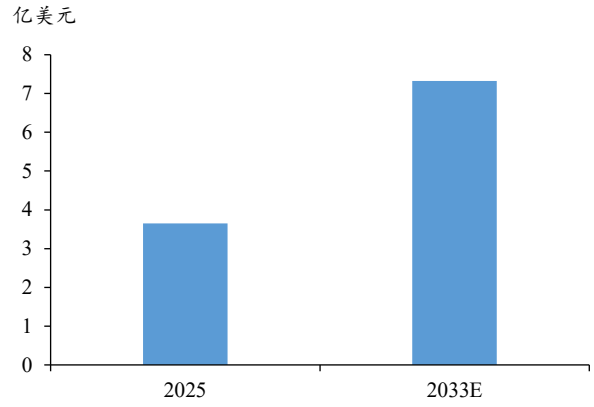
下载日志已记录，仅供内部参考

表 5：阿洛酮糖与市面主流甜味剂相比的主要优势

主要特性	具体原因
口感/理化特性	甜度细致柔和接近蔗糖，甜度相当于蔗糖的 70%，与蔗糖相比热量更低（0.4kcal/g），且在各种温度下均拥有与高纯度蔗糖极为相似的、稳定的纯甜味
应用特性	高温和酸性环境下均有较强的稳定性，可产生美拉德反应，可应用于烘焙产品、调味品、低 PH 值的食品饮料中
安全性	不会被人体代谢，对肠道微生物具有较低的发酵利用度，不会引起肠胃不适，且具备降血糖血脂、抑制癌变、抗炎等生理功效。
低热减脂	进入人体几乎不发生代谢、不提供热量，并通过释放 GLP-1 作用于大脑，增强饱腹感，降低小肠对葡萄糖、果糖等糖类的吸收速率，从而减少人体内脂肪的积累。
保健功能	阿洛酮糖能提高血浆胰岛素浓度，降低血糖，增加肝糖原含量，对胰岛腺细胞有活化作用,未来在医药方面潜力巨大。

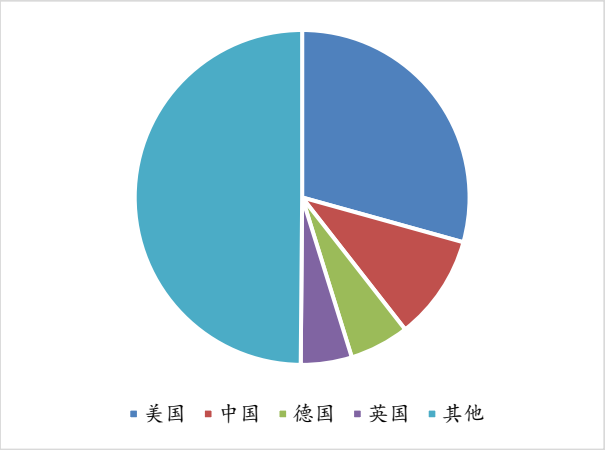
数据来源：观研天下，东北证券

图 29：全球阿洛酮糖市场规模



数据来源：华经产业研究院，东北证券

图 30：全球阿洛酮糖规模区域分布



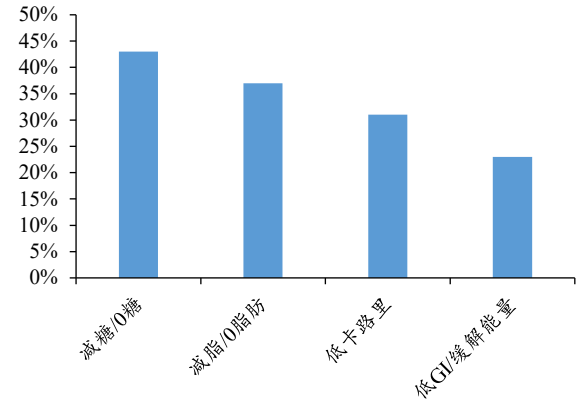
数据来源：华经产业研究院，东北证券

2.3.2. 配方升级做加法，功能配料迎扩容

膳食纤维、益生菌、益生元等健康配料有望持续渗透。代糖对传统蔗糖的替代，是食品配方健康“减法”的典型实践，依靠原料替换实现降糖诉求。但配料优化的替代逻辑并不止步于甜味体系：除了做减法剔除不利组分，食品配方升级也在健康“加法”过程中演绎出新的替代趋势，膳食纤维、益生元等原料逐步部分替代配方内的精制碳水，各类功能性、营养型配料迎来快速发展机遇。随着国民健康意识持续提升，大众对于营养保健原料的需求不断释放，主打提升免疫力的蛋白粉、改善肠道健康的膳食纤维与益生元等原料日益受到市场青睐。益普索调研结果反映出消费诉求的二元特征：一方面，减糖/0 糖、减脂/0 脂肪等健康“减法”诉求广受认可；另一方面，添加益生菌、膳食纤维、维生素、高蛋白等健康“加法”诉求持续走强。在加法逻辑当中，既包含单纯新增营养组分，也存在膳食纤维、益生元置换精制淀粉碳水的配方改造。在健康消费长期趋势驱动下，食品饮料行业持续走向配方健康化，推动多元化健康原料不断向普通休闲食品饮料渗透，持续打开行业成长空间。

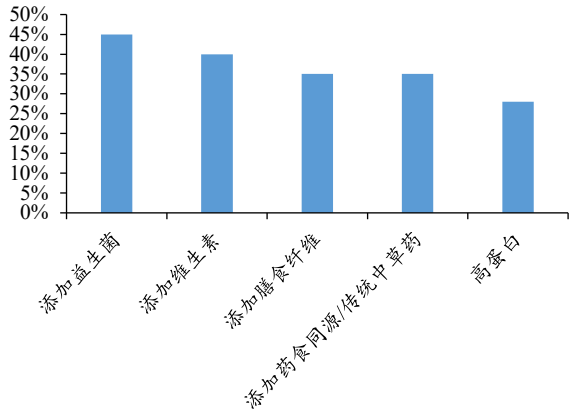
下载日志已记录，仅供内部参考

图 31：吸引消费者的健康“减法”



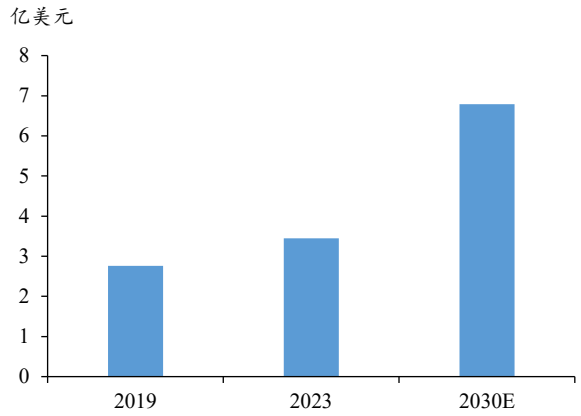
数据来源：益普索，东北证券

图 32：吸引消费者的健康“加法”



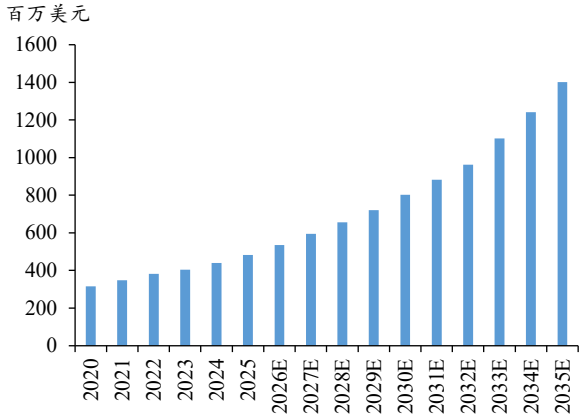
数据来源：益普索，东北证券

图 33：全球膳食纤维市场规模



数据来源：观研报告，东北证券

图 34：我国益生菌原料需求量



数据来源：微康益生菌，东北证券

2.3.3. 多元蛋白供给扩容，微生物蛋白破局崛起

践行大食物观，蛋白行业迎来新机遇。“大食物观”提出向植物、微生物要蛋白，叠加十四五、十五五规划对新型生物制造与替代蛋白产业的扶持，蛋白行业政策红利持续释放。消费端来看，全民健康意识觉醒、精准营养普及、GLP-1 体重管理、老龄化肌肉养护、母婴膳食等多重需求共振，推动蛋白消费从运动小众补剂走向全人群刚需，带动优质蛋白原料需求不断扩容。国内蛋白行业逐步由总量供给满足转向多元替代、功能升级、可持续生产的高质量发展阶段。传统动物蛋白仍占据重要地位，乳清蛋白凭借优异营养属性稳健渗透；而酵母蛋白、菌丝蛋白等微生物蛋白依托低碳工业化生产优势加速崛起，行业形成传统蛋白稳步升级、新兴蛋白加速突破的发展格局。

下载日志已记录，仅供内部参考

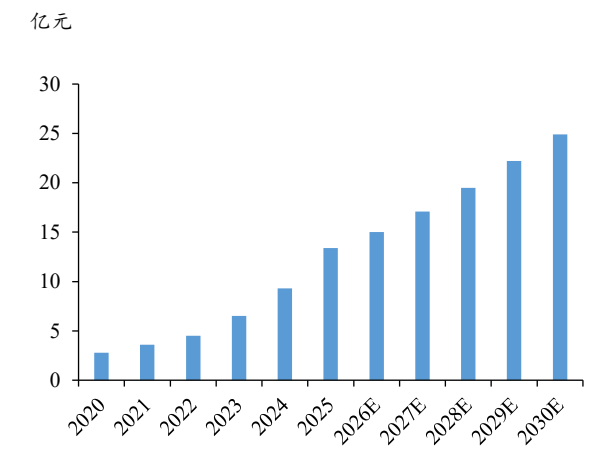
表 6：国务院办公厅关于践行大食物观构建多元化食物供给体系的意见

发布时间	部门	政策名称	相关内容
2024/09	国务院	《国务院办公厅关于践行大食物观构建多元化食物供给体系的意见》	坚持从保障国家粮食安全的大局出发，在确保粮食供给的同时，向森林、草原、江河湖海要食物，向设施农业要食物，向植物动物微生物要热量、要蛋白，拓展食物直接和间接来源，挖掘新型食品资源，保障各类食物有效供给。积极发展合成生物技术，稳慎推进新型食物产业化。发展食品发酵工业，加快非粮生物质制糖等技术研发应用。拓展新型饲用蛋白来源，推广应用微生物菌体蛋白。加快藻类食物开发，发展海带、裙带菜等食用海藻。

数据来源：政府公文，东北证券

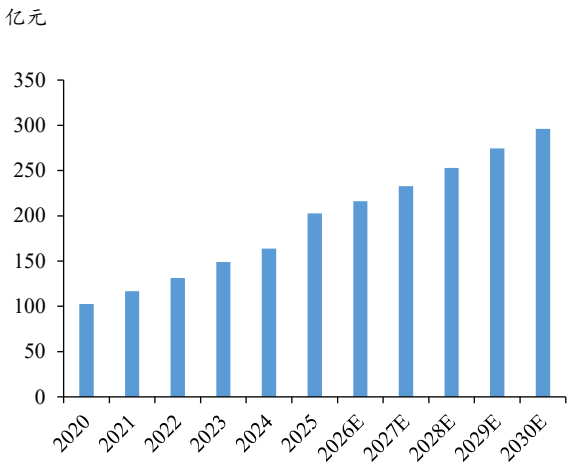
健康消费与运动需求抬升带动进口纯乳清蛋白粉市场高速扩张。乳清蛋白作为奶酪副产物，氨基酸配比优良、吸收利用率高，但受制于国内奶酪产业规模，本土原料供给不足，国内市场高度依赖进口。进口品牌凭借供应链、品质、配方及品牌优势占据主导，消费群体由专业健身圈层向外拓展至塑形女性、代餐人群、中老年营养补充等，应用场景日趋多元。根据沙利文，中国进口纯乳清蛋白粉行业整体市场规模快速扩张，由 2020 年 2.8 亿元增长至 2025 年的 13.4 亿元；展望未来，在国内健身补剂赛道持续扩容背景下，进口乳清蛋白粉有望维持较高景气度，预计 2030 年行业规模达到 24.9 亿元。

图 35：中国进口纯乳清蛋白粉行业整体市场规模



数据来源：沙利文，东北证券

图 36：我国健身补剂市场规模



数据来源：沙利文，东北证券

传统动物蛋白与乳清蛋白市场维持稳步扩张态势，以酵母蛋白、菌丝蛋白为代表的微生物发酵蛋白，正成为蛋白产业重要前沿方向。相较于传统畜牧获取蛋白模式，微生物发酵依靠菌种培育生产蛋白原料，土地、水资源消耗大幅下降，契合可持续生产的产业大趋势。目前整个赛道尚处在产业化早期阶段，整体市场绝对体量仍然较小，但成长弹性突出。短期来看行业主要挑战集中于生产成本控制、风味改良以及消费者市场教育，工艺优化是现阶段核心命题。随着发酵技术迭代升级、下游食品应用场景不断拓宽，微生物蛋白有望逐步从实验室走向工业化量产，应用覆盖植物基肉制品、代餐食品、营养补充剂等领域。如果成本实现持续下行，产品口感进一步优化，微生物发酵蛋白或将释放更大商业价值，成为国内蛋白行业继乳清蛋白之后重要的第二增长曲线。

随着行业技术迭代与国内合规体系持续完善，微生物蛋白赛道迎来密集政策红利。国内新型真菌蛋白原料审批落地节奏持续加快，彻底补齐了本土微生物蛋白产业化的合规短板，下游应用场景加速拓宽，行业普及度与市场存在感大幅提升。国内产

下载日志已记录，仅供内部参考

业化进程先后实现三次关键突破，2023 年 12 月酵母蛋白正式获批为新食品原料，率先扫清微生物蛋白商业化落地的政策壁垒；2025 年 11 月，国内首款丝状真菌蛋白威尼斯镰刀菌蛋白顺利获批，填补了国内菌丝蛋白合规原料的空白；2026 年 5 月，紧密镰刀菌蛋白 MM-135 成功获批，至此我国三款核心真菌蛋白原料全部实现合规落地，构建起完善的国产微生物蛋白原料体系。其中，紧密镰刀菌蛋白 MM-135 具备划时代产业价值，是我国首个全流程自主原创、全域知识产权全覆盖的新一代菌丝蛋白，彻底打破了国外企业近 40 年的菌种源头与核心技术垄断，同时也是国内唯一斩获美国 FDAGRAS 国际权威认证的本土原创菌丝蛋白，实现了我国真菌蛋白技术从跟跑向领跑的跨越。

表 7：三款获批真菌蛋白一览

获批公告	品种	菌种来源	蛋白质含量
2023 年第 10 号	酵母蛋白	酿酒酵母(SaccharomycesCerevisiae)	≥70%
2025 年第 7 号	威尼斯镰刀菌蛋白	威尼斯镰刀菌(Fusariumvenenatum)A3/5 菌株或 TB01 菌株	≥50%
2026 年第 5 号	紧密镰刀菌蛋白	紧密镰刀菌(Fusariumcompactum)MM-135 菌株	≥50%

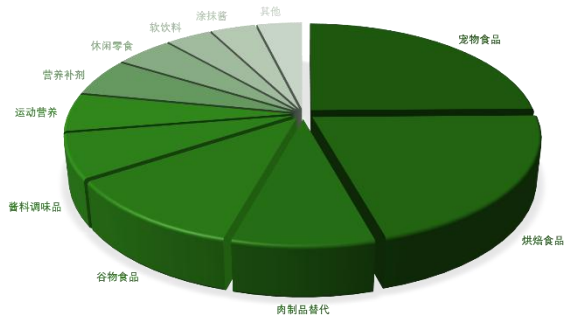
数据来源：观研天下，东北证券

作为微生物发酵蛋白的核心优质品类，酵母蛋白凭借生产、营养、应用多重差异化优势，成为蛋白行业高成长性细分赛道。目前正迎来合规落地与市场渗透的双重红利，产业化进程持续提速。生产端层面，酵母蛋白依托工业发酵技术合成制备，区别于传统动植物蛋白的生产模式，无需依赖耕地、水资源与畜牧养殖，生产周期短、一定程度不受气候、疫病和农业周期影响，供给稳定可控、低碳环保，完美契合食品工业可持续发展趋势，也是破解国内传统蛋白资源约束的重要突破口。营养端来看，酵母蛋白属于优质完全蛋白，必需氨基酸配比均衡，同时天然富含 B 族维生素、谷胱甘肽等活性营养物质，营养维度优于普通蛋白原料，且无过敏原、消化吸收率优异，适配全年龄段人群的营养补充需求。

依托完善的政策加持与技术突破，酵母蛋白全球化落地进程持续加快，目前已广泛应用于烘焙、肉制品、软饮料、代餐、营养补剂等十余类食品品类，相关落地企业覆盖北美、亚洲、欧洲、中东等多个地区，成熟的全球化发展格局基本成型。政策与市场双重驱动下，赛道商业潜力持续释放，行业数据显示，2022 年全球酵母蛋白市场规模达 12.5 亿美元，预计 2030 年将攀升至 24.5 亿美元，2024-2030 年复合增长率预计在 9%。整体来看，酵母蛋白凭借独特的低碳生产优势、优质营养属性，叠加国内真菌蛋白矩阵全面落地、全球场景持续渗透的双重利好，成长性持续凸显，已然成为蛋白行业继乳清蛋白之后，极具长期发展潜力的第二成长曲线，也将持续带动各类国产菌丝蛋白赛道加速产业化落地。

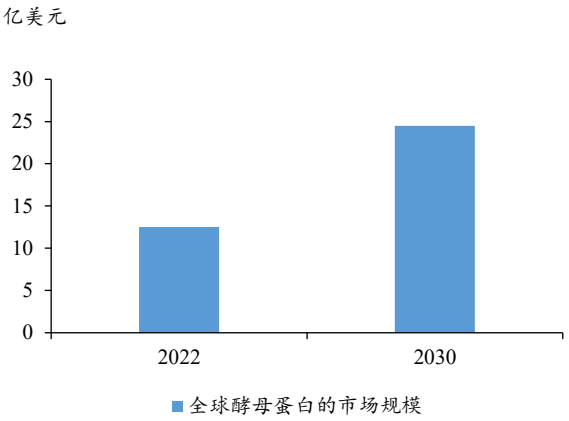
下载日志已记录，仅供内部参考

图 37：全球范围内酵母蛋白应用品类分布



数据来源：FBIF，东北证券

图 38：全球酵母蛋白市场规模



数据来源：FBIF，东北证券

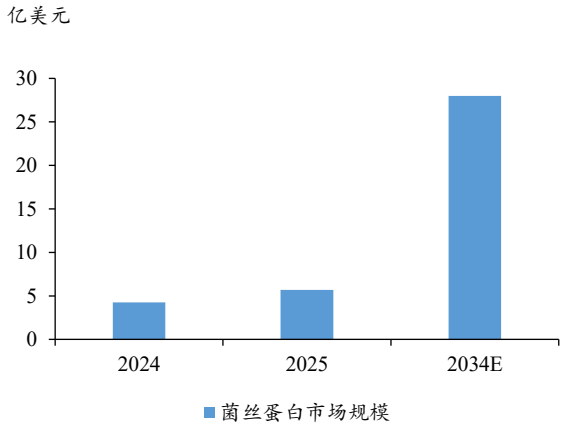
菌丝蛋白作为新型微生物蛋白赛道代表，依托发酵工艺实现工业化生产，具备低碳、可持续的产业特性，契合大食物观下拓展蛋白来源的行业方向。国内企业已经逐步实现产品落地，以蘑米生物为代表的企业推出多款菌丝蛋白终端食品产品，推动产业化从实验室走向消费市场。从 FBIF 统计及预测数据来看，菌丝蛋白市场规模有望迎来快速抬升，2024-2025 年市场处于起步培育阶段，远期 2034E 将实现规模大幅跃升。但现阶段行业仍处在发展早期，产品配方优化、消费市场教育有待持续推进。中长期看，随着合规体系完善、工艺迭代降本以及消费者接受度逐步提升，菌丝蛋白凭借蛋白替代属性，有望打开广阔成长空间。

图 39：蘑米生物菌丝蛋白产品



数据来源：蘑米生物，东北证券

图 40：菌丝蛋白市场规模



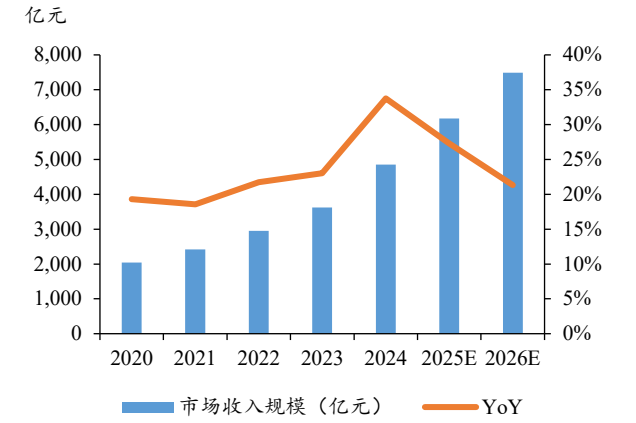
数据来源：FBIF，东北证券

2.4. 消费诉求趋向简便，便捷食品打开空间

整套消费行为切换构成另一类存量优化机会，核心驱动来自消费者对便捷性的诉求提升。在此情形下，预制菜便是典型代表，国内预制菜行业市场规模持续扩张，B 端餐饮仍是基本盘，但可以观察到结构层面正在发生缓慢变化：B 端占比逐步下行，C 端占比持续抬升。餐饮降本增效需求支撑 B 端稳健发展，而居民生活节奏加快、家务时间收缩，推动 C 端家庭消费需求逐步释放。短期行业经历增速换挡，行业由高速增长逐步转向理性发展阶段；中长期来看，随着产品口味优化、食品安全管控强化以及性价比改善，预制菜作为家庭烹饪的替代方案，C 端渗透仍具备进一步提升空间。

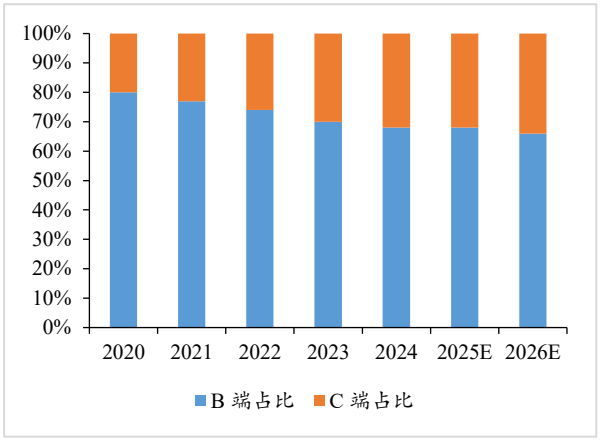
下载日志已记录，仅供内部参考

图 41：我国预制菜市场规模



数据来源：辰智，东北证券

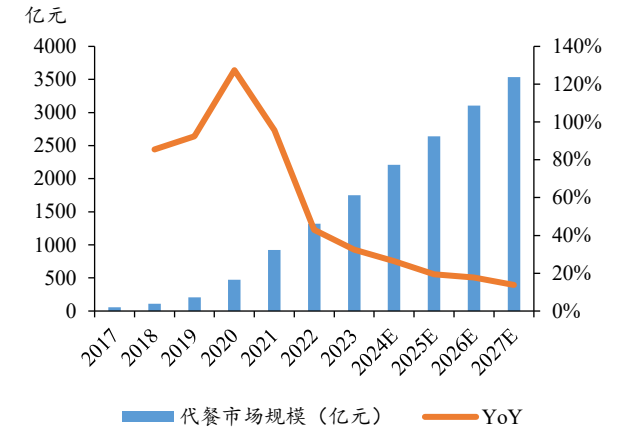
图 42：我国预制菜 B 端和 C 端占比



数据来源：辰智，东北证券

代餐作为正餐的替代方案，同样是便捷性驱动下存量优化赛道的重要一环。国内代餐行业市场规模持续扩张，行业经历早期高速爆发之后增速逐步回落，进入理性成长阶段。从品类结构来看，代餐市场分化为泛代餐、可完全代餐以及代餐零食三大类别，覆盖麦片、代餐奶昔、蛋白棒、速食鸡胸肉等多元化产品矩阵，兼顾便捷属性与营养管理诉求。伴随大众体重管理、控卡膳食需求持续升温，消费者不再一味追求极端低卡，对代餐的营养均衡、口味体验提出更高要求。随着产品配方持续迭代优化，代餐有望进一步渗透日常饮食场景，作为部分正餐的替代选择，行业长期成长空间值得期待。

图 43：我国代餐行业市场规模



数据来源：辰智，东北证券

图 44：我国代餐行业分类



数据来源：观研天下，东北证券

3. 风险提示

1、消费复苏不及预期：若居民收入、消费预期走弱，大众对于健康食品、便捷食品的消费意愿下滑，会造成相关品类需求释放节奏放缓，行业扩容不及预期。

2、原料技术迭代与产业化不及预期：阿洛酮糖、微生物蛋白等新型配料，面临生产成本偏高、风味改良难度大、工艺优化进度慢等问题；即便合规短板补齐，规模化量产落地进度仍存在不确定性。

3、市场竞争加剧：健康配料、预制菜、代餐赛道景气度较高，吸引大量企业入局，行业价格战加剧，企业盈利水平存在承压风险。

4、食品安全与监管政策变动：新食品原料、预制菜等品类监管政策存在调整可能性；若出现产品质量、食品安全事件，将冲击细分赛道整体消费信心。

下载日志已记录，仅供内部参考

5、消费者接受度培育不及预期：微生物蛋白等创新产品属于新兴品类，大众消费认知尚浅，市场教育周期长，消费者接受度提升速度可能低于行业预期。
6、原材料价格波动：甜味剂、食用菌、蛋白原料等上游大宗商品价格受供需、气候等因素扰动，原材料涨价会挤压中下游企业利润空间。

下载日志已记录，仅供内部参考

研究团队简介：

李强：西南财经大学金融学硕士，电子科技大学金融学本科，现任东北证券食品饮料行业组长分析师。曾任华龙证券有限责任公司研究员，南京证券股份有限公司研究员。具有 10 年证券研究从业经历，荣获 2019 年金牛奖食品饮料行业最佳分析团队第 1 名，2019 年 Wind 资讯金牌分析师第 5 名，2018 年每市食品饮料行业年度组合收益第 4 名，2018 年投研社最受机构欢迎分析师，2018 年进门财经百佳分析师，2018 年食品饮料研究 Wind 平台影响力排行榜第 7 名，2018 年度知丘杯金测奖最佳分析师第 3 名，2017 年卖方分析师水晶球奖食品饮料行业第 2 名，“2016 年 Wind 资讯第四届金牌分析师全民票选”食品饮料行业第 1 名。

陈科诺：华威大学金融硕士，四川大学金融本科。2022 年加入东北证券，现任东北证券食品饮料组分析师。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师。本报告遵循合规、客观、专业、审慎的制作原则，所采用数据、资料的来源合法合规，文字阐述反映了作者的真实观点，报告结论未受任何第三方的授意或影响，特此声明。

投资评级说明

股票投资评级说明	买入	未来 6 个月内，股价涨幅超越市场基准 15%以上。	投资评级中所涉及的市场基准： A 股市场以沪深 300 指数为市场基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为市场基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为市场基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为市场基准。
	增持	未来 6 个月内，股价涨幅超越市场基准 5%至 15%之间。	
	中性	未来 6 个月内，股价涨幅介于市场基准-5%至 5%之间。	
	减持	未来 6 个月内，股价涨幅落后市场基准 5%至 15%之间。	
	卖出	未来 6 个月内，股价涨幅落后市场基准 15%以上。	
行业投资评级说明	优于大势	未来 6 个月内，行业指数的收益超越市场基准。	
	同步大势	未来 6 个月内，行业指数的收益与市场基准持平。	
	落后大势	未来 6 个月内，行业指数的收益落后于市场基准。	

下载日志已记录，仅供内部参考

重要声明

本报告由东北证券股份有限公司（以下称“本公司”）制作并仅向本公司客户发布，本公司不会因任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。

本报告中的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。报告中的内容和意见仅反映本公司于发布本报告当日的判断，不保证所包含的内容和意见不发生变化。

本报告仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或征价。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的证券买卖建议。本公司及其雇员不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，在任何情况下，我公司及其雇员对任何人使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

本公司或其关联机构可能会持有本报告中涉及到的公司所发行的证券头寸并进行交易，并在法律许可的情况下不进行披露；可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务、财务顾问等相关服务。

本报告版权归本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，须在本公司允许的范围内使用，并注明本报告的发布人和发布日期，提示使用本报告的风险。

若本公司客户（以下称“该客户”）向第三方发送本报告，则由该客户独自为此发送行为负责。提醒通过此途径获得本报告的投资者注意，本公司不对通过此种途径获得本报告所引起的任何损失承担任何责任。

东北证券股份有限公司

网址：http://www.nesc.cn 电话：95360,400-600-0686 研究所公众号：dbzqyanjiusuo

地址	邮编
中国吉林省长春市生态大街 6666 号	130119
中国北京市西城区锦什坊街 28 号恒奥中心 D 座	100033
中国上海市浦东新区杨高南路 799 号	200127
中国深圳市福田区福中三路 1006 号诺德中心 34D	518038
中国广东省广州市天河区冼村街道黄埔大道西 122 号之二星辉中心 15 楼	510630

