

玻尿酸食品勢掀消費熱潮

內地市場規模料達206億

玻尿酸也叫做透明質酸鈉，據了解是人體內的自源性物質，廣泛存在於關節腔、皮膚、軟骨等組織中，因良好的保水性、潤滑性等特點，具有很高的臨床和應用價值。而對於玻尿酸的食品化，我國已進行了長期探索和應用。早在2008年，我國已批准玻尿酸為新資源食品，但使用範圍限於保健食品原料。

今年1月，國家衛健委發布的《關於蟬花子實體（人工培植）等15種「三新食品」的公告》中，玻尿酸正式獲批為新食品原料，可應用於普通食品添加，產品使用範圍從原來的僅作為保健食品原料添加劑，擴大到乳及乳製品、飲料類、酒類、可可製品、巧克力和巧克力製品（包括代可可脂巧克力及製品）以及糖果、冷凍飲品。

玻尿酸獲批為新食品原料後的半年時間內，內地玻尿酸食品如雨後春筍般涌現，眾多廠家開始布局玻尿酸食品領域。例如，華熙生物上線了首個健康食品品牌「黑零」，推出含有玻尿酸的白芸豆締體咀嚼片、健腦明目軟糖等六大產品；Wonderlab上市了首款口服玻尿酸軟糖；焦點福瑞達推出天資玉琢玻尿酸飲品。

中國佔全球原料供應逾八成

對於玻尿酸在食品領域的前景，業內普遍認為，作為食品原料從保健食品走向普通食品，應用場景大幅擴寬。在此前提下，玻尿酸或將為食品行業帶來變革，未來市場將不斷擴容。

天風證券食品飲料行業分析師吳文德表示，中國是全球最大透明質酸鈉原料生產銷售國，2019年中國透明質酸鈉原料的總銷量佔全球總銷量的81.0%。中國生產食品級透明質酸鈉原料供應國外品牌多年，上游產業鏈成熟，政策放開後我國透明質酸鈉入食空間潛力很大。（見附表）

吳文德預測，未來國內會出現含玻尿酸的口服液、膠囊、片劑、沖劑等和含玻尿酸的零食、糖果、飲料、乳及乳製品、酒類等以及含玻尿酸的寵物食品等，其終端產品中期市場規模約為88億元，終期市場規模約為206億元。

主題研討：

透明質酸鈉在食品領域的遠大前程

■中國食品工業協會7月初舉行研討會，期間業內人士對玻尿酸在食品領域上的應用均極表樂觀。

被愛美人士所熟知的玻尿酸，自今年1月獲國家衛健委批准成為食品原料後，該市場迎來小規模爆發，各食品企業紛紛上線含玻尿酸的新產品線。玻尿酸入食有什麼效果？市場前景如何？這些都是值得探討的問題。

玻尿酸食品：
焦點福瑞達飲品



玻尿酸食品：
Wonderlab 軟糖



黑零HYALUR
透明質酸胶原水光饮

玻尿酸食品：
華熙生物「黑零」

■一直以來，玻尿酸主要應用於諸如面膜等美容護膚產品上。



營養功效或誇大 慎防交「智商稅」

對於玻尿酸入食的效果，中國疾病預防控制中心營養與健康所研究員何麗表示，玻尿酸最早在美國、日本等國家被應用到功能食品製作中，帶有鮮明的保健機能。口服玻尿酸可以保護胃腸道健康、護眼、緩解骨關節炎、改善皮膚功效等。

有研究在一定程度上證實，口服透明質酸鈉具有補充肌膚水分、改善皮膚狀態的作用。如日本丘比株式會社研究部與東邦大學的團隊於2014年發表的《Ingested hyaluronan moisturizes dry skin》綜述文章中，分析口服透明質酸鈉在人體的安全性和臨床研究，提出口服透明質酸鈉有助於皮膚維持水潤。

不過，上述研究的合作方為透明質酸鈉的龍頭生產企業華熙生物，因此研究結論應考慮相互間的利益關係。此前，中山大學公共衛生學院營養學系教授、預防醫學研究所副所長蔣卓勤公開表示，玻尿酸並不是人體所需的主要營養成分，通過功能性食品補充的意義並不大，「智商稅」概念居多，護肝養胃、美白抗氧化等功效已超出普通食品概念，屬於誇大宣傳。

北京大學公共衛生學院、國家食安委專家委員會委員李可基教授強調：「功能食品是基礎食品的升級，但是日常的保健絕對不能靠一種物質、一個補充劑就能解決問題。」區別於藥品，消費者不能要求功能性食品具備同等的功效。「對於這些保健類物質來說，作用要比藥品的作用和緩得多，作用沒有那麼強，持續的時間要長。」李可基表示。

■玻尿酸也
叫做透明質
酸鈉，是人
體內的自源
性物質。

全球透明質酸鈉主要生產商

排名	生產商	市場佔比 (按銷量，2020年數據)
1	華熙生物	43%
2	焦點生物	15%
3	阜豐生物	8%
4	安華生物	7%
5	Kewpie(日本)	6%
6	Contipro(捷克)	4%
7	Givaudan(法國)	2%
8	山東眾山	1%
9	其他	14%