

2025 上半年我国营养保健食品进出口形势分析

中国医药保健品进出口商会

在错综复杂的地缘政治格局与贸易摩擦的双重压力下，2025 年上半年我国营养保健食品行业依旧展现出强劲的发展韧性，保持了良好的增长势头。2025 年上半年我国营养保健食品进出口总额为 62.27 亿美元，其中进口额 39.76 亿美元，同比增长 10.6%；出口额 22.51 亿美元，同比增长 9.9%。其中贸易逆差为 17.25 亿美元，同期逆差连续三年持续扩大，核心原因在于国内高端需求持续旺盛，而本土品牌在高价值赛道的渗透率不足。

一、出口情况分析

(1) 传统市场份额稀释，新兴市场快速补位

从出口市场看，中国香港成为最大的出口地，出口总金额达 3.03 亿美元，但其占比从 2023 年同期的 17.4%逐步下降至 2025 年的 13.5%；美国为第二大出口市场，2025 年上半年出口金额同比降低 12.2%，相比 2024 年同期 44.1% 增长率来说，2025 年出口金额下降明显，分析其原因可能是受上半年关税政策的影响；我国向马来西亚出口金额达 2.46 亿美元，同比激增 131.4%，使马来西亚跃升为中国的第三大出口市场，这一强劲增长可能受益于区域贸易协定及关税政策等因素；此外，一些新兴市场，如西班牙（2025 年同比增长 80.6%）等增速显著，体现了企业开拓新兴市场，进行多元化布局，市场呈多元化发展趋势。

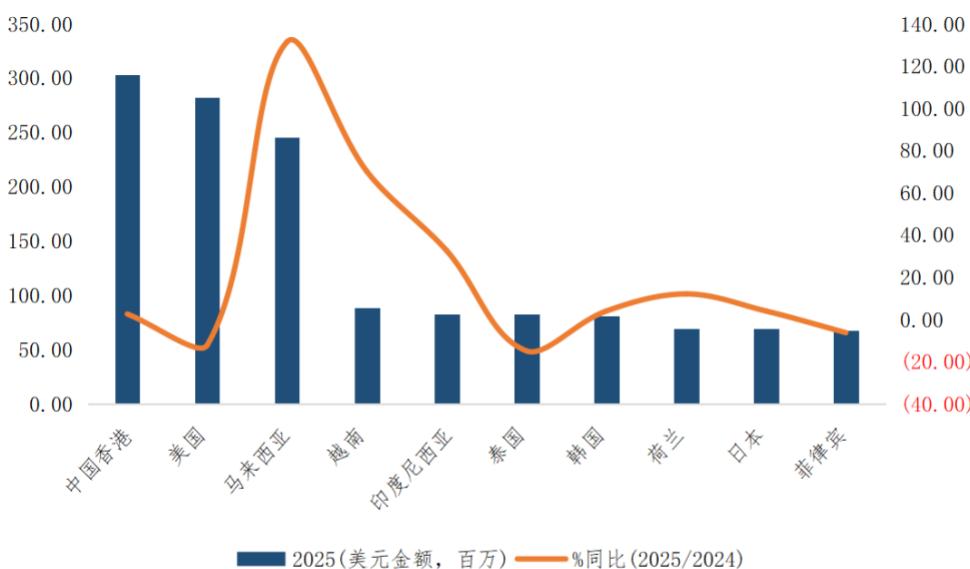


图 1：2025 上半年营养保健食品主要出口市场情况

（数据来源：CCCMHPIE）

其中，对欧盟国家的出口额在 2025 年上半年达到了 2.26 亿美元，排名前五位的国家分别是荷兰、德国、西班牙、意大利和捷克。对东盟十国的出口总额为 6.63 亿美元，排名前三位的出口目的地是马来西亚、越南和印度尼西亚，使东盟成为中国营养保健食品重要的贸易顺差区域。同期，中国对澳大利亚出口营养保健食品总额为 0.60 亿美元，同比下滑 13.1%。尽管出口规模有所回落，但由于基数较小，整体降幅相对温和。

2025 上半年营养保健食品主要进出口市场情况（东盟）



图 2：2025 上半年营养保健食品中国与东盟国家进出口情况

（数据来源：CCCMHPIE）

（2）主场市场：沿海主导，中西部崛起

从中国内地不同省市营养保健食品出口情况来看，仍体现出“沿海主导”的特点，长三角+珠三角+环渤海地区仍是主力，合计占比过半。“苏鲁粤”三足鼎立，三省份占全国总出口额的 43.0%，尤其广东增长势头强劲，2025 年上半年同比增长 16.6%。中西部地区快速崛起，河南等地增长显著，成为新增长极。海南的出口金额基数低但增速快，2024 年同期同比增长 432.7%，2025 年上半年同比增长 77.7%，自贸港政策效应逐步显现。



图 3：2025 上半年中国内地各省市营养保健食品出口情况

（数据来源：CCCMHPIE）

（3）鱼油出口回落，中药酒表现亮眼

从出口品类来看，鱼油类产品的出口在 2024 年上半年同期大幅增长了 42%，但 2025 年上半年同比下降 31.3%，可能受原料产量、价格波动或替代品影响。中药酒 2025 年上半年同比增长 74.1%，显示负载中国传统医学文化产品的出口潜力。其余品类也都有不同程度的增长。

二、进口情况分析

（1）美、德双驱动，市场集中度高

从进口市场看，美国、德国、澳大利亚、中国香港和荷兰是我国前五大进口来源地，前五大市场的市场份额占据了整个进口金额的 61.7%，市场集中度高。美国仍保持为中国营养保健食品的第一大进口来源国，2025 年上半年进口金额为 8.21 亿美元，较去年同期增长 19.0%，涨幅明显，市场占比与 2024 年同期相比基本持平。德国近年来快速增长，目前已跃居第二位，上半年进口金额为 6.68 亿美元，相较去年同期增长 30.7%，市场占比为 16.8%，表现出国内营养保健食品市场对于品牌及品质的需求。澳大利亚虽为第三大进口来源国，但进口占比从 2024 年上半年 15.1% 下降至 2025 年上半年的 9.8%，而中国香港则以 94.5% 的增速跃居第四大进口来源地，究其原因可能得益于转口贸易的复苏。

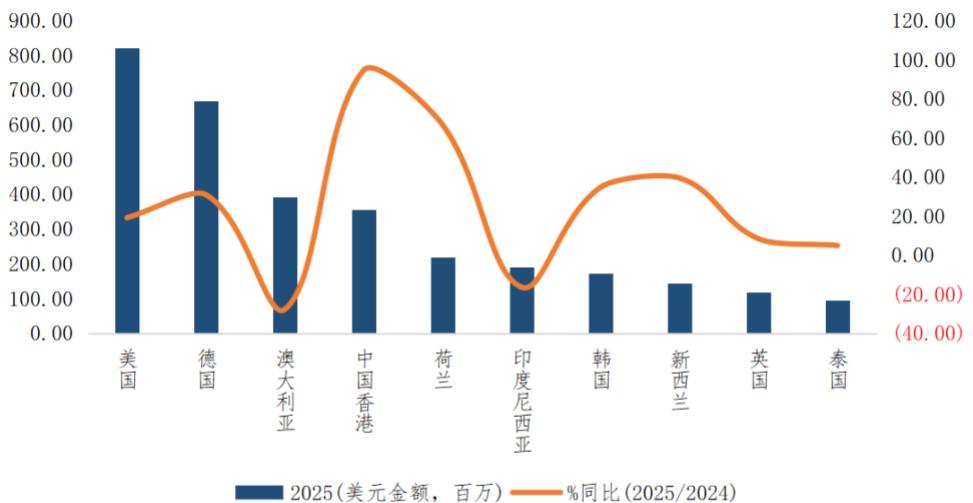


图 4: 2025 上半年营养保健食品主要进口市场情况

(数据来源: CCCMHPIE)

2025 年上半年中国自欧盟国家进口营养保健食品的总额为 11.13 亿美元，主要的进口来源国有德国、荷兰、法国、意大利和西班牙。同期，自东盟十国进口营养保健食品的总额为 4.30 亿美元，排名前三位的进口来源地是印度尼西亚、泰国和马来西亚。

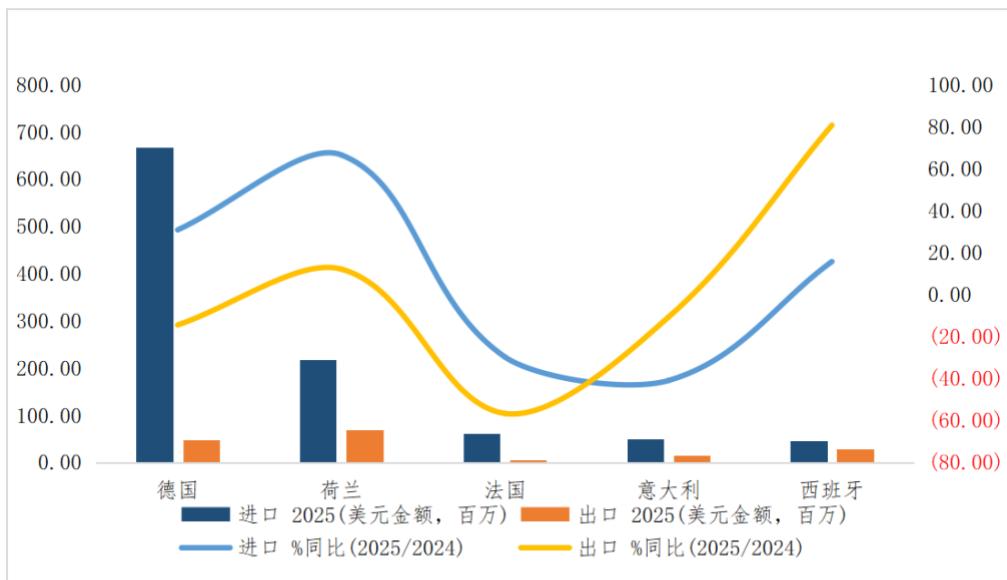


图 5: 2025 上半年营养保健食品中国与欧盟国家进出口情况

(数据来源: CCCMHPIE)

中国自澳大利亚进口营养保健食品总额为 3.92 亿美元，同比下滑 27.8%，进口规模明显收缩。这一变化导致澳大利亚被德国反超，由我国第二大进口来

源国下降至第三位。其中，自澳大利亚进口鱼油类产品金额同比下降 33%，这既受到 2024 年高基数影响，也反映出该类产品在中国市场需求收缩和竞争格局的显著变化。澳大利亚产品正面临来自德国等欧洲国家以及中国本土品牌在中高端市场的激烈竞争。

（2）主场市场：浙粤双极格局，内陆需求升级

2025 年上半年，浙江和广东两省进口额合计占比达 63.7%，进口金额分别为 14.93 亿美元和 10.42 亿美元，形成“双极”格局；河南、山东进口增长迅猛，分别同比增长 74.7% 和 36.3%，成为进口额排名第四位、第五位的省份，反映内陆消费市场升级，对营养保健食品的需求持续增加，此外河南的快速增长或许还受益于郑州航空港试验区的建设。

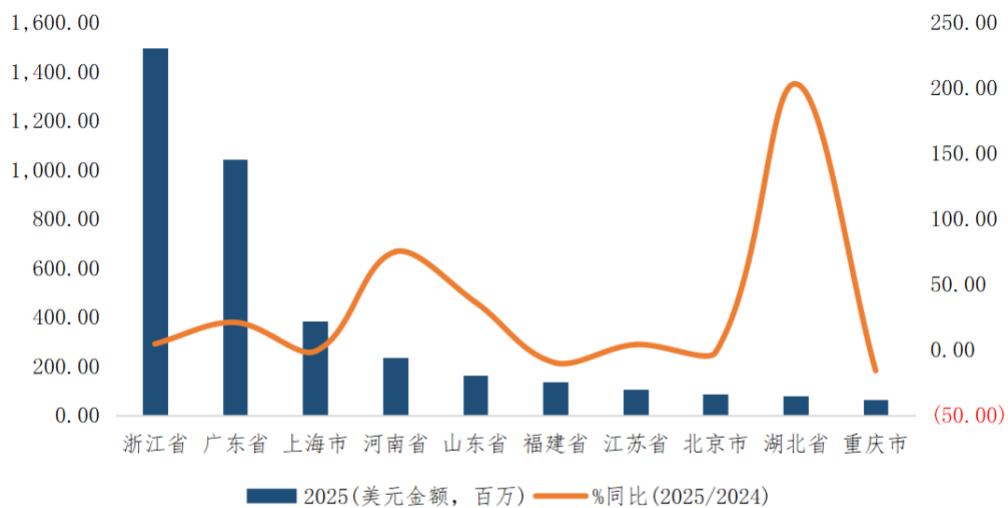


图 6：2025 上半年中国内地各省市营养保健食品进口情况

（数据来源：CCCMHPIE）

（3）传统滋补品进口下降，维生素与海豹油增长突出

燕窝类产品和蜂王浆制剂进口额有明显下降，燕窝类产品的占比从 2023 年上半年的 10.6% 降至 2025 年同期的 6.4%，其进口金额同比下降 21.1%；蜂王浆制剂进口金额同比下降 44.2%，该类产品本身基数小，易受外部影响出现大幅波动。维生素类产品进口额有明显增长（同比增长 38.9%）；海豹油胶囊产品持续增长，2025 年上半年同比增长 21.1%。

当前营养健康产业正处于转型关键期。行业需要把握三大方向：加强核心技术研发，打造差异化产品；优化全球供应链布局，开拓新兴市场；加速数字化转型，提升消费体验。这是中国品牌提升国际竞争力的核心路径，也是中国品牌走向全球市场的重要机遇。随着健康消费持续升级，行业有望通过创新突破，实现从“中国制造”向“中国智造”的跨越。