



# 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。

Copyright © 2024 头豹

# 百合类保健食品：小众中药材保健食品赛道极具增长潜力 头豹词条报告系列



钟琪 · 头豹分析师

2024-10-12 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[制造业/食品制造业/其他食品制造](#) [消费品制造/食品饮料](#)

## 词目录

<h3>行业定义</h3> <p>百合类保健食品指以百合为主要原料的保健食品。百...</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照剂型的分类方式，百合类保健食品行业可以分为...</p>	<h3>行业特征</h3> <p>百合类保健食品行业的特征包括应用前景广阔、监管...</p>	<h3>发展历程</h3> <p>百合类保健食品行业目前已达到 <b>2个</b>阶段</p>
<h3>产业链分析</h3> <p><a href="#">上游分析</a> <a href="#">中游分析</a> <a href="#">下游分析</a></p>	<h3>行业规模</h3> <p>百合类保健食品行业规模评级报告 <b>1篇</b></p> <p><a href="#">SIZE数据</a></p>	<h3>政策梳理</h3> <p>百合类保健食品行业相关政策 <b>5篇</b></p>	<h3>竞争格局</h3> <p><a href="#">数据图表</a></p>

**摘要** 百合是一种重要的药食两用植物，分布广泛，含有甾体皂苷、生物碱、多糖及酚类等有效成分，具有抑菌、镇静催眠及免疫调节等多种作用。百合类保健食品即以百合为主要原料的保健食品，同样存在产品同质化的特点，从而吸引知名药企凭借突出的品牌与渠道优势贴牌生产入局。随着中药材被纳入保健食品备案原料目录，百合类保健食品迎来政策利好，行业供给有望进一步增加。同时，随着消费者健康意识的提升和科技进步的驱动，行业需求也有望实现持续增长。

## 行业定义<sup>[1]</sup>

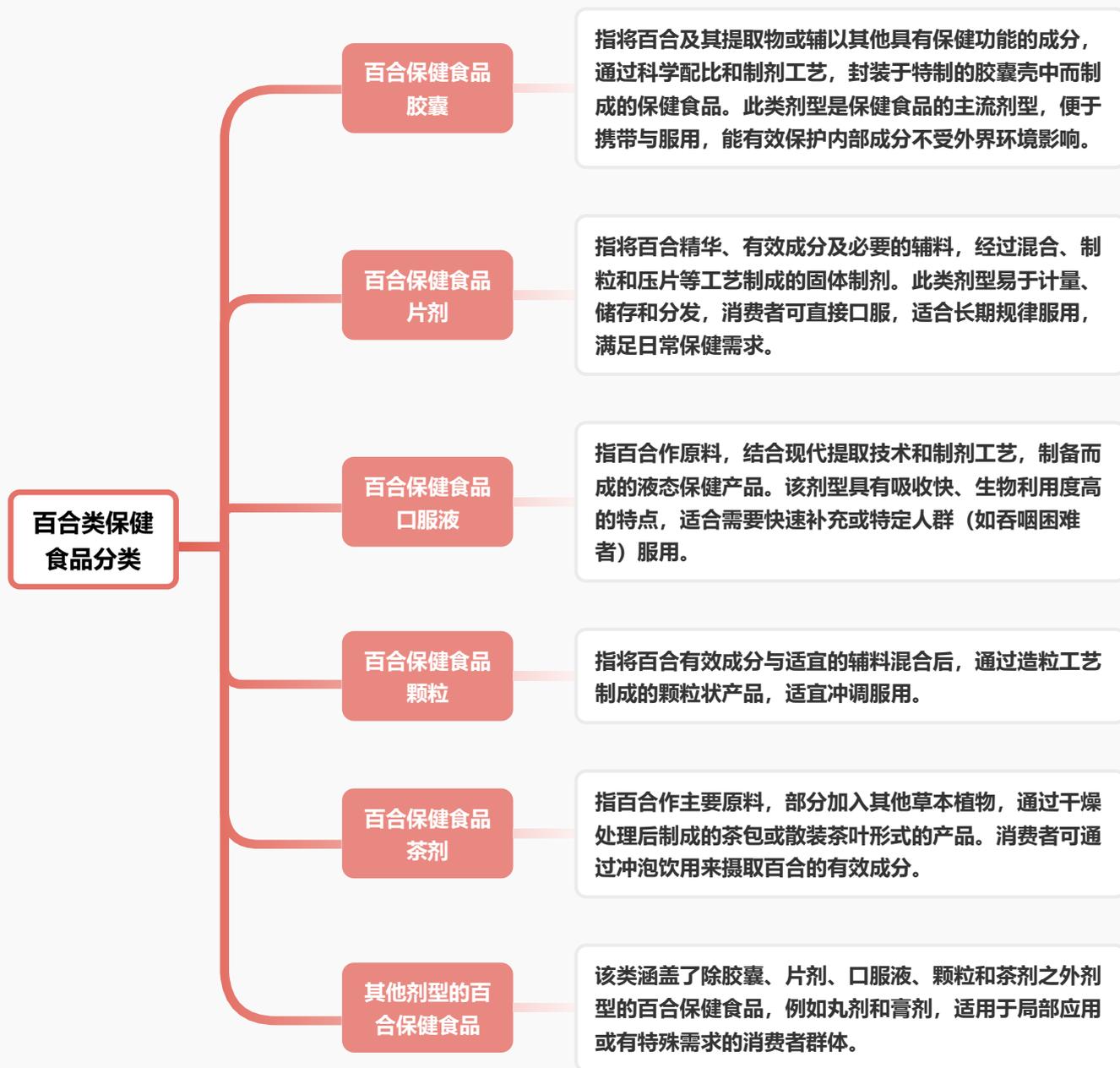
**百合类保健食品指以百合为主要原料的保健食品。**百合最早记载于《本草纲目》，药用价值较高，是营养保健食品的常见原料。它含有多种生物碱和蛋白质、脂肪、淀粉、钙及多种维生素和矿物质等营养物质，具有润肺、止咳、平喘和清热、养心、安神等功效，对于夏日燥热引起的心烦失眠、咽干喉痛、鼻出血以及神疲乏力、食欲不振、低热失眠、心烦口渴等症状具有良好的治疗及缓解作用。

[1] 1: <https://kns.cnki.net> 2: 知网

## 行业分类<sup>[2]</sup>

按照剂型的分类方式，百合类保健食品行业可以分为如下类别：

## 百合类保健食品行业基于剂型的分类



[2] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...>

2: 国家市监局

## 行业特征<sup>[3]</sup>

百合类保健食品行业的特征包括应用前景广阔、监管相对宽松和市场需求渐增。

## 1 应用前景广阔

百合是常用药食同源的食药物质之一，药用与食用历史悠久，但二者的功效不完全等同，食用在药用的基础上获得了更为广泛的利用。具体来看，药用百合起初主要用于治疗“百合病”，后续用于主治风热脚气、痰火咳嗽、惊悸、痞满等症，其疗效根源在于百合性凉而润，能够通过清除体内的热邪来恢复机体的平衡。而今食用百合既保留了药用功效的精髓，又能结合其他有效成分发挥滋阴润肺、调节免疫等多种保健功效，下游保健食品的发展前景广阔。

## 2 监管相对宽松

这一特征的核心在于保健食品与药品在定义、功能及监管要求上存在本质的区别。从定义看，保健食品不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害，而药品用于预防、治疗和诊断人的疾病。从功能看，保健食品的主要作用是调节机体功能，促进健康，而非直接治疗疾病。从监管要求看，药品因其直接涉及人体健康和生命安全，需要经过严格的临床试验、审批和监管流程，确保其安全性和有效性。保健食品则相对简化，尽管也需进行安全性评估和功效验证，但整体流程更为灵活和高效。这种监管上的差异，使得百合类保健食品厂商在享受一定政策支持和市场机遇的同时，也能够一定程度上降低运营成本，提高市场竞争力。

## 3 市场需求渐增

随着国民健康意识的持续提升和对生活质量要求的逐步提高，消费者对于能够调节身体机能、促进健康的保健食品需求日益增长。百合，作为一种具有悠久历史和广泛认可度的药食同源物质，其独特的保健价值和温和的属性，使得百合类保健食品在市场上备受青睐。具体来看，需求增长一方面源于现代生活节奏的加快和工作压力的增大，使得消费者更加关注如何通过日常饮食来改善身体状况。另一方面，技术进步驱动百合类保健食品的种类和形式不断丰富，满足了不同消费群体的多样化需求，进一步推动了市场需求的扩大。

[3] 1: <https://kns.cnki.net>

2: 知网

## 发展历程<sup>[4]</sup>

行业经历了从启动期的规范化初步探索，到高速发展期的市场认知深化与法规创新的显著飞跃。随着《保健食品管理办法》的发布与百合药食两用地位的确立，行业获得了明确的监管框架和发展方向。进入高速发展期后，消费者对百合类保健食品的认知更为深入，对其功效与适用人群有了更清晰的理解。随着保健食品注册与备

案双通道与中药材纳入保健食品备案原料目录的开启，加速了产品上市进程，极大促进了百合类保健食品的创新与发展。

### 启动期 · 1996~2015

**1996年**，《保健食品管理办法》发布，指出凡宣称保健功能的食品均应经卫生部审批确认；

**1997年**，首个百合类保健食品成功注册；

**2002年**，百合成为国家卫生部审批通过的首批药食两用植物之一；

**2015年**，中国累计注册的百合保健食品批文数量已达108件。

《保健食品管理办法》的发布为保健食品行业提供了明确的监管框架和发展方向，推动了包括百合类保健食品在内的整体市场规范化和合法化进程。同时，**随着百合被列为国家卫生部审批通过的首批药食两用植物之一，消费者对百合类保健食品的认知度和接受度逐渐提高，市场需求不断增长。**

### 高速发展期 · 2016~2024

**2016年**，保健食品新产品注册、备案双通道时代开启；

**2023年**，《保健食品原料目录 人参 西洋参 灵芝》及配套解读文件发布，将人参、西洋参、灵芝纳入保健食品备案原料目录；

**截至2024年9月2日**，中国累计注册的百合保健食品批文数量已达140件，整体保健食品达20,921件。

**这一阶段，消费者对保健食品的认知逐渐深入，对百合类保健食品的功效、适用人群等有了更为清晰的认识。**法规层面，保健食品新产品注册与备案双通道的开启，加快了产品进入市场的速度。同时，将人参、西洋参、灵芝等中药材纳入保健食品备案原料目录，**为百合类保健食品提供了更多创新的可能性。**

[4] 1: <http://www.nhc.gov.cn>

2: <https://kns.cnki.net>

3: <http://ypzxs.gsxt.gov.cn>

4: 国家卫健委；知网；国...

## 产业链分析<sup>[5]</sup>

百合类保健食品行业产业链上游为原料供应（百合中药材及其辅料）环节，多为原材料生产商及贸易商；产业链中游为百合类保健食品的供应环节，主要提供产品方案，包括产品开发（配方研究、工艺设计、产品标准研究和注册支持）和产品生产（订单管理、原料采购、全过程检测和生产及交付）；产业链下游为药店、超市等销售终端及消费者环节，多为保健食品品牌运营商以及流通领域的各种渠道商。<sup>[7]</sup>

百合类保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：<sup>[7]</sup>

### **百合类保健食品依托高质量原材料、技术创新与多元化市场策略，形成高度整合且创新驱动的产业链。**

百合类保健食品行业呈现为一个高度整合、创新驱动的产业链结构，从依赖高质量原材料的上游，到技术领先的中游生产，再到竞争激烈的下游市场，各环节间紧密相连，互相依存，共同推动了行业的稳步增长及其在经济领域的重要性日益凸显。未来，行业将持续探索供应链的智能化、产品创新与市场渠道的深化，以迎接更广阔的市场机遇。

### **百合类保健食品通过多元渠道拓展下游市场，强化品牌与市场推广，但需应对品牌自主拓展与产品质量监管的挑战。**

抵达下游市场，百合类保健食品借助多元渠道，特别是零售和医疗健康服务行业的推荐，实现销量增长。企业通过加强与重要零售商的合作、强化品牌建设及市场推广活动，有效应对市场竞争。同时，针对消费者对健康产品日益增长的个性化和品质追求，持续的产品创新和“清洁标签”等研发理念，成为巩固市场地位、促进持续发展的关键策略。然而，品牌自主拓展及产品质量持续监管仍为该环节面临的挑战。<sup>[7]</sup>

## **上 产业链上游**

### **生产制造端**

原料供应商（百合及其辅料）

### **上游厂商**

[安徽亳安堂药业有限公司 >](#)

[龙山县浩博农业有限公司 >](#)

[龙山县博安中药材有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

### **产业链上游说明**

#### **兰州百合种质资源匮乏、品种退化严重且病害率高，影响百合原料的产量及品质，并增加了保健食品加工成本和难度。**

兰州百合是重要的食用百合品系之一，具有种质资源匮乏、品系单一和优良品种较少的特征，生产中使用的种源基本为种植户自繁自育，品种高度混杂、退化严重，病毒感染率超过90%，根病感染率超过75%。因此，兰州百合呈现出产量下降、品质降低和抗逆性减弱等趋势，直接影响了百合的食用价值和市场竞争力。另外，高病毒感染率和根病问题增加了百合原料的预处理难度和成本。在保健食品加工过程中，需要对原料进行严格的筛选、清洗和消毒等处理，额外的处理步骤既增加了生产成本，又对保健食品的质量和效果产生一定的影响。

#### **百合药材价格上涨直接增加中游保健食品的生产成本，技术进步也将推进百合产业升级。**

2024年7月，中国百合单价为85元/千克，同比增长60.38%。百合药材的价格受产量和天气条件等多种因素影响，同比增长显著体现了市场需求的强劲。对于中游百合类保健食品行业而言，关键原料百

合的价格上升会直接导致生产成本的增加。为了缓解成本压力，保健食品厂商或将考虑提高产品售价，以转嫁部分成本上升的压力至消费者端。同时，百合种植行业正通过引入新品种、优化种植技术和提高加工工艺等手段，努力提升百合产品的品质和营养价值。**技术进步成为推动百合产业升级的重要驱动力，既提升了百合的产量和品质稳定性，又增强了其作为保健食品原料的市场竞争力。**

## 中 产业链中游

### 品牌端

百合类保健食品研产销商

### 中游厂商

[北京同仁堂兴安保健科技有限责任公司 >](#)

[甘肃奇正藏药有限公司 >](#)

[吉林修正健康股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

### 产业链中游说明

**百合保健食品的多元化剂型满足消费者的差异化需求，主流剂型胶囊延续保健食品的传统形态。**

从百合类保健食品的剂型分布看，截至2024年9月2日，胶囊占比45.71%，片剂占11.43%，口服液占8.57%，颗粒剂与茶剂各占7.86%。胶囊是保健食品的传统剂型，具有便于携带、服用方便以及能有效保护药物成分不受外界环境影响的优点，**能够稳定保存百合中药材的有效成分**，因而占比最高。片剂具有服用便捷、剂量准确和质量稳定等优势，口服液易于吸收，颗粒剂通常具有良好的溶解性以便于冲泡服用。而茶剂结合了传统茶饮与现代保健的理念，既保留了茶叶的饮用口感，又发挥了中药材的保健功效。

**改善睡眠及增强免疫力类百合保健食品较受欢迎，与百合镇静催眠及免疫调节的药理作用相关。**

从百合类保健食品的功能分布看，截至2024年9月2日，改善睡眠占比47.14%，增强免疫力占24.29%，抗疲劳占12.86%，祛黄褐斑与清咽润喉各占5.71%。**镇静催眠与免疫调节均为百合重要的药理作用，核心活性成分为百合多糖和皂苷**。随着现代社会国民对于提高睡眠质量的需求日益增加，改善睡眠类百合保健食品最受欢迎。同时，健康意识提升驱动国民开始重视通过补充营养来加强自身免疫系统的功能，增强免疫力类百合保健食品需求渐增。抗疲劳并非百合主要的药理作用，但受需求驱动，在市场的占比相对突出。

## 下 产业链下游

### 渠道端及终端客户

药店、超市等销售终端及消费者

## 渠道端

[中国医药集团有限公司 >](#)

[一心堂药业集团股份有限公司 >](#)

[北京同仁堂股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

## 产业链下游说明

**行业产品的销售渠道遵循传统保健食品的趋势，药店与医院渠道仍是主要阵地，但网购渠道的重要性日渐凸显。**

2023年论文披露，从居民购买保健食品的渠道构成来看，药店/医院占30.7%，大中型超市占26.6%，网购占20.9%。首先，药店与医院渠道占比显著体现了消费者对专业医疗机构的信任，该渠道不仅产品选择丰富，还配备专业的药师或医生，能够为消费者提供个性化的健康咨询。其次，大中型超市作为传统零售渠道也占据了保健食品销售的重要份额。再次，随着电商快速发展，网购渠道在保健食品销售中的地位日益凸显。

**产品功能、安全性和成分是消费者最为关注的三方面，行业产品有望凭借百合的药理作用更受欢迎。**

2023年论文披露，从居民购买保健食品的重视因素来看，产品功能占41.0%，安全性占31.5%，产品成分占12.9%。首先，消费者在选购时最为关注产品能否有效满足其特定的健康需求。对于百合类保健食品而言，其润肺止咳和清心安神等传统功能备受青睐，明确且针对性的健康益处是吸引消费者的首要因素。其次，安全性占比高体现当代消费者对于保健食品安全性的重视。再次，消费者对保健食品成分的关注程度逐渐增加。对于百合类保健食品，消费者会关注百合的含量、是否含有其他辅助成分以及这些成分的比例等，以进一步确保产品的品质和效果，同时避免潜在的过敏或不适反应。

[5] 1: <https://projectmarsbd...> 2: <https://finance.china.c...> 3: <https://new.qq.com/ra...> 4: <http://www.baiheshen...>

5: <https://paper.cnstock...> 6: <http://finance.ce.cn/st...> 7: <http://www.baiheshen...> 8: <http://www.baiheshen...>

9: <http://www.baiheshen...> 10: <http://www.baiheshe...>

[6] 1: 公司公告

[7] 1: 公司公告

[8] 1: <https://kns.cnki.ne...> 2: 知网

[9] 1: 中药材天地网

[10] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局

[11] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局

[12] 1: <https://kns.cnki.net>

2: 知网

[13] 1: <https://kns.cnki.net>

2: 知网

## 行业规模

2019年—2023年，百合类保健食品行业市场规模由3.80亿人民币元增长至4.54亿人民币元，期间年复合增长率4.52%。预计2024年—2028年，百合类保健食品行业市场规模由4.83亿人民币元增长至5.93亿人民币元，期间年复合增长率5.27%。<sup>[17]</sup>

百合类保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：<sup>[17]</sup>

### 量价因子双双增长，共同作用于中国百合保健食品市场，助推规模实现较大幅度的增长。

价级来看，2022年12月中国百合单价为33元/千克，同比增长43.48%。百合作为原材料在保健食品中的成本价值提升，为保持利润或提升产品附加值，制造商往往会选择提高产品的销售价格以实现降本增效，消费者认可则助推规模扩张。量级来看，2022年中国百合保健食品的新增注册批文数量达8件，为历年最高。这意味着有更多的百合保健食品获得了官方认可，供给丰富，市场活力增强继而促进规模增长。

### 历史规模出现下滑与消费者接受度下降和厂商减产有关。

价级来看，2023年12月中国百合单价为64元/千克，同比增长93.94%。量级来看，2023年中国百合保健食品的新增注册批文数量达5件。百合原材料成本的急剧上升，但这一成本增加并未直接导致整个中国百合保健食品市场规模在2022-2023年间出现增长，反而引发了市场规模的减少，**这与消费者接受度下降、厂商生产策略调整有关**。第一，原料价格上涨传导至保健食品端，面对行业产品价格上涨，消费者的购买意愿受到影响。同时，**百合保健食品作为非必需品，需求对价格变化相对敏感，从而影响市场规模**。第二，面对成本的大幅增加，百合保健食品的生产厂商或将选择减产，导致市场供应减少，从而影响市场规模。<sup>[17]</sup>

百合类保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：<sup>[17]</sup>

### 人口老龄化加剧促使国民保健需求增加，百合作为广泛用于调理身体的中药，其保健食品的需求亦有望增长。

预计2024-2028年中国40岁以上人口占整体的比例将从51.79%增至54.83%。40岁以上的成年人往往更加关注自身的健康状况。随年龄渐增，中老年人免疫力下降等问题逐渐显现，促使其更倾向于选择具有保健功能的食品。因此保健食品需求随该部分人群增长而增长。**百合因其养阴润肺与安神等功效，在传统中医里被广泛用于调理身体，尤其适合中老年人群，其市场需求预计将显著增长。**

### 基于保健食品整体的增长趋势及百合作为传统中药材的认可度，预计百合类保健食品的市场规模将继续增长。

截至2024年9月2日，2023年中国保健食品的累计注册数量达20,625件，同比增长4.79%。注册数量持续增长体现行业持续扩大，市场需求稳步提升。随着消费者健康意识的提高及其对高质量生活的追求，保健食品逐渐成为

日常消费的一部分，国家对保健食品行业的政策支持亦是推动增长的重要因素。百合中药材的特性迎合现代人对于改善睡眠质量和缓解压力的需求，百合类保健食品有望乘行业东风，吸引更多客群，从而实现规模增长。<sup>[17]</sup>

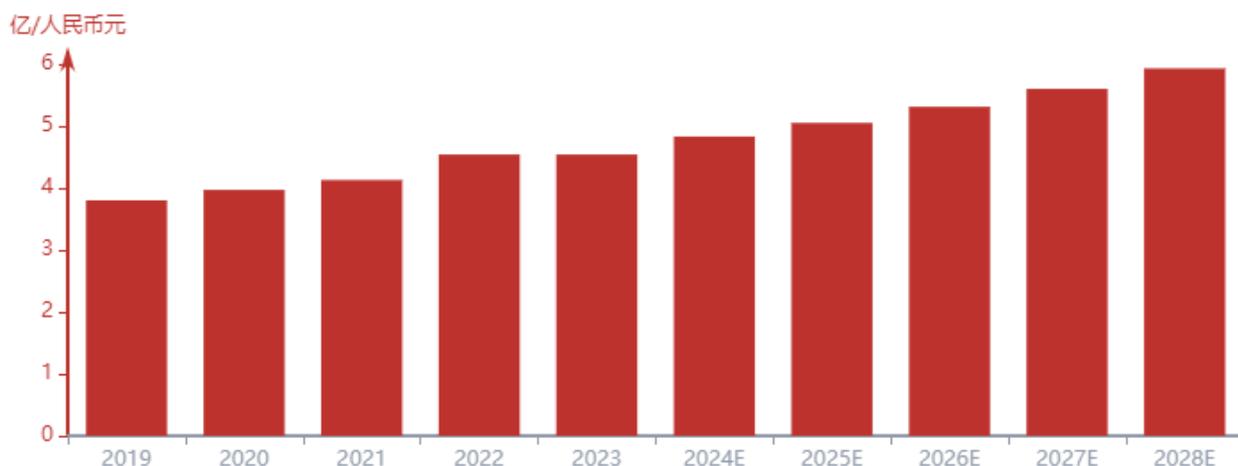
企业VIP免费

## 中国百合类保健食品行业规模

★★★★★ 4星评级

### 百合类保健食品行业规模

### 中国百合类保健食品行业规模



数据来源：国家统计局；国家市监局；知网；天猫健康；淘宝

[14] 1: 中药材天地网

[15] 1: 中药材天地网

[16] 1: <https://data.stats...> 2: 国家统计局

[17] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局

## 政策梳理<sup>[18]</sup>

政策	颁布主体	生效日期	影响
《保健食品原料目录 人参 西洋参 灵芝》	国家市监局、国家卫健委、国家中医药管理局	2024-05-01	9

<b>政策内容</b>	三个目录中，人参、西洋参允许声称的保健功能包括有助于增强免疫力和缓解体力疲劳，产品备案时，允许备案人标注其中一种保健功能，或者同时标注两种保健功能；灵芝允许声称的保健功能为有助于增强免疫力。
<b>政策解读</b>	市场监管总局对以往以人参为原料的注册产品技术审评情况梳理总结，通过组织中药业内技术和管理专家专题研讨，确定了原料来源、安全指标，提出了以传统中药材为原料备案产品的未来监管思路。
<b>政策性质</b>	规范类政策

	<b>政策</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《保健食品标志规范标注指南》	国家市监局	2023-12-12	8
<b>政策内容</b>	保健食品标志为依法注册和备案的保健食品专有标志，应规范标注在主要展示版面的左上方，其图形比例、颜色标准有明确要求。此外，还强调了生产经营者应切实履行食品安全主体责任，规范标注保健食品标志。			
<b>政策解读</b>	政策明确了保健食品标志的样式、比例、颜色等规范，要求保健食品最小销售包装必须规范标注。标志应位于主要展示版面左上方，其宽度和比例均有具体规定。生产经营者需切实履行食品安全主体责任，规范使用保健食品标志。			
<b>政策性质</b>	规范类政策			

	<b>政策</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《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	2023-08-13	8
<b>政策内容</b>	政策明确保健食品新功能定位，鼓励功能创新；要求新功能研究需通过科学评价，确保安全有效；设立新功能建议和技术评价流程，规范材料接收；加强上市后评价，确保产品质量；以制度创新促进产业高质量发展。			
<b>政策解读</b>	政策旨在规范保健食品新功能及产品的技术评价，鼓励创新研发，明确评价要求及流程，确保产品安全有效。通过制度创新，推动产业高质量发展，满足人民健康需求。			
<b>政策性质</b>	规范类政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步加强中药科学监管促进中药传承创新发展的若干措施》	国家药监局	2023-01-01	8
政策内容	《措施》强调要加强中药材质量管理：一是规范中药材产地加工；二是推进实施《中药材生产质量管理规范》；三是完善中药材注册管理；四是建立中药材质量监测工作机制；五是改进中药材进口管理。			
政策解读	政策目的在于准确把握当前中药质量安全监管和中药产业高质量发展面临的新形势、新任务和新挑战，全面加强中药全产业链质量管理、全过程审评审批加速、全生命周期产品服务、全球化监管合作、全方位监管科学创新。			
政策性质	指导性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》	国家市监局	2020-03-01	10
政策内容	政策明确广告审查标准，规定广告应真实、合法，不得误导消费者；广告主需对广告内容负责；国家市场监督管理总局负责组织指导广告审查工作；药品、医疗器械等广告内容需严格依据相关部门核准的说明书。			
政策解读	保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准，不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。			
政策性质	规范类政策			

[18] 1: <https://www.samr...>

2: <https://www.gov.c...>

3: <https://www.gov.c...>

4: <https://www.gov.c...>

5: <https://www.gov.c...>

6: 国家市监局；中国政府网

## 竞争格局

行业属于中药材保健食品的细分赛道，规模较小。入局企业大多医药背景深厚，既充分了解百合中药材的特性，又具备将传统中药理论与现代保健理念相结合的创新能力。<sup>[22]</sup>

百合类保健食品行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有同仁堂、哈药集团等；第二梯队公司有太阳神、润馨堂等；第三梯队有奇正藏药、九芝堂等。<sup>[22]</sup>

百合类保健食品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：<sup>[22]</sup>

### **同仁堂的领先地位与其在中医药产业链的全方位布局有关。**

根据公司公告，2023年同仁堂旗下公司75.47%所属行业为商业，10.06%为制造业，5.66%为种植业。同仁堂作为拥有悠久历史和深厚文化底蕴的中医药品牌，其业务不仅局限于单一的保健品或药品领域，而是覆盖了从原材料种植、加工制造到最终产品销售的完整产业链。该全方位的布局帮助公司有效降低生产成本，确保了百合类保健食品的原材料品质与供应稳定性，还使其能够灵活调整生产策略，迅速响应市场需求的变化。因此，同仁堂在百合类保健食品这一相对小众的细分赛道上仍能展现出较强的竞争力。

### **保健食品的同质化特点有利于知名药企发挥品牌影响力和渠道优势，吸引消费者购买从而提升业内的竞争力。**

对比来看，截至2024年9月2日，哈药集团与润馨堂所获的专利数量分别为554与109件，前者未获行业产品的注册批文以贴牌入局，竞争力更强。保健食品行业普遍存在产品同质化的问题，消费者在选择时更依赖于品牌知名度，这为以哈药集团为代表的大型医药集团提供了便利。哈药集团品牌影响力深远，即便研发投入相对较少，选择贴牌生产而非自主研发，也能迅速占领市场。<sup>[22]</sup>

百合类保健食品行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：<sup>[22]</sup>

### **百合供应稳定与产值增长或将吸引更多企业进入，产业链更加完善，竞争格局或将发生变动。**

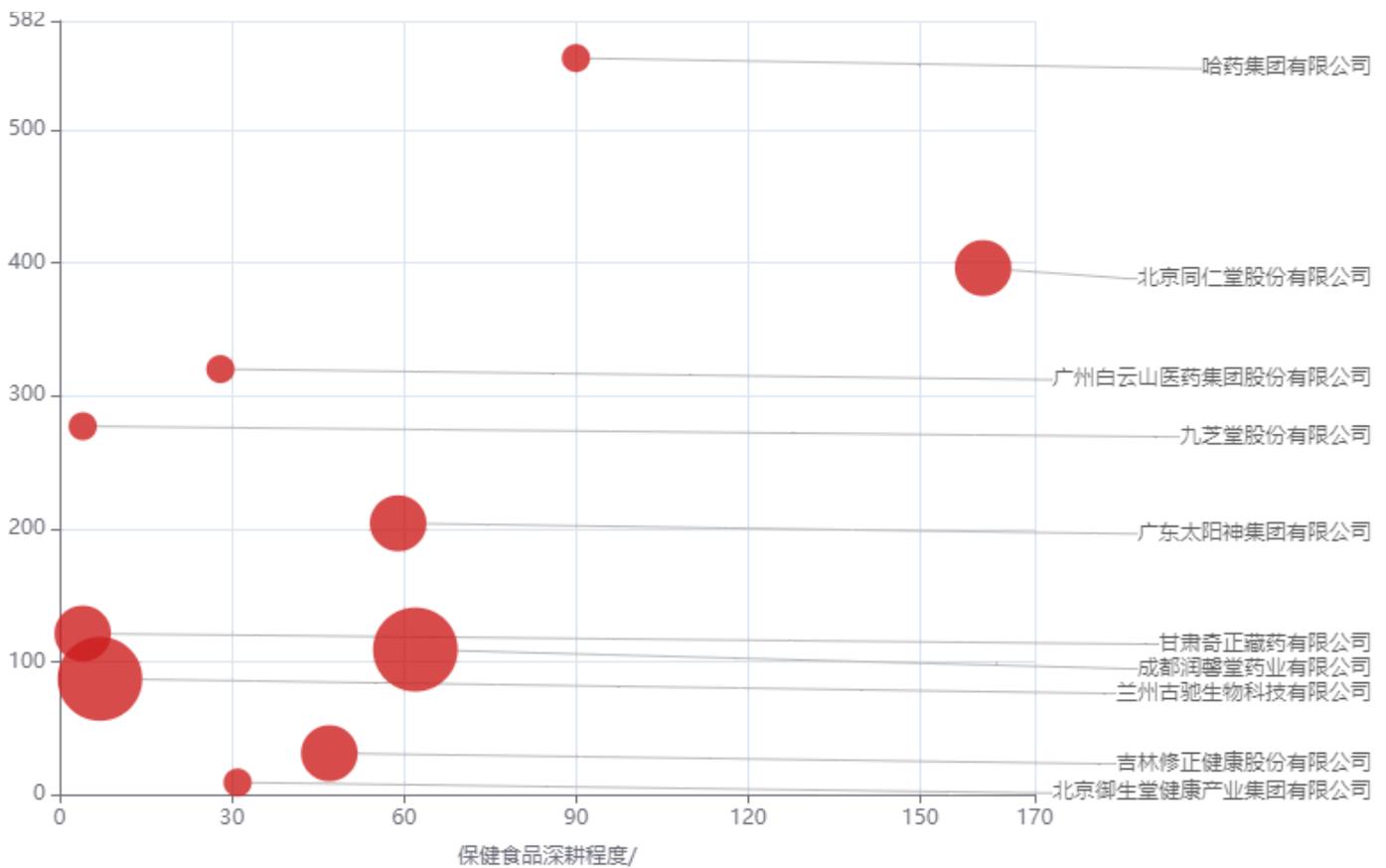
云南龙山县是中国最大的百合原产区，历史种植面积常年稳定在10万亩左右，总产量多为10万吨，总产值多为10亿元，而2023年龙山百合产值突破30亿元。百合种植面积和产量的持续稳定为百合类保健食品提供了充足的原材料供应，促使上游企业能以更具竞争力的价格向下游企业提供原材料。并且，产值增长或将吸引更多相关企业入局，形成更加完善的产业链，有助于提高整体行业的技术水平和服务能力，行业的竞争格局或将因此发生变化。

### **随着首批中药材纳入保健食品备案原料目录，百合等中药材在保健食品领域的开发和应用有望获得更多政策支持，利于更多企业进入行业。**

截至2024年9月，中国保健食品的备案数量已达20,535件。随着保健食品注册与备案双轨制的实施，尤其自首批中药材纳入保健食品备案原料目录后，百合类保健食品行业或将迎来新的发展机遇。备案制的便捷性使得新产品能够更快上市，而百合类保健食品作为规模较小的细分赛道，为企业提供了通过差异化竞争迅速建立品牌影响力的机会。未来预计将有更多企业涌入这一领域，促使行业内部的竞争格局发生变化。<sup>[22]</sup>

气泡大小表示：行业深耕程度()

公司获得的专利数



## 上市公司速览

### 北京同仁堂股份有限公司 (600085)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	137.2亿元	25.88	46.28

### 西藏奇正藏药股份有限公司 (002287)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.1亿元	21.70	81.89

- [19] 1: <https://gf.tongrent...> 2: 公司公告
- [20] 1: <https://www.qcc.c...> 2: 企查查
- [21] 1: <https://m.yunnan....> 2: 云南网
- [22] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局
- [23] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局
- [24] 1: <https://www.qcc.c...> 2: 企查查
- [25] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局

## 企业分析<sup>[26]</sup>

## · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	137147.0262万人民币
企业总部	北京市	行业	医药制造业
法人	邸淑兵	统一社会信用代码	911100006336462669
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1997-06-18
品牌名称	北京同仁堂股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	制造、加工中成药制剂、化妆品；经营中成药、西药制剂、生化药品；普通货运；出租办公... <a href="#">查看更多</a>		

## · 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	0.93	0.99	1	1.05	1.08	1.12	1.11	1.12	1.17	-
资产负债率(%)	24.1947	29.2009	29.6129	29.0478	29.9286	28.8087	33.5037	31.764	32.677	-
营业总收入同比增长(%)	11.5931	10.9596	10.6298	6.2251	-6.556	-3.3987	13.8565	5.2682	16.1879	-
归属净利润同比增长(%)	14.6019	6.5941	9.0248	11.4905	-13.1226	4.6685	18.9959	16.1678	16.9196	-
应收账款周转天数(天)	24.8033	26.655	28.2426	29.9975	32.5851	32.977	35.591	38.1985	30.8358	-
流动比率	3.4414	3.4307	3.2899	3.3058	3.2926	2.9521	2.8836	3.2451	3.2619	-
每股经营现金流(元)	0.607	0.7625	1.0565	1.4061	1.6579	1.5856	2.4984	2.2562	1.3631	-
毛利率(%)	46.0792	45.9777	46.2369	46.747	46.7644	47.044	47.6243	48.8036	47.2923	-
流动负债/总负债(%)	95.4118	78.7142	80.5615	81.4412	78.1528	88.9882	75.0251	73.752	72.8393	-
速动比率	1.8173	1.9947	1.8828	1.9213	1.9994	1.7967	1.9048	2.1884	1.9578	-
摊薄总资产收益率(%)	10.7386	9.9502	9.7389	9.302	7.5441	7.5603	8.0612	8.4402	9.0427	-
营业总收入滚动环比增长(%)	23.9541	27.1759	29.0349	16.2517	18.4173	23.7113	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	20.0383	-16.3072	-12.3862	-18.9975	-56.4882	34.2517	-	-	-	-

加权净资产收益率(%)	13.33	12.51	12.55	12.83	10.34	10.82	11.99	12.71	13.42	-
基本每股收益(元)	0.645	0.68	0.742	0.827	0.719	0.752	0.895	1.04	1.217	0.42
净利率(%)	13.5547	12.9205	13.0212	12.8269	11.7616	12.6024	12.9477	14.3074	14.463	-
总资产周转率(次)	0.7922	0.7701	0.7479	0.7252	0.6414	0.5999	0.6226	0.5899	0.6252	-
归属净利润滚动环比增长(%)	22.5474	-10.1694	-9.777	35.2362	-28.5745	34.8771	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.4674	1.4628	1.4628	1.463	1.463	1.463	1.4531	1.4624	1.459	-
存货周转天数(天)	297.5698	285.7143	281.3599	290.2758	311.7423	318.3305	287.8158	294.2138	306.5917	-
营业总收入(元)	108.09亿	120.91亿	133.76亿	142.09亿	132.77亿	128.26亿	146.03亿	153.72亿	178.61亿	52.67亿
每股未分配利润(元)	2.3404	2.753	3.2105	3.7325	3.6228	4.0628	4.6253	5.2954	6.1035	-
稀释每股收益(元)	0.639	-	-	-	-	-	-	-	-	-
归属净利润(元)	8.75亿	9.33亿	10.17亿	11.34亿	9.85亿	10.31亿	12.27亿	14.26亿	16.69亿	5.76亿
扣非每股收益(元)	0.64	0.664	0.729	0.73	0.674	0.738	0.882	1.02	1.208	-
经营现金流/营业收入	0.607	0.7625	1.0565	1.4061	1.6579	1.5856	2.4984	2.2562	1.3631	-

## · 竞争优势

同仁堂集团坚持以中医中药为主攻方向，目前在经营格局上形成了以制药工业为核心，以健康养生、医疗养老、商业零售、国际药业为支撑的五大板块，构建了集种植（养殖）、制造、销售、医疗、康养、研发于一体的大健康产业链条。

[26] 1: <https://www.tongr...>

2: 公司官网

## 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，在未仔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](http://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

