

## 2026年全球美容食品行业市场规模、领先企业国内外市场份额及排名

### 报告简介

美容食品属于内服功能性食品品类，依托食品营养学研发调配，以天然食材、护肤营养成分为核心原料，合规添加养护肌肤、调理体态的活性物质，区别于普通饱腹零食与外用护肤品，依托人体消化吸收完成内在调理，帮助改善肌肤状态、维持体态质感，兼具食用属性与美容养护属性，符合食品安全生产标准，无医美侵入性，适配日常长期食用养护，是打通饮食与护肤边界的细分食品品类。

美容食品拥有成熟完善的全域流通市场，入局主体分为日化美妆企业、制药食品企业、本土食品研发品牌三类，不同主体依托自身原料、研发、渠道优势布局产品。销售链路打通线上社交零售、电商店铺，以及线下美妆门店、商超食品区、健康生活馆全场景渠道，适配消费者随性选购的消费习惯。消费群体覆盖各类爱美人群，大众护肤理念从外用护肤转向内外协同养护，推动美容食品从小众品类走向大众消费，行业产销体系趋于完善。

美容食品行业拥有明确的发展走向，原料端逐步剔除人工添加剂、高糖辅料，主打天然纯净配方，降低身体代谢负担，适配体质敏感人群食用；品类端弱化同质化功效，细化调理方向，贴合不同人群肤质、身体体质需求；行业端持续完善食品功效标注、原料溯源管控规则，整治夸大宣传、违规添加乱象，统一品类生产标准，提升大众对品类的信任度，净化行业经营环境。

食品科研与护肤技术融合，拓宽美容食品创新维度，研发端优化营养锁存工艺，提升美容活性成分吸收率，弱化风味与功效冲突，兼顾食用口感与养护价值。产品形态偏向轻量化、便携化改良，适配通勤、居家、出游多种食用场景，同时联动膳食营养理论，优化成分配比，兼顾肌肤养护与身体内在调养，跳出单一护肤功效，实现美容与养生双向结合，拔高产品综合价值。

美容食品具备良性稳定的发展潜力，大众养生美容意识不断深化，温和无负担的内服变美方式认可度持续提升，为品类发展筑牢受众基础。食品加工技术持续迭代，降低优质原料生产成本，平衡产品定价与品质，拉近品类与普通消费者的距离。同时美业与食品行业跨界融合加深，美容食品可不断拓展跨界合

作场景，合规化、天然化产品会收获更多受众，行业发展稳定性持续增强。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对全球及国内美容食品行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

## 报告目录

### 第一章 统计范围及所属行业

#### 第一节 统计范围界定

- 一、美容食品定义
- 二、美容食品产品特征

#### 第二节 美容食品行业归属

- 一、《国民经济行业分类》
- 二、《统计用产品分类目录》

#### 第三节 全球及国内美容食品市场规模

- 一、2022-2025年全球美容食品市场规模
- 二、2022-2025年国内美容食品市场规模

#### 第四节 美容食品行业发展现状分析

- 一、行业生命周期
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业成长性

#### 四、行业盈利性

#### 五、行业成熟度

### 第五节 美容食品行业发展影响因素

#### 一、行业发展有利因素

#### 二、行业发展不利因素

## 第二章 国内外市场占有率及排名

### 第一节 全球美容食品行业发展状况概览

#### 一、全球美容食品产能及区域分布

#### 二、全球美容食品产品结构

### 第二节 全球美容食品市场竞争分析

#### 一、全球美容食品市场集中度

#### 二、全球美容食品行业竞争梯队

##### 1.第一梯队

##### 2.第二梯队

##### 3.第三梯队

### 第三节 全球美容食品领先企业市场占有率及排名(按营收)

#### 一、2023-2025年全球美容食品领先企业营业收入

#### 二、2023-2025年全球美容食品领先企业市场份额

#### 三、2023-2025年全球美容食品领先企业排名

### 第四节 国内美容食品领先企业市场占有率及排名(按营收)

#### 一、2023-2025年国内美容食品领先企业营业收入

#### 二、2023-2025年国内美容食品领先企业市场份额

### 三、2023-2025年国内美容食品领先企业排名

#### 第五节 2025年全球美容食品行业资本运作分析

##### 一、2025年全球美容食品行业重大投资并购事件

##### 二、2025年全球美容食品行业重大投资并购事件对行业的影响分析

### 第三章 全球美容食品行业主要国家（地区）分析

#### 第一节 美国美容食品行业分析

##### 一、发展历程

##### 二、发展特征

##### 三、2023-2025年美国美容食品市场规模

##### 四、2026-2031年美国美容食品市场规模预测

##### 五、美国美容食品行业典型企业分析

#### 第二节 德国美容食品行业分析

##### 一、发展历程

##### 二、发展特征

##### 三、2023-2025年德国美容食品市场规模

##### 四、2026-2031年德国美容食品市场规模预测

##### 五、德国美容食品行业典型企业分析

#### 第三节 日本美容食品行业分析

##### 一、发展历程

##### 二、发展特征

##### 三、2023-2025年日本美容食品市场规模

##### 四、2026-2031年日本美容食品市场规模预测

## 五、日本美容食品行业典型企业分析

### 第四节 韩国美容食品行业分析

#### 一、发展历程

#### 二、发展特征

#### 三、2023-2025年韩国美容食品市场规模

#### 四、2026-2031年韩国美容食品市场规模预测

#### 五、韩国美容食品行业典型企业分析

### 第五节 中国美容食品行业分析

#### 一、发展历程

#### 二、发展特征

#### 三、2023-2025年中国美容食品市场规模

#### 四、2026-2031年中国美容食品市场规模预测

#### 五、中国美容食品行业典型企业分析

## 第四章 美容食品细分行业分析

### 第一节 维生素和矿物质

#### 一、全球维生素和矿物质市场规模(2021vs2025vs2030)

#### 二、全球维生素和矿物质主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

#### 三、中国维生素和矿物质市场规模(2021vs2025vs2030)

#### 四、中国维生素和矿物质主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

#### 五、维生素和矿物质未来发展趋势预测

### 第二节 胶原蛋白

#### 一、全球胶原蛋白市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球胶原蛋白主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国胶原蛋白市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国胶原蛋白主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、胶原蛋白未来发展趋势预测

### 第三节 类胡萝卜素

一、全球类胡萝卜素市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球类胡萝卜素主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国类胡萝卜素市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国类胡萝卜素主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、类胡萝卜素未来发展趋势预测

### 第四节 辅酶

一、全球辅酶市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球辅酶主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国辅酶市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国辅酶主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、辅酶未来发展趋势预测

## 第五章 美容食品产业链分析

### 第一节 美容食品产业链结构解析

一、美容食品产业链结构示意图

二、美容食品产业链全景图

三、美容食品产业发展热力地图

### 第二节 美容食品产业链上游分析

一、美容食品成本结构

二、2023-2025年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

第三节 美容食品产业链中游分析

一、美容食品中游行业分布

二、2023-2025年中游行业发展现状

三、2026-2031年中游行业发展趋势

第四节 美容食品产业链下游分析

一、美容食品下游行业分布

二、2023-2025年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对美容食品行业的影响

**第六章 美容食品领先企业分析**

第一节 vida glow

一、企业基本概况

二、企业美容食品产品分析

三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第二节 evolution 18

一、企业基本概况

二、企业美容食品产品分析

### 三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第三节 the nue co

### 一、企业基本概况

### 二、企业美容食品产品分析

### 三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第四节 ceramiracle

### 一、企业基本概况

### 二、企业美容食品产品分析

### 三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第五节 apothekary

### 一、企业基本概况

### 二、企业美容食品产品分析

### 三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第六节 wholly dose



一、企业基本概况

二、企业美容食品产品分析

三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第七节 bend beauty

一、企业基本概况

二、企业美容食品产品分析

三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第八节 hum nutrition

一、企业基本概况

二、企业美容食品产品分析

三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第九节 vital proteins

一、企业基本概况

二、企业美容食品产品分析

三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

## 五、企业最新发展动态及未来发展规划

### 第十节 the beauty chef

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业美容食品产品分析

#### 三、2023-2025年企业美容食品业务经营分析

#### 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

#### 五、企业最新发展动态及未来发展规划

## 第七章 美容食品行业swot分析及发展策略

### 第一节 美容食品行业发展驱动因素

#### 一、市场需求

#### 二、技术变革

#### 三、政策法规

#### 四、产业升级

#### 五、全球化分工

### 第二节 美容食品行业发展swot分析

#### 一、优势分析

#### 二、劣势分析

#### 三、机遇分析

#### 四、挑战分析

### 第三节 基于swot分析的美容食品行业发展策略

#### 一、so策略

#### 二、wo策略

三、st策略

四、wt策略

## **第八章 美容食品行业商业模式及运营模式**

### **第一节 美容食品行业商业模式**

一、配套直销模式

二、层级分销模式

三、技术授权与服务模式

四、模块化与平台化供货模式

### **第二节 美容食品行业运营模式分析**

一、研发运营

二、生产运营

三、供应链运营

四、质量运营

五、全球化运营

## **第九章 主要研究结论**

### **第一节 美容食品行业发展潜力研究结论**

### **第二节 美容食品主要供应商排名研究结论**

## **第十章 研究方法与数据来源**

### **第一节 研究方法**

一、桌面研究

二、文献研究

三、抽样调研

## 第二节 数据来源

### 一、一手信息来源

### 二、二手信息来源

## 第三节 数据交互验证

## 第四节 免责声明

### 图表目录：

图表：全球美容食品产品结构

图表：全球美容食品市场集中度

图表：美容食品行业发展趋势

图表：美容食品行业供应链分析

图表：美容食品行业销售模式分析

图表：美容食品产业链结构示意图

图表：2023-2025年全球美容食品市场规模

图表：2023-2025年中国美容食品市场规模

图表：2025年全球美容食品产能区域分布图

图表：全球主要美容食品供应商市场份额及排名

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)    Emai : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

报告编号：4068462

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260623/4068462.shtml>

在线订购：[点击这里](#)