



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

缓解视觉疲劳保健食品：养生理念盛行，多种眼部症状负担走高带动保健产品行业上行发展 头豹词条报告系列

谭时易

谭慧好 等 4 人

2024-08-09 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/医药制造业/保健及康复食品制造

消费品制造/医疗保健

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>保健食品是一种不以疾病治疗为目的，且对人体不产...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照保健食品可重点缓解的眼部症状，缓解视觉疲劳...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>在全球对视觉疲劳问题关注度不断提升的当下，在中...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>缓解视觉疲劳保健食品行业目前已达到 3个 阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>缓解视觉疲劳保健食品行... 评级报告 1篇</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>缓解视觉疲劳保健食品行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 随着中国人口结构逐步老龄化和现代生活方式无纸化的发展趋势，中国居民视觉疲劳问题日益严重，在居民整体保健意识提升的当下，保健食品购买热度与日俱增。叶黄素、DHA、维生素A、维生素E、锌、番茄红素和花青素等成分因其显著的护眼功效，成为视觉疲劳保健食品的主要添加原料，由于各年龄层居民用眼习惯不同且眼部保健需求呈多元化发展，本土市场中产品多为复合成分添加且具有一定的针对性。未来，随着居民眼部健康保护意识的进一步提升和政策驱动下眼科诊疗资源的充分覆盖，视觉疲劳保健食品的市场需求有望实现持续扩增，同时近年多种全新功能性护眼原料的研究与发现为生产企业提供产品革新路径，本土缓解视觉疲劳保健食品市场将逐步趋于充分竞争。

行业定义^[1]

保健食品是一种不以疾病治疗为目的，且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。保健食品多通过补充维生素和矿物质等化合物达到调节机体功能的目的。

视觉疲劳主要可分为以下引发原因及具体症状：1) 长时间注视屏幕或近距离用眼导致泪液分泌不足，视网膜功能下降从而引发干眼症；2) 长期用眼导致聚焦调节功能下降，从而引发近视、远视或散光等屈光性眼病；3) 年龄增加或慢性疾病导致的眼压升高可在视盘区引发氧化应激反应和能量供应障碍，从而增加青光眼风险；4) 长时间暴露于强光或蓝光下，或机体衰老可对晶状体造成不可逆伤害，长期损伤将导致晶状体老化和白内障的形成。

经国家药监局批准可用于视疲劳缓解的功能性成分包括叶黄素、DHA、维生素A、维生素E、锌、番茄红素和花青素等。其中叶黄素、维生素E、番茄红素和花青素均为强效抗氧化剂，可通过中和自由基降低氧化应激反应对视觉的损伤；维生素A和锌则是视网膜感光细胞中紫红质的重要组成部分，此2种功能成分可通过参与紫红质代谢和感光上皮细胞再生以促进眼部感光功能恢复；DHA是视网膜细胞膜的重要组成部分，有助于维持细胞膜的流动性，从而减少眼部炎症产生。

- [1]
- 1: <https://www.spkx...>
 - 2: <http://www.lyghz...>
 - 3: <http://www.lyghz...>
 - 4: <https://www.szne...>
 - 5: <https://m.thepape...>
 - 6: <http://www.spgykj...>
 - 7: <http://ypzxs.gsxt.g...>
 - 8: <http://ypzxs.gsxt.g...>
 - 9: <http://ypzxs.gsxt.g...>
 - 10: 中国知网，大众健康之...

行业分类^[2]

按照保健食品可重点缓解的眼部症状，缓解视觉疲劳保健食品行业可以分为如下类别：

缓解视觉疲劳保健食品行业基于可重点缓解的眼部症状的分类

缓解视觉疲劳保健食品分类

针对干眼症的保健食品

干眼症多形成于长时间注视屏幕或近距离用眼场景，泪液分泌不足导致视网膜功能下降。叶黄素、 β -胡萝卜素和DHA等功能成分在缓解干眼症方面具有显著优势。叶黄素可通过其抗氧化特性，保护眼部细胞免受自由基损伤，维持泪膜稳定性。 β -胡萝卜素作为维生素A的前体，能够促进眼部上皮细胞的健康和修复，提升泪液分泌。DHA则通过其抗炎作用，减少眼部炎症反应，改善泪液质量和分泌量。代表产品包含汤臣倍健的“胡萝卜素维生素软胶囊”和白云山的“蓝莓叶黄素 β -胡萝卜素软胶囊”等。

针对屈光性眼病的保健食品

屈光性眼病包含近视、远视及散光等视物模糊症状，多为长期用眼导致的聚焦调节功能下降。锌和花青素等功能性成分在缓解屈光性眼病方面具有显著优势。锌作为一种重要的微量元素，参与了多种酶的活性调节，有助于维持眼部组织的正常功能。花青素则通过其抗炎和抗氧化特性，减少眼部炎症产生，改善血液循环，增强眼部微血管的健康。代表产品包含同仁堂的“蓝莓叶黄素酯片”和康恩贝的“青少年叶黄素锌多维软胶囊”等。

针对青光眼的保健食品

老年人患慢性疾病几率增加，由此导致的眼压升高可引发视盘区氧化应激反应和能量供应障碍，从而形成青光眼。维生素A和维生素E等功能性成分在缓解青光眼方面具有显著优势。维生素A是视网膜感光细胞中紫红质的重要组成部分，可通过参与紫红质代谢和感光上皮细胞再生以促进眼部感光功能恢复。维生素E为强效抗氧化剂，可通过中和自由基降低氧化应激反应对视觉的损伤。代表产品包含善元堂的“越橘维生素A软胶囊”和康恩贝的“维生素E软胶囊”等。

针对白内障的保健食品

长时间暴露于强光或蓝光下，或机体衰老可对晶状体造成不可逆伤害，长期损伤将导致晶状体老化和白内障的形成。牛磺酸、 β -胡萝卜素和番茄红素等功能性成分在缓解白内障方面具有显著优势。牛磺酸可通过稳定细胞膜和调节钙离子浓度，防止晶状体蛋白质的变性和聚集，从而减缓白内障的形成。 β -胡萝卜素可以提高眼部免疫功能，促进眼部细胞的修复和再生。番茄红素可以通过抑制脂质过氧化和眼部细胞炎症反应，保护晶状体细胞，延缓白内障的进展。代表产品包含京东京造的“金枪鱼油牛磺酸维生素A软胶囊”和汤臣倍健的“鱼油牛磺酸锌软胶囊”等。

行业特征^[3]

在全球对视觉疲劳问题关注度不断提升的当下，在中国市场中，类胡萝卜素功能成分因显著效果成为缓解视觉疲劳保健食品的主要原料，不同年龄层居民多元化护眼需求推动产品线丰富度提升，政策驱动和居民保健意识提升为市场扩张提供广阔空间。

1 类胡萝卜素经临床试验背书，功效优势助其成为多数护眼保健产品主要原料

多项临床试验结果表明，叶黄素、花青素和胡萝卜素等类胡萝卜素功能成分以及常与其配伍的越橘等原料在缓解视觉疲劳方面具有显著效果。国家药监局及多家本土科研机构通过临床试验进一步验证其作用机制，为类胡萝卜素功能成分在保健食品中的应用奠定基础。优势功效促使其成为当前中国缓解视觉疲劳保健食品中的主要原料添加，已获批产品中，以类胡萝卜素和越橘为主要成分的产品占比近三成。

2 各年龄层居民眼部保健需求差异化显著，企业拓宽产品线覆盖以提升竞争力

中国各年龄阶段居民中，新生儿主要面临因早产和遗传疾病导致的眼部问题；少年儿童在学业压力下易患趋光性眼病，对维生素A和锌等保健食品需求较大；中青年居民因工作生活节奏加快和用眼频率增加，眼干眼涩成为主要问题，对DHA类抗炎舒缓保健食品需求旺盛；中老年群体则因患慢性疾病，白内障、青光眼等眼部并发症发作风险增加，对叶黄素、花青素和维生素E等抗氧化修复类功能性添加需求高。整体来看，不同年龄层居民的用眼习惯和健康需求导致护眼保健需求呈多元化发展，产品线丰富度高的保健食品品牌更受青睐。

3 政策引导眼疾患者诊疗意愿增强，视觉疲劳保健食品市场增长潜能有待挖掘

调查显示，多数居民对眼部不适症状的忽视和老年群体在就医方面的挑战导致中国居民患眼疾后就诊意愿不足，导致缓解视觉疲劳保健食品的购买基数有限。近年来，政府通过政策驱动，重点关注居民用眼健康习惯的养成和眼部疾病的早诊早治，出台针对老年人线上就诊难题的解决方案，强调线上服务与线下渠道的融合。在政策引导和居民保健意识稳步提升的背景下，中国居民对缓解视觉疲劳保健食品的潜在需求有望得到挖掘，市场规模将持续扩大。

[3] 1: 食品科学, 中国药事, ...

发展历程^[4]

从20世纪末到2000年的萌芽期，缓解视觉疲劳保健食品行业开始初步发展，全球对视觉疲劳的认识逐步加深，叶黄素等功能成分的应用和行业监管体系逐步完善。2000年到2014年的启动期，行业进入规范化管理阶段，中国通过颁布相关法规和标准，推动眼部健康保健食品产业的科学化和规范化发展。叶黄素、DHA等新原料的应用和国际产品的引入，为本土技术创新和产品多样化迭代提供思路。2015年到2024年的高速发展期，行业已基本实现全面的规范化管理，技术创新和产品多元化成为此阶段的发展重心。政府部门对眼部健康的重视程度加深，政策重点关注疾病防控和诊疗资源的充分覆盖，同时线上线下零售共同发展的销售新业态和新原料多剂型的创新模式驱动本土产业步入商业化新阶段。

萌芽期 · 1990~2000

20世纪初，全球科研人员开始认识到长时间近距离工作会导致眼睛疲劳，提出了“视觉疲劳”概念；1970年，视觉疲劳被正式列为一种医学症状，眼科医生开始采用眼药水和休息等方法进行治疗；1992年，天津医科大学眼科教授王延华与流行病学教授耿贯一倡议设立爱眼日，“全国爱眼日”于1996年定为每年6月6日，同年海外科研人员在皮肤组织和母乳中发现叶黄素成分；1994年，建明FloraGLO叶黄素成为全球首个实现商业化的叶黄素类保健食品品牌；1996年，卫生部颁布了《保健食品管理办法》以及相关的评审技术规程和功能学评价程序与方法，标志着保健食品的评审监管工作开始走向科学化、规范化管理；2000年原卫生部公布《关于开展中药保健药品整顿工作的通知》，要求2002年底药健字号产品全部退出市场。

在此期间，全球科研人员逐渐认知长时间近距离工作对眼睛影响，视觉疲劳作为一种医学症状引发广泛关注，为相关治疗方法的研究和应用奠定理论基础。其次，随着叶黄素等功能成分的商业化，保健食品行业逐步向科学化和规范化管理迈进，全球范围内的科研和商业化进程显著加速。同期中国逐步完善保健食品的评审和监管流程，推动行业健康有序发展。

启动期 · 2000~2014

2003年，卫生部颁布的《保健食品检验与评价技术规范》新标准开始实施将原来的改善视力功能更改为缓解视觉疲劳功能。同年成立食品药品监督管理局。叶黄素等营养素以及DHA等新原料被发现具有护眼功能；

2010年，日本及欧美国家推出的多种以叶黄素和其他抗氧化原料为主要功能成分的保健食品传入中国；

2011年，国家发展改革委、工业和信息化部颁布《食品工业“十二五”发展规划》将“营养与保健食品制造业”列为重点发展行业。

随着监管机构的建立和新标准的完善，行业进入规范化管理阶段，叶黄素、DHA等新原料的发现和应⽤，推动了护眼功能成分的创新。同期国际先进市场的创新产品传入中国，为全球技术和产品的交

流与融合提供机遇，加速本土市场的创新发展。此外，政府政策的支持和规划，使得营养与保健食品制造业成为重点发展行业，推动行业的快速增长和市场扩展。

高速发展期 · 2015~2024

2015年，全国人民代表大会常务委员会颁布《食品安全法》，国家食品药品监督管理总局，各省及直辖市食品药品监督管理局负责保健食品许可管理、审批，拟订保健食品许可技术规范及生产经营管理规范并监督实施等；

2018年，娃哈哈联合中南集团，通过社交零售模式推出护眼保健饮品天眼晶睛发酵乳，**是中国首款通过原国家食品药品监督管理局批准、具有“缓解视疲劳”功能的保健食品；**

2021年，国家卫健委颁布《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）》，**提出将预防和防治结合作为应对眼科疾病的基本原则**，重点聚焦近视、白内障、角膜炎和眼底病等眼部问题，政府部门对视觉疲劳问题的重视程度加深；

2024年，**中华眼科杂志更新并发布《中国视疲劳诊疗专家共识（2024年）》**，遵循国际疾病分类对视疲劳的定义，对2014-2024年间视疲劳相关研究进展进行讨论，根据2024年眼部诊疗和患病现状对视疲劳患病率、病因、影响因素、临床表现及诊断流程等方面形成共识意见。

伴随各类规范和法律的颁布，行业监管更加严格和系统化，**创新产品和新型商业模式的推出，如社交零售模式的应用，推动了市场的多元化发展**。政府和机构对眼部健康的重视程度逐步加深，**相关政策在此期间重点关注眼部疾病的早诊早治和眼科健康诊疗资源的广泛覆盖**。此外，**行业标准的迭代更新反映出科学研究和临床实践的紧密结合，从而驱动技术和产品的不断升级**。

[4] 1: <https://news.21fo...>

2: <http://www.chc.or...>

3: <https://rs.yiigle.co...>

4: 北京市人民政府，中国...

产业链分析

[13]

缓解视觉疲劳保健食品行业产业链**上游**为原材料供应环节，视觉缓解原材料来源具有多样性，包括动植物提取物、海洋生物提取物以及化学合成物等。供应商需要具备严格的质量控制和检测能力，确保原材料的安全性和有效性。产业链**中游**为产品研发与制造环节，对于保健食品而言，研发和制造能力至关重要。生产商需要具备先进的生产工艺和专业的研发团队，以加速推进视觉疲劳缓解类保健食品的迭代发展。产业链**下游**为视觉疲劳缓解类保健食品的流通与销售环节，在此环节中，面对消费者日益个性化的购买需求，与之相匹配并可随时进行灵活调整的营销策略是研发生产企业的**关键制胜因素**。^[7]

缓解视觉疲劳保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

中国以维生素A价格优势成为全球主要供应产地，近年贸易顺差趋势显著；蓝莓花色苷经临床证实具有视网膜保护功效，获批进入保健食品原料目录后为中游生产厂商提供产品创新思路。

中国是全球维生素A的重要产地，凭借扩张的产能和低廉的人工成本，本土维生素A出口价格长期偏低，而进口维生素A原料因其严格的质量控制和高附加值而居于高价。价格优势导致中国在维生素A的全球商业化中实现贸易顺差，2023年下半年至今，中国维生素A出口量从526.7吨增至599.9吨，进口量则从20.5吨增至102.2吨。此外，蓝莓花色苷作为一种以蓝莓果实为原料的功能性成分，临床试验显示其对视网膜色素上皮细胞的保护效果显著，2023年蓝莓花色苷获批进入保健食品原料目录，为中游企业产品创新提供产品研发新方向。

消费者偏好是影响产品革新趋势的关键因素之一，部分剂型受消费者青睐程度更高，引导生产企业积极覆盖；类胡萝卜素功能成分缓解视疲劳效果显著，成为获批产品中的主要功能成分添加。

消费者偏好直接影响市场需求，生产企业需要密切关注以调整产品策略。调查显示，胶囊类和片剂类产品是多数中国消费者的首选，生产企业可以通过剂型优化来满足消费者需求，从而提升市场竞争力。多项临床试验结果表明，叶黄素、花青素和胡萝卜素等类胡萝卜素，以及越橘等原料在缓解视觉疲劳方面表现出显著效果。基于其作用效果优势，已获批的视疲劳缓解保健食品中，以类胡萝卜素和越橘为主要成分的产品占比超三成。

线上渠道凭借便捷性成为保健食品的重要销售途径，同时面对居民日趋多元化的护眼需求，产品线广泛布局的生产企业在销售场景中更受青睐。

销售渠道来看，企业通过多元销售渠道推广缓解视觉疲劳保健食品，以覆盖更广泛的消费者群体，并提高自身市场占有率。除传统的线下实体店铺，近年保健食品销售重心逐渐向电商平台和社交媒体等线上渠道转移。消费者需求来看，中国居民的护眼需求呈现多元化趋势。新生儿主要面临视网膜病变和先天性眼疾，青少年及儿童在学业压力下多患趋光性眼病，中青年因工作生活节奏加快易导致眼干眼涩，而中老年则面临与慢性病相关的眼部并发症风险。不同年龄层的用眼习惯和生活作息导致护眼需求各异，涵盖广泛产品线的视觉疲劳缓解保健食品品牌更受消费者青睐。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

缓解视觉疲劳保健食品生产中的原材料供应环节

上游厂商

[浙江新和成股份有限公司 >](#)

[浙江医药股份有限公司 >](#)

[浙江花园生物医药股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

全球原料进出口贸易方面：

中国是全球维生素A的重要产地，在不断扩张的产能和人工成本优势驱动下，中国维生素A出口价格

长期偏低，而进口维生素A原料由于经严格质量控制和高附加值的原因，价格长期居高。2023年10月至2024年3月间，中国维生素A出口单价均值由19.0美元/kg稳定变动至22.6美元/kg，而后全球需求波动下，至6月小幅度涨至21.1美元/kg，同期进口单价均值由28.1美元/kg增至43.1美元/kg，而后海外先进市场产能小规模提升，进口价格至6月短暂下滑至13.9美元/kg。由于生产成本相对较低，中国维生素A产品在国际市场上保有一定的价格竞争力，从而导致国产维生素A出口量显著高于进口量。2023年10月至2024年6月间，中国维生素A出口量由526.7吨增至599.9吨，而进口额同期则由20.5吨增至102.2吨。

原料护眼功能优势方面：

蓝莓花色苷是一种以杜鹃花科越橘属蓝莓果实为原料的功能性成分，经酶解、水提取、纯化和浓缩等工艺制成粉状中间物质后，其有效成分纯度为花色苷总含量的40%。近年有研究表明，**蓝莓花色苷对氧化损伤的视网膜细胞存在显著的保护作用**，临床试验结果显示，在进行视网膜细胞损伤预防和药物应激减缓的实验组中，添加蓝莓花色苷的细胞模型存活率均近100%，其他模型细胞存活率仅为60%-80%，反映出蓝莓花色苷对于视网膜色素上皮细胞的保护作用。**2023年，蓝莓花色苷获批进入保健食品原料目录，依靠临床试验 对其缓解视疲劳功效的背书，蓝莓花色苷为中游企业产品创新提供新出口，其作为上游原料，产能与供给量将同步紧跟。**

中 产业链中游

品牌端

缓解视觉疲劳保健食品的研发与制造环节

中游厂商

[仙乐健康科技股份有限公司 >](#)

[汤臣倍健股份有限公司 >](#)

[江西珍视明药业有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

剂型选择方面：

消费者偏好直接影响市场需求，生产企业需要密切关注这些偏好，以便调整产品策略，满足市场需求。调查显示，有84.8%、57.5%的消费者选择、偏好胶囊类产品，占比最高。其次是片剂类，受到74.8%、40.6%的消费者选择、偏好。口服液及其他类型只有极少消费者选择。胶囊类、片剂类产品成为多数中国消费者的首选。**针对消费者剂型的偏好，生产企业可以通过调整生产工艺，优化和创新剂型，不断满足消费者的需求并提高自身的竞争力。**

功能成分选择方面：

过往多项临床试验结果显示，**叶黄素、花青素和胡萝卜素等同属类胡萝卜素的功能成分以及越橘等常**

与类胡萝卜素共同添加的原料应对各类视觉疲劳症状均表现出有效的作用机制。国家药监局保健食品评审中心联合中国中医科学院西苑医院开展的一项临床试验显示，口服叶黄素的视觉疲劳人群中**70%症状得到改善**；成都眼糖科技联合江南大学开展的4种成分添加对视疲劳缓解的功效研究中，服用β-胡萝卜素的视觉疲劳人群左眼和右眼视力提高有效率分别为**53.97%和46.03%**；神威药业对以越橘为主要成分的保健产品进行功能评价，结果显示**试验组视明持久度平均提升10.1%**。由此可见类胡萝卜素及越橘等常用配伍原料在改善视觉疲劳方面效果显著，因此已获批的视疲劳缓解保健食品中，以类胡萝卜素和越橘为主要有效成分的产品占比超3成。

产业链下游

渠道端及终端客户

视疲劳缓解保健食品的销售渠道以及有相关需求的消费者群体

渠道端

国药控股国大药房有限公司 >

阿里健康大药房医药连锁有限公司 >

老百姓大药房连锁股份有限公司 >

查看全部 v

产业链下游说明

销售渠道方面：

在下游市场中，企业不再依赖于单一的销售途径来推广和销售产品，而是采取多种渠道相结合的方式，以覆盖更广泛的消费者群体，提高产品的市场占有率和品牌影响力。缓解视觉疲劳保健食品的销售渠道的多元化，除了传统的药店、超市等线下实体店和专业渠道如医院、眼科诊所等，电商平台、社交媒体等线上渠道也占据了重要地位。根据调查数据统计显示，截止至2024年1月，仅有21.4%的消费者会在实体专柜/专店购买护眼产品，其他线上购买渠道如电商平台和短视频直播平台占比则高达73.2%和46.4%，反映出电商平台等线上渠道在缓解视觉疲劳保健食品销售中不可忽视的作用。

消费者需求方面：

中国居民群体对于护眼的需求呈现出多元化发展的趋势。根据市场调查数据显示，新生儿眼部疾病多为因早产和遗传疾病等因素导致的视网膜病变和先天性眼疾；对于18岁及以下的少年儿童群体，此年龄段为眼部结构抵抗力提升和功能成熟化发展的关键时期，而学业压力逐步提升导致趋光性眼病成为此群体面临的首要眼部疾病负担，以维生素A和锌为主要功能添加的保健食品需求旺盛；20岁至40岁的中青年群体则伴随工作生活节奏加快，用眼频率增加以及眼部护理的忽视导致眼干眼涩成为此年龄段居民患病风险最高的眼部问题，为DHA类眼部抗炎舒缓保健食品提供放量空间；进入中老年，慢性疾病患病风险的提升促使与高血压和糖尿病等疾病高度相关的白内障、青光眼和视网膜病变等眼部并发症风险大幅提升，叶黄素、花青素和维生素E等抗氧化修复类功能性添加成为此群体购买保健

食品的关注重点。以上信息表明，**不同年龄层用眼习惯与生活作息不同导致中国居民的护眼需求较为多元，产品线广泛覆盖的视觉疲劳缓解保健食品品牌或更受消费者青睐。**

- [5] 1: <https://www.spkx...> | 2: <https://www.digita...> | 3: <https://www.digita...> | 4: <http://html.rhhz.n...> | 5: 中国农业科学院油料作...
- [6] 1: <https://news.21fo...> | 2: 食研汇, 食品科学, 中...
- [7] 1: <http://www.nhc.go...> | 2: 南京林业大学经济管理...
- [8] 1: <https://news.21fo...> | 2: 食研汇
- [9] 1: <https://www.digita...> | 2: <https://www.digita...> | 3: <http://html.rhhz.n...> | 4: 数英, 中国药理学通报
- [10] 1: 食品科学, 中国药事, ...
- [11] 1: <https://www.spkx...> | 2: 中国农业科学院 油料作...
- [12] 1: <http://www.nhc.go...> | 2: 北京联合大学, 国家卫...
- [13] 1: 南京林业大学经济管理...

行业规模^[14]

2018年—2023年，缓解视觉疲劳保健食品行业市场规模由121.25亿元增长至166.50亿元，期间年复合增长率6.55%。预计2024年—2028年，缓解视觉疲劳保健食品行业市场规模由177.50亿元增长至224.01亿元，期间年复合增长率5.99%。^[18]

缓解视觉疲劳保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：^[18]

经济发展与科技转型带动居民生活走向数字化时代，屏幕依赖成为加重居民用眼负担的主要原因，中国居民视觉疲劳程度不断加重，为视觉健康类保健食品提供增量出口。

伴随中国经济快速发展，居民人均可支配收入已由2018年的2.8万元上浮至2023年的近4万元，同期中国科技发展水平进入赶超海外先进市场的快车道，中国家庭智能电视保有量由2018年的不足2亿台速增至2023年的3.48亿台，人均智能手机保有量由21世纪初的0.64台增至如今的1.22台，**网络与智能设备的普及推动居民生活丰富度提升，随之而来的屏幕用时增加也为中国居民用眼过度增加风险。**国家统计局关于中国居民时间利用的调查数据显示，居民使用互联网时间已由2008年的14分钟/天增加至2018年的2小时42分钟/天，以此趋势计算，2023年中国人均互联网使用时间将突破3小时/天。长时间关注手机、电视等荧光屏导致各类因视觉疲劳引起的眼病患者负担均有加重倾向，干眼症患者基数在全部视觉疲劳居民中占比超80%，患病人数在2018年至2023年间由29,110万人增至31,240万人，另外患有近视、远视和散光等屈光性眼病的居民同期也由2,684.7万人增至2,899.5万人。

在各领域革新均面临数字化转型的当下，网络成为居民获取信息的重要途径，屏幕依赖因此成为引发中国居民用眼卫生问题的关键，居民护眼需求随之上升，为缓解视觉疲劳保健食品产业发展提供充足空间。

政策部署与居民需求共同驱使眼科诊疗资源广泛覆盖和临床诊断精准度提升，潜在眼部疾病患者检出概率提升，为视疲劳缓解保健食品营造充分增量空间。

21世纪初期至今，《“十三五”全国眼健康规划（2016—2020年）》和《“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）》的接连出台体现出政府部门对居民用眼卫生和眼科诊疗资源分配的重点关注。起于2016年的用眼健康五年规划关键落脚点在于提升全民眼健康意识以及预防近视等常见眼病，2021年颁布的“十四五”用眼健康规划则进一步强化了眼科医疗服务体系建设，优化资源配置，推动眼科诊疗服务的广泛普及。政策推动和居民需求双重驱动下，中国眼科诊疗机构数量已由2018年的761家增至2021年的1,203家，以此趋势推算，2023年中国各省市诊疗机构数量总计将进一步增至1,492家。眼科诊疗机构加速建成带动接诊人次迅速提升，为应对与日俱增的眼科诊疗需求，医疗院校眼科诊疗相关专业的人才培养与眼科诊疗机构的人员储备共同发力，眼科专业技术人员增势显著。2017至2020年间，每位专业技术人员年均可接待患者人次由446.2人降至426.2人，至2023年推测将进一步降至399.4人，眼科诊疗技术及服务人员接诊压力得到逐步缓解，因而每位眼疾患者问诊时长得到提升，诊疗资源充分覆盖与诊疗深入度稳步提升助力中国眼科诊疗的均等化和精准化发展，居民眼部症状检出率和临床诊断准确度同频上涨，在此背景下，中国缓解视疲劳保健食品迎来高速发展机遇。^[18]

缓解视觉疲劳保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[18]

中国居民对于眼部不适症状的保健意识偏低，其中老年人群体线下就医意愿不足以及线上问诊能力欠缺引发关注，多项针对性政策颁布鼓励居民眼部疾病早诊早治，同时为老年人线上就医难问题提供适老出路，眼部保健潜在需求有待挖掘。

调查数据显示，目前仅2成中国居民存在规律购买缓解视觉疲劳保健食品并定期服用的习惯，居民对于眼部不适症状的忽视和问诊就医意愿的不足是导致此类保健食品购买基数有限的关键因素。据浙江大学学报发表的中国眼部疾病患病负担数据显示，至2023年，中国屈光性眼病患者人数约达2,899.5万人，而其中每千名患者的问诊及手术率仅不足1人，同年白内障患病人数达1,987.2万人，而其中每年就诊及手术率仅约为20%。在全部患有眼部疾病的居民中，老龄人口就医问题尤为显著。一项基于60岁及以上中国老年人的调查结果显示，对于症状较轻的疾病类型，仅半数老年人选择线下就医，其中选择专科医院就诊的老年人占比不足10%，线上就医情况来看，由于老年人生理功能退化以及对于新兴事物的学习能力不足，仅约33%老年人可独立进行线上挂号及问诊。综合来看，中国居民对于眼部不适症状的重视程度整体偏低，同时数字医疗的普及和适老化工作仍有待进一步推进。近年，政府部门重点关注居民用眼健康习惯的养成和眼部疾病的早诊早治，同时为应对老年人线上就诊难题，国务院办公厅出台《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》，针对不同年龄段、不同教育背景、不同生活环境和习惯的老年人采取有针对性和差异化的解决方案，同时强调线上服务应与线下渠道相融合，为老龄群体接受线上服务提供方式做足铺垫。在政策引导鼓励和居民眼部保健意识稳步提升的背景下，中国居民对缓解视觉疲劳保健食品的潜在需求有望得到挖掘，市场规模在此带动下将实现持续扩大。

居民对于视觉疲劳症状的忽视和对于保健食品质量的不确定导致眼部健康类保健食品市场渗透率不足，国家多部门持续开展抽检工作以保证保健食品质量，通过提升消费者信赖度带动市场扩张。

保健食品是一类不具有疾病治疗功效且对人体无危害的食品类产品，消费属性较强，因此消费者购买意愿与购买能力对其市场价格产生直接影响。以截至目前京东平台上架的缓解视觉疲劳保健食品价格统计数据来看，价格落入0-100元和100-200元区间的产品数量占据主要份额，分别为35.28%和30.91%，各价格区间产品的加权均值为190.8元。另外2023年丁香医生针对中国家庭的健康认知行为调查显示，在受访者及其家人组成的近万个受访单位中，多数家庭首要选择补充健康知识和服药调理，仅38%表示有定期服用营养补充剂的习惯，可见居民对眼部疲劳状态关注度不足，且部分产品生产宣传中存在的违法违规问题导致部分居民对于保健食品效果持有不确定态度，因此在购买眼部健康相关保健食品时的支付意愿偏低。“十三五”期间，国家多部门开始对保健食品质量实施抽检监管，保健食品的不合格率已由2018年的2.1%降至2023年的0.17%，政府部门食品安全检验工作的严密开展下，消费者对于保健食品安全与质量的信任度有望得到稳定提升，同时将拉动居民对缓解视觉疲劳保健食品的价格意愿提升，居民消费偏好向更优质的保健产品移动，购买均价提升为市场提供持续扩张动能。^[18]

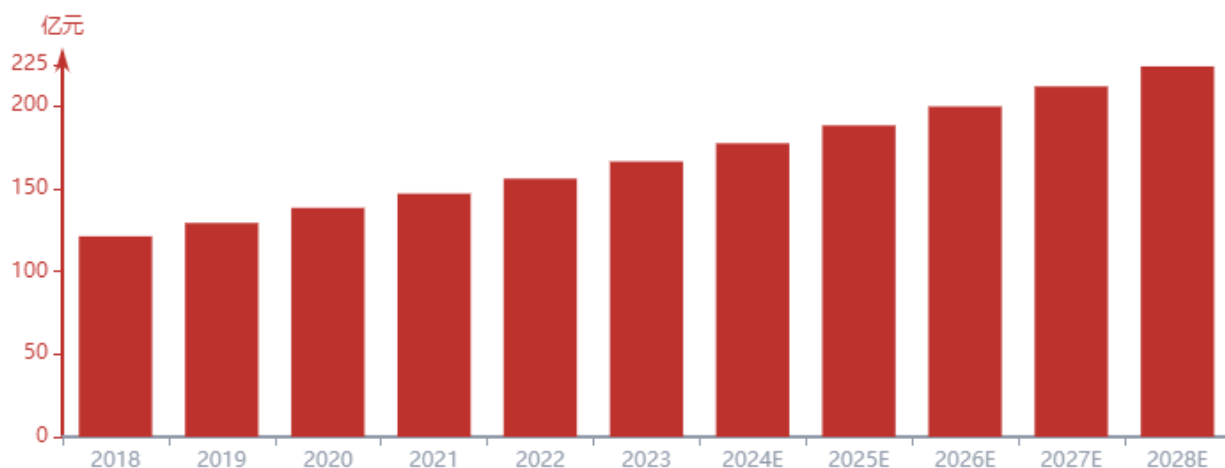
企业VIP免费

中国缓解视觉疲劳保健食品行业市场规模

★★★★★ 4星评级

缓解视觉疲劳保健食品行业规模

中国缓解视觉疲劳保健食品行业市场规模



数据来源：弗若斯特沙利文，浙江大学学报，GBD数据库

- [14] 1: <https://www.samr...> 2: <http://www.xinhua...> 3: <https://www.gov.c...> 4: <https://m.21jingji.c...>
5: <https://www.chun...> 6: <https://www.gov.c...> 7: <https://www.ceicd...> 8: <https://www.stats....>
9: <https://www.stats....> 10: <https://www.gov....> 11: <https://www.gov...> 12: 国家统计局，中华人民...

- [15] 1: 春雨医生，医学与哲学...

[16] 1: 京东, 丁香医生, 国家...

[17] 1: 中国知网, Choice

[18] 1: 中国知网, 国家卫健委

政策梳理^[19]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院办公厅关于推动疾病预防控制事业高质量发展的指导意见》	国务院	2023-12	7
政策内容	广泛普及疾控政策和科学知识, 教育部门要将其纳入国民教育体系, 机关、企事业单位、社会组织等要纳入本单位从业人员培训内容, 基层社区、医疗卫生机构要加强对居民、患者的科普宣传和健康指导。			
政策解读	政策强调加强公共卫生服务能力, 推进基层医疗卫生机构的标准化建设, 助力提高眼部疾病的早期筛查和诊断能力。 同时政策鼓励利用信息化手段和大数据技术, 建立健全居民健康档案和眼健康数据库, 提升眼部疾病的监测和预警能力。此外, 政策推动全民健康教育, 提高居民眼健康意识和自我防护能力, 有助于早期发现和及时干预眼部疾病。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《保健食品新功能及产品技术评价实施细则(试行)》	国家市监局	2023-08	5
政策内容	保健食品新功能及产品的技术评价工作, 应当以满足消费者健康产品需求为宗旨, 遵循促进健康、科学合理、真实可信、客观公正的原则。			
政策解读	《实施细则》从“总则”“新功能研究”“材料接收”“技术评价”“上市后评价”“附则”等6个方面进行了详细论述, 鼓励引导企业、高校、科研机构等社会力量开展功能创新和产品研发, 进一步促进产业高质量发展。《实施细则》以制度创新引领产业创新, 以消费结构升级引领产业转型升级, 用优质产品满足人民日益增长的健康需求, 不断提高人民群众的满意度和获得感。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”全国眼健康规划 (2021-2025年)》	国家卫健委	2022-01	5
政策内容	重视眼病前期因素干预，注重医防协同、急慢分治，推动眼健康事业发展从以治病为中心向以人民健康为中心转变。关注儿童青少年、老年人两个重点人群，聚焦近视等屈光不正、白内障、眼底病、青光眼、角膜盲等重点眼病，推广眼病防治适宜技术与诊疗模式，提高重点人群眼健康水平。			
政策解读	政策明确提出要加强眼健康教育， 利用多种媒介和平台提高全民眼健康意识，开展有针对性的宣传和教育活动。 这将显著提升居民对眼健康知识的认知水平，促进科学用眼习惯的养成。同时， 政策强调加强眼科医疗服务体系建设，推进基层和农村地区的眼科服务能力，推动眼科疾病的早筛早治。 通过建立健全眼健康档案和信息化平台，实现眼科疾病的早期监测、诊断和干预，减少眼病的发病率和致盲率。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《保健食品原料目录与保健功能目录管理办法》	国家市监局	2019-10	8
政策内容	保健食品原料目录和保健功能目录的制定、调整和公布，应当以保障食品安全和促进公众健康为宗旨，遵循依法、科学、公开、公正的原则。			
政策解读	政策通过明确保健食品原料和功能目录， 规范保健食品市场运行逻辑，从而提升产品的安全性和有效性，增强消费者信心。 同时，政策推动企业加大研发投入，创新保健食品原料和功能，提升产品附加值和市场竞争能力。此外， 政策的实施有助于减少市场上的虚假宣传和违规产品，净化市场环境，促进行业健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《2019年食品安全重点工作安排》	国务院食品安全委员会	2019-05	5

政策内容	实施保健食品行业专项清理整治行动。严厉打击保健食品欺诈和虚假宣传、虚假广告、传销等违法犯罪行为。开展以老年人识骗、防骗为主要内容的宣传教育活动。大力整治保健食品市场秩序，严厉查处各种非法销售保健食品行为。
政策解读	政策重点加强对保健食品生产、流通和销售环节的全程监管，严格执行生产许可制度和产品备案管理，确保产品质量和安全。 通过加大抽检力度和频次，及时发现和处置不合格产品，防范食品安全风险。
政策性质	规范类政策

- [19] 1: <https://www.gov.cn/g...> | 2: <http://www.nhc.gov...> | 3: <http://www.nhc.gov...> | 4: <http://www.nhc.gov...> | 5: <http://www.nhc.gov...> | 6: <https://www.samr...> | 7: <https://www.gov.cn/g...> | 8: 中华人民共和国中央人... | 9: <https://www.gov.cn/g...> | 10: <https://www.samr.gov...> | 11: <http://www.nhc.gov.c...> | 12: <http://www.nhc.gov.c...> | 13: <http://www.nhc.gov.c...>

竞争格局

从自主研发专利覆盖、品牌市场热度和产品线广度等方面综合判断，中国缓解视觉疲劳保健食品市场形成以汤臣倍健为主导、其他各企业充分竞争的格局。^[23]

缓解视觉疲劳保健食品呈现以下梯队情况：第一梯队公司为汤臣倍健；第二梯队为云南白药、东阿阿胶、江中药业和华北制药等。^[23]

缓解视觉疲劳保健食品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[23]

以叶黄素为主要成分的保健食品本土落地与国家健康护眼科普宣传工作同期进行，居民认知度速增，生产企业积极布局以稳固竞争实力。

20世纪末期，海外先进市场研究人员即已开展关于叶黄素功效和提取工艺的深度探索，美国建明公司以全球首个叶黄素保健食品生产厂商的市场地位带动叶黄素功效发现同护眼保健意识同步传播至世界各国，**至21世纪初期，日本及欧美国家原产的以叶黄素及多种抗氧化成分为主要添加的保健食品进入中国市场，从而开启本土缓解视觉疲劳领域保健食品产业的发展，同期多项政策出台，重点关注眼部健康科普，叶黄素类护眼保健食品借此机遇在本土市场迅速普及。**2024年，一项针对中国居民的随机问卷调查结果显示，居民对于叶黄素的认知度以82.3%位居护眼功能性成分榜首，较排名第二的维生素A超出43.8%，足可见叶黄素护眼保健功效在中国居民中的高度渗透。近年有临床科研结果表明，人体视网膜在胚胎时期即已开始形成，至妊娠20周时，视网膜光感受器细胞开始发育，而叶黄素可通过胎盘屏障由母体进入胎儿的血液循环系统，因此叶黄素也成为广受孕期人群青睐的功能性成分之一。叶黄素凭借长期以来的居民认知基础和广泛的适用人群覆盖，已成为缓解视觉疲劳保健食品市场中的王牌类目，头部生产企业积极布局，如北京同仁堂的蓝莓叶黄素酯压片糖果、汤臣倍健的蓝莓叶黄素糖

果片和康恩贝的蓝莓黑加仑叶黄素酯压片糖果等，从而稳占市场领先地位。

中国各年龄段居民护眼保健需求侧重不同，所需功能性成分存在一定差异，加之老龄人口慢性疾病引发多种眼部并发症，多种功能成分复合添加的保健食品更贴合本土消费者使用场景，为生产厂商提供了产品设计思路。

在关于居民购买护眼保健食品时对其所含功能成分偏好的一项随机问卷调查中，配方单一的保健食品以在儿童群体中10.4%的渗透率为最高，青少年及成年群体由于存在缓解眼干眼涩、视物模糊、屈光不正等症状的综合保健需求，单一添加产品在此群体中的渗透率低至4.2%。反观复合添加的缓解视疲劳保健食品，具备不同成分优势的产品类型在各年龄层群体居民中的渗透率均高于20%，其中**多种功能成分共同添加且单一成分功能优势较强的产品受各年龄群体欢迎度较高，儿童群体、中青年群体和有专业用眼需求的人群需求偏向性较为显著，对此类保健食品的接受程度介于30%至40%之间，而老年人因眼部功能衰退以及慢性疾病负担增加，多种眼部疾病改善需求导致复合产品在老年群体中渗透率达44.1%。**需求特性引导生产企业以复合添加的眼部健康保健食品为研发创新重点，注册情况来看，仅6.1%的已注册的缓解视觉疲劳保健食品为单一添加产品，72.7%的已注册产品所添加功能成分在3种及以上。汤臣倍健旗下的越橘叶黄素酯β-胡萝卜素软胶囊以液体叶黄素为强项创新点，辅以越橘成分和胡萝卜素的抗氧化护眼功效，在市场中占据主导地位。又如修正药业生产的越橘叶黄素β-胡萝卜素锌软胶囊，以越橘有效成分提取和叶黄素为主推优势成分，辅以胡萝卜素和锌的平衡眼部代谢功效，成为市场中受消费者信赖的领先品牌之一。**此类企业从消费者护眼需求出发，以复合添加搭配优势成分的产品设计理念稳固在本土市场中的持续竞争优势。**

[23]

缓解视觉疲劳保健食品行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：[23]

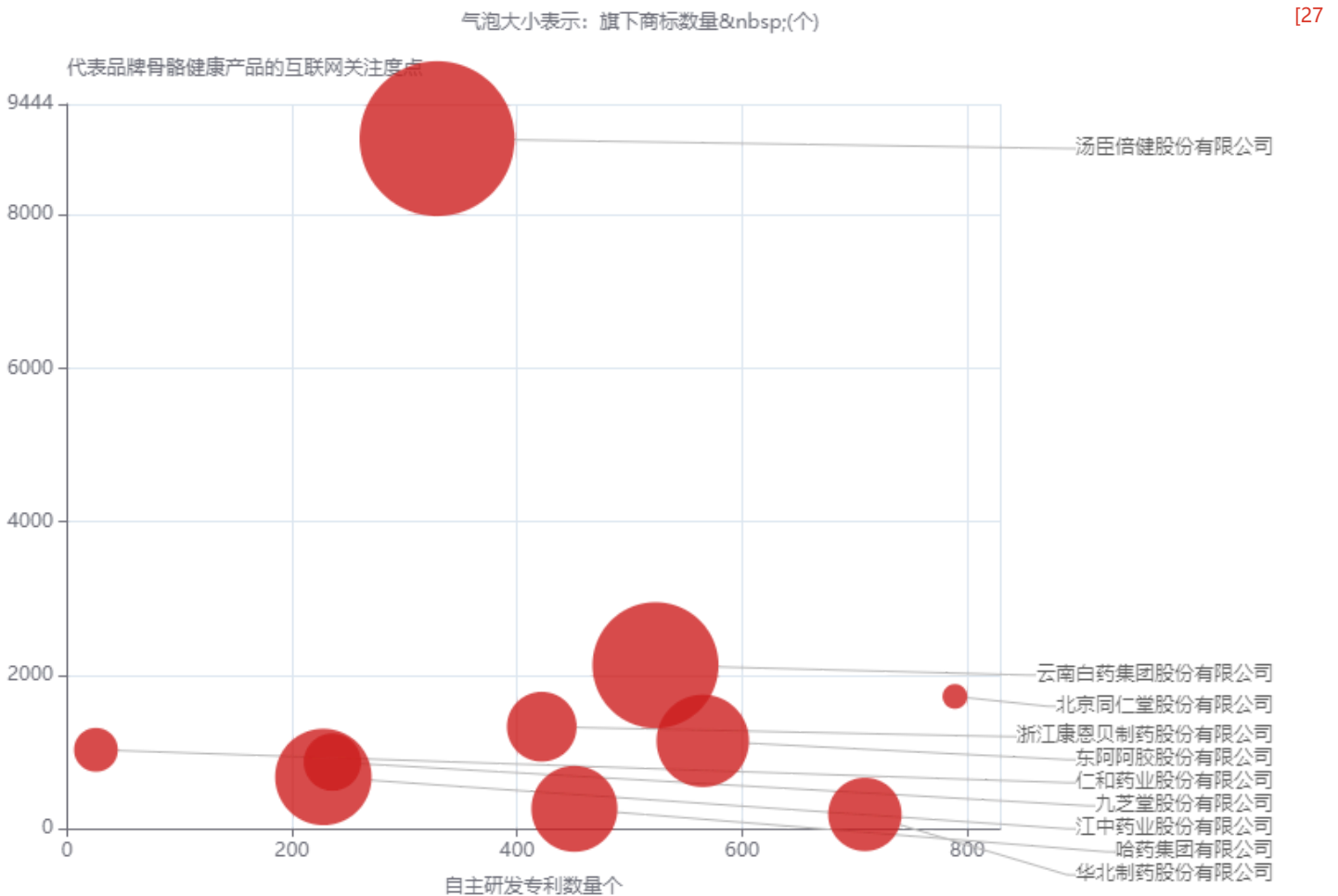
临床试验证实ω-3 LC-PUFAs在视网膜疾病改善中的多重优势，未来如被纳入保健食品原料目录，将为中游生产企业提供产品创新思路，生产厂商市场竞争格局有望改写。

2023年，天津市眼科医院与天津医科大学眼科临床学院科研人员联合开展临床试验研究，研究发现，氧化应激、炎症反应、细胞凋亡以及新生血管形成是多种视网膜疾病的共同致病机制，而**ω-3长链不饱和脂肪酸 (ω-3 Long-Chain Polyunsaturated Fatty Acids, ω-3 LC-PUFAs)** 凭借其抗炎、抗氧化应激、抑制心血管生成以及促进神经细胞存活等作用机制，在视觉疲劳缓解领域展现出无限潜能。针对视网膜变性类疾病的临床试验结果显示，患有年龄相关性黄斑变性 (Age-Related Macular Degeneration, AMD) 受试者服用ω-3 LC-PUFAs后，发生黄斑中心区地图样萎缩 (Central Geographic Atrophy, CGA) 和黄斑区脉络膜新生血管 (Choroidal Neovascularization, CNV) 症状的可能性降低30%。另一项临床试验结果显示，每天至少摄入500mg ω-3 LC-PUFAs的II型糖尿病患者，患严重糖尿病视网膜病变 (Diabetic retinopathy, DR) 的概率大大降低。目前ω-3 LC-PUFAs暂未以缓解视觉疲劳保健食品功能成分的形式在中国市场大规模落地，**未来期间如有进一步临床试验可验证其作为保健食品添加的安全性和长期服用对各年龄层居民的广谱有效性，ω-3 LC-PUFAs有望在市监局与药监局的共同监管下纳入保健食品原料目录，以此为原料进行产品创新的企业将凭借其护眼保健功能优势实**

现市场竞争力的提升。

中医在屈光性眼病治疗中优势凸显，居民对传统医学理念接受程度居高，政策鼓励下，患病居民选择中医诊疗方案比例或将提升，视疲劳缓解市场迎来竞争加剧。

近年，传统医学领域科研人员发现中医在屈光性眼病的预防和治疗中具有独特优势，针刺治疗、耳穴压豆、拨筋疗法等可通过刺激眼周穴位改善眼部血液循环，从而调节视觉功能，达到增进视力的功效。2024年，一科研项目对针灸联合推拿疗法在儿童假性近视中的疗效展开临床试验，其中针灸组采用醒脑开窍针刺疗法联合热敏灸治疗，推拿组采用推拿治疗，观察组予三者联合治疗，共同治疗4周后结果显示，针灸组、推拿组和观察组儿童证候总有效率分别达56.67%、40.00%和63.33%，其中观察组治疗八周后，主症有效率可达96.67%，**可见中医疗法在以近视为主的屈光性眼病治疗中具有显著疗效。**国家中医药管理局数据显示，约53%居民在问诊用药时会首选中医药方案或中西医结合方案，加之政府部门近年颁布多项政策利好传统医药产业发展，**居民对中医药理念的接受程度将逐年走高，患屈光性眼病的患者选择中医治疗方案的比例同期提升。未来期间，中医药与保健食品或将共同抢占视觉疲劳缓解市场，保健食品生产厂商间竞争有望加剧。** [23]



上市公司速览

仁和药业股份有限公司 (000650)

浙江康恩贝制药股份有限公司 (600572)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
91.4亿	12.4亿元	-8.72	36.66

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
127.0亿	18.2亿元	-14.38	57.01

云南白药集团股份有限公司 (000538)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.0千亿	107.7亿元	2.49	29.98

东阿阿胶股份有限公司 (000423)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
442.5亿	14.5亿元	35.95	71.79

汤臣倍健股份有限公司 (300146)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
269.4亿	26.5亿元	-14.87	69.90

诺华制药 (NYSE: NVS)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
2.1千亿	466.6亿元	7.36%	73.27%

康宝莱 (NYSE: HLF)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
11.2亿元	50.6亿元	-2.73%	76.47%

[20] 1: 每日食品, Nutrients, ...

[21] 1: 丁香园

[22] 1: 中华眼视光学与视觉科...

[23] 1: 中医药通报

[24] 1: 百度指数

[25] 1: 企查查 2: https://www.qcc.com/... 3: https://www.qcc.com/... 4: https://www.qcc.com/...

5: https://www.qcc.com/...

6: https://www.qcc.com/...

7: https://www.qcc.com/...

8: https://www.qcc.com/...

9: https://www.qcc.com/...

10: https://www.qcc.com/...

11: https://www.qcc.com/...

12: https://www.qcc.com/...

[26] 1: Chnbrand 2: http://www.chn-brand... 3: http://www.chn-brand...

[27] 1: https://www.qcc.c... | 2: https://www.qcc.c... | 3: https://www.qcc.c... | 4: https://www.qcc.c... |

5: https://www.qcc.c... |

6: https://www.qcc.c... |

7: https://www.qcc.c... |

8: https://www.qcc.c... |

9: https://www.qcc.c... |

10: https://www.qcc.c... |

11: 企查查

企业分析

1 云南白药集团股份有限公司【000538】



▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	104139.9718万人民币
企业总部	昆明市	行业	医药制造业
法人	董明	统一社会信用代码	9153000021652214XX
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1993-11-30
品牌名称	云南白药集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	化学原料药、化学药制剂、中成药、中药材、生物制品、医疗器械、保健食品、食品、饮料... 查看更多		

▪ 财务数据分析										
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.08	1.22	1.15	1.19	1.12	1.08	1.09	1.05	1.04	-
资产负债率(%)	29.8748	35.5604	34.5081	34.4171	23.2755	30.5607	26.5026	27.7451	25.8048	-
营业总收入同比增长(%)	10.225	8.065	8.4958	9.8443	9.8004	10.3763	11.0899	0.3147	7.1884	-
归属净利润同比增长(%)	10.5649	5.3787	7.7094	5.1378	19.7482	31.8459	-49.1736	6.9952	36.4082	-
应收账款周转天数(天)	13.9969	16.6242	16.6259	20.8061	23.612	30.7422	69.7462	85.7952	92.381	-
流动比率	3.6149	3.2768	3.3363	2.6784	4.6493	3.1504	3.5778	2.6314	2.851	-
每股经营现金流(元)	2.0929	2.8661	1.1097	2.5253	1.6477	2.9974	4.072	1.7861	1.9494	-
毛利率(%)	30.5342	29.8639	31.1872	30.5478	28.5636	27.7524	27.1499	26.3231	26.5058	-
流动负债/总负债(%)	81.1382	77.0277	78.71	97.4297	83.1845	92.6589	91.7698	91.648	91.7778	-
速动比率	2.2293	1.5353	2.0128	1.5347	2.8932	2.2462	2.919	2.0418	2.3453	-
摊薄总资产收益率(%)	15.4668	13.3594	11.9816	11.3283	10.428	10.5095	5.2019	5.3789	7.6982	-
营业总收入滚动环比增长(%)	17.5922	4.9305	4.2886	2.2362	3.4809	4.4338	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-34.6975	-52.4797	-64.7539	-52.961	-103.925	-121.41	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	22.43	20.03	18.55	17.37	10.31	14.46	7.58	7.87	10.51	-

基本每股收益(元)	2.66	2.8	3.02	3.18	3.28	4.32	2.21	1.9	2.29	0.95
净利率(%)	13.2875	13.0781	12.8833	12.3174	14.0674	16.8313	7.6878	7.7844	10.5406	-
总资产周转率(次)	1.164	1.0215	0.93	0.9197	0.7413	0.6244	0.6766	0.691	0.7303	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-29.1092	-42.3694	-48.0805	-53.1767	-50.4309	-29.7954	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.2002	1.1976	1.1976	1.1976	13.6371	13.8213	14.1313	10.1463	10.1547	-
存货周转天数(天)	132.5479	143.6438	167.629	181.0501	184.6722	173.0104	131.5741	109.6224	90.3955	-
营业总收入(元)	207.38亿	224.11亿	243.15亿	267.08亿	296.65亿	327.43亿	363.74亿	364.88亿	391.11亿	107.74亿
每股未分配利润(元)	9.959	12.0872	14.2198	15.7917	13.9589	14.7496	12.695	9.3054	10.0743	-
稀释每股收益(元)	2.66	2.8	3.02	3.18	3.28	4.31	2.18	1.9	2.29	0.95
归属净利润(元)	27.71亿	29.20亿	31.45亿	33.07亿	41.84亿	55.16亿	28.04亿	30.01亿	40.94亿	17.02亿
扣非每股收益(元)	2.51	2.59	2.67	2.8	1.97	2.27	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	2.0929	2.8661	1.1097	2.5253	1.6477	2.9974	4.072	1.7861	1.9494	-

竞争优势

云南白药始终致力于推动传统中医药融入现代生活，持续深挖传统医学产品的内生潜力，以产品创新回应现代生活需求，不断为传统品牌及传统中医药产品注入新的生命力。基于云南白药在药品和健康产品领域的成功破局，公司目前已经建立了在天然药物、中药材饮片、特色药、医疗器械、健康日化产品、保健食品等多个领域的业务布局，实现了从一家传统中药制造企业向现代化大健康企业的转型。

2 东阿阿胶股份有限公司【000423】

公司信息

企业状态	开业	注册资本	64397.6824万人民币
企业总部	聊城市	行业	医药制造业
法人	程杰	统一社会信用代码	91370000168130028J
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	1994-06-04

品牌名称	东阿阿胶股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可证批准范围内的药品生产、销售, 许可证批准范围内的保健食品生产、销售, 受山东东... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.07	0.98	1.03	0.94	1.17	1.03	1.31	1.12	1.1	-
资产负债率(%)	17.7256	15.7136	20.2369	18.3198	13.9923	10.7124	14.0407	18.055	19.2822	-
营业总收入同比增长(%)	35.9354	15.9179	16.7039	-0.4615	-59.6825	14.7929	12.8921	5.01	16.662	-
归属净利润同比增长(%)	19.0018	13.9965	10.358	1.9817	-121.2923	109.5177	917.4349	77.0952	47.5489	-
应收账款周转天数(天)	14.0114	19.7735	21.7548	34.5122	131.733	91.4425	37.1691	39.0503	37.7785	-
流动比率	4.4213	5.0873	3.9486	4.3668	5.2057	7.4619	6.0157	4.6573	4.378	-
每股经营现金流(元)	1.4948	0.955	2.6871	1.5428	-1.7125	1.2245	4.2826	3.2795	3.0334	-
毛利率(%)	64.6079	66.9546	65.0456	65.9902	47.6514	55.0018	62.3035	68.301	70.2432	-
流动负债/总负债(%)	95.3479	95.3374	97.4828	97.047	96.5341	88.8058	87.781	92.1132	93.8037	-
速动比率	1.4696	1.2973	1.1642	1.8637	2.8584	4.9867	4.8673	4.0677	3.9574	-
摊薄总资产收益率(%)	20.3848	19.9923	18.3108	15.9004	-3.49	0.3625	3.888	6.4241	8.8817	-
营业总收入滚动环比增长(%)	34.5222	78.0067	86.9584	111.2583	-86.3208	44.7977	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	30.0304	87.2817	133.0513	150.2958	-14694.0192	-59.4659	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	24.78	24.1	22.46	19.72	-4.13	0.44	4.46	7.68	11.12	-
基本每股收益(元)	2.4847	2.8324	3.1258	3.1878	-0.68	0.07	0.68	1.21	1.79	0.5488
净利率(%)	30.0535	29.3668	27.7252	28.4344	-15.0538	1.2016	11.4034	19.279	24.4281	-
总资产周转率(次)	0.6783	0.6808	0.6604	0.5592	0.2318	0.3017	0.3409	0.3332	0.3636	-

归属净利润滚动 环比增长(%)	38.469	57.8299	131.1496	136.9713	-4196.66 59	1.9605	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.0665	1.056	1.056	1.0559	1.0559	1.1349	1.1344	1.1344	0.624	-
存货周转天数 (天)	297.6929	408.6729	462.4872	503.0041	800.5337	703.8123	511.5816	405.2229	288.7855	-
营业总收入(元)	54.50亿	63.17亿	73.72亿	73.38亿	29.59亿	34.09亿	38.49亿	40.42亿	47.15亿	14.53亿
每股未分配利润 (元)	7.9397	9.9721	12.1979	14.4857	12.8313	12.5673	12.9376	13.4802	14.2995	-
稀释每股收益 (元)	2.4847	2.8324	3.1258	3.1878	-0.68	0.07	0.68	1.21	1.79	0.5488
归属净利润(元)	16.25亿	18.52亿	20.44亿	20.85亿	-443915 811.52	4328.93 万	4.40亿	7.80亿	11.51亿	3.53亿
扣非每股收益 (元)	2.289	2.6591	2.9977	2.9282	-0.82	-0.06	-	-	-	-
经营现金流/营 业收入	1.4948	0.955	2.6871	1.5428	-1.7125	1.2245	4.2826	3.2795	3.0334	-

竞争优势

公司以“大众最信赖的滋补健康引领者”为全新愿景，以客户需求与体验为关注焦点，持续巩固“滋补国宝 东阿阿胶”顶流品牌，不断汲取三千年中医药传统文化和滋补养生精粹，持续坚定以科技创新和严格的全产业链质量管控提升阿胶品质，致力于打造具有中华民族特色和国际视野的滋补行业引领品牌。

3 汤臣倍健股份有限公司【300146】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	170084.5431万人民币
企业总部	珠海市	行业	食品制造业
法人	林志成	统一社会信用代码	914404007778052708
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2005-04-01
品牌名称	汤臣倍健股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：保健食品生产；食品生产；食品销售；婴幼儿配方食品生产；特殊医学用途配方... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	----------

销售现金流/营业收入	1.13	1.17	1.14	1.17	1.16	1.18	1.09	1.08	1.1	-
资产负债率(%)	7.1666	11.7233	16.0568	29.6462	28.8009	27.9856	18.7369	18.2511	18.9139	-
营业总收入同比增长(%)	32.9073	1.9006	34.7182	39.8606	20.9393	15.833	21.9262	5.7882	19.6581	-
归属净利润同比增长(%)	26.443	-15.7805	43.1687	30.7899	-135.5114	528.2933	15.0715	-20.9882	26.0099	-
应收账款周转天数(天)	10.4643	11.2149	14.9373	17.7717	12.3859	8.2015	11.0131	14.2151	11.0881	-
流动比率	9.3643	5.3267	4.4472	2.7466	2.1674	2.1672	3.5432	3.4415	3.375	-
每股经营现金流(元)	0.8721	0.4656	0.6495	0.9185	0.9709	0.9907	1.0698	0.811	1.2061	-
毛利率(%)	66.2755	64.3987	67.0777	67.6627	65.7779	62.8155	66.0647	68.2841	68.8889	-
流动负债/总负债(%)	95.2331	97.0582	92.9651	51.3758	73.2251	82.9436	85.255	88.3818	86.2535	-
速动比率	8.4403	4.7671	3.9847	2.2963	1.7448	1.7772	3.1412	3.018	2.9735	-
摊薄总资产收益率(%)	16.3106	9.9212	13.4034	11.4239	-4.5808	17.1843	15.6267	10.8045	12.5904	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-19.5698	-41.6772	-11.939	-25.7618	-37.5826	-44.3172	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-74.6223	-127.7175	-121.5386	-128.7794	-646.5439	-170.2814	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	15.69	11.76	15.8	19	-6.5	23.97	19.34	13.46	15.34	-
基本每股收益(元)	0.89	0.37	0.52	0.69	-0.24	0.96	1.06	0.82	1.03	0.43
净利率(%)	27.3755	21.9848	24.6498	20.8798	-7.8879	25.3342	23.7685	17.9518	18.9092	-
总资产周转率(次)	0.5958	0.4513	0.5438	0.5471	0.5807	0.6783	0.6575	0.6019	0.6658	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-69.7495	-115.5693	-116.7343	-115.8047	-577.286	-88.6268	-	-	-	-
每股公积金(元)	3.6254	1.3565	1.3829	1.3774	2.0305	2.0222	3.6312	3.5954	3.5986	-
存货周转天数(天)	126.8679	142.0234	133.8203	139.9135	141.3409	128.2822	121.7327	125.013	116.1215	-

营业总收入(元)	22.66亿	23.09亿	31.11亿	43.51亿	52.62亿	60.95亿	74.31亿	78.61亿	94.07亿	26.46亿
每股未分配利润(元)	1.3343	0.6826	0.8936	1.1755	0.4372	0.9738	1.1982	1.2541	2.0961	-
稀释每股收益(元)	0.89	0.37	0.52	0.69	-0.24	0.96	1.05	0.81	1.03	0.43
归属净利润(元)	6.35亿	5.35亿	7.66亿	10.02亿	-355889615.46	15.24亿	17.54亿	13.86亿	17.46亿	7.27亿
经营现金流/营业收入	0.8721	0.4656	0.6495	0.9185	0.9709	0.9907	1.0698	0.811	1.2061	-

竞争优势

公司坚持以极致的科学精神，深入营养健康的科学研究，打造极致的科学营养产品力，传播科学营养理念。作为膳食营养补充剂行业领先者，公司坚定实施“科学营养”战略下的强科技企业转型，通过自有发明专利原料及配方研发、开展新功能和重功能产品研发及注册、布局以抗衰老和精准营养为代表的前瞻性基础研究及产业转化等，持续打造不一样的汤臣倍健“硬科技”产品力和科技竞争力优势，赋能VDS行业科技含量，带给VDS行业增量价值。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作



阅读全部原创报告和
百万数据

会员账号



募投可研、尽调、IRPR等
研究咨询

定制报告/词条



定制公司的第一本

白皮书



内容授权商用、上市

招股书引用



企业产品宣传

市场地位确认



丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：18621660149（郝先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

