



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。

备案中药材保健食品：中药材纳入特殊食品渠道进一步畅通，需求有望持续释放 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>备案中药材保健食品指备案通过的以中药材为原料的...</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照细分中药材的分类方式，备案中药材保健食品...</p>	<h3>行业特征</h3> <p>行业涉及中药材均为药食同源物质，该类物质应用场...</p>	<h3>发展历程</h3> <p>备案中药材保健食品行业目前已达到 3个阶段</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p>	<h3>行业规模</h3> <p>备案中药材保健食品行业... 评级报告 1篇 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>备案中药材保健食品行业相关政策 5篇</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>数据图表</p>

摘要 近年来，消费者健康意识显著提升，中药材保健食品行业正迎来前所未有的发展机遇。年轻一代对健康的重视程度也与日俱增，以中药复方为主的营养保健食品国潮品牌颇受市场欢迎。当前中国保健食品行业实施注册与备案的双轨制监管体系，备案相对注册流程更为简化，加之首批中药材被正式纳入备案原料目录的政策利好，预计将进一步激发备案中药材保健食品的市场潜力。

行业定义^[1]

备案中药材保健食品指备案通过的以中药材为原料的保健食品，现阶段包括人参、西洋参及灵芝三大品种。现阶段，中国保健食品行业实行注册和备案双轨制的管理。注册制强调对申请材料的系统评价和审评，备案制强调各部门对保健食品上市后的监督管理，后者入局门槛降低。人参、西洋参和灵芝自2024年5月1日起被正式纳入保健食品备案原料目录，官方规定其原料名称和品种来源与现行《中国药典》相同品种项下内容保持一致。

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

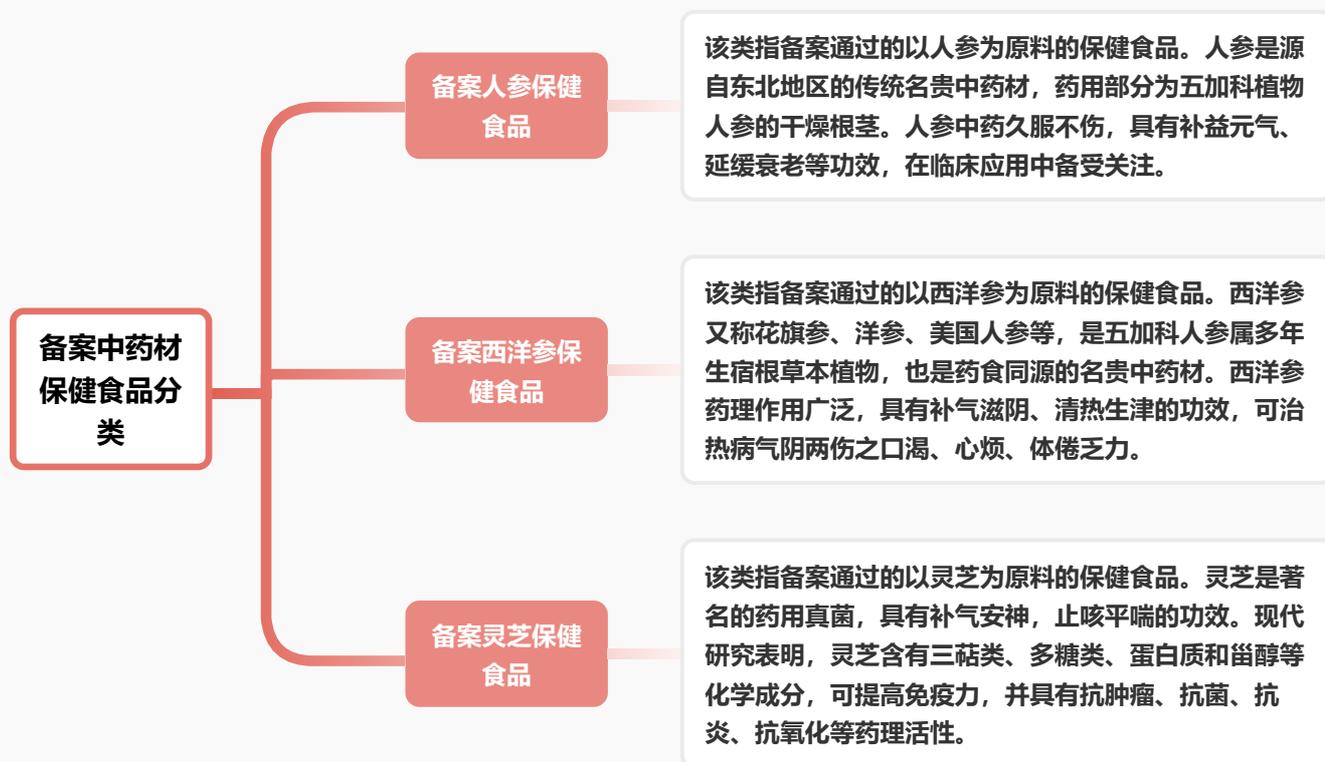
2: <https://www.samr.gov.cn>

3: 国家市监局; 知网

行业分类^[2]

按照细分中药材的分类方式，备案中药材保健食品行业可以分为如下类别：

备案中药材保健食品行业基于细分中药材的分类



[2] 1: <https://kns.cnki.net>

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

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

4: 知网

行业特征^[3]

行业涉及中药材均为药食同源物质，该类物质应用场景丰富；行业产品属于保健食品的细分赛道，具有保健食品的特性；行业产品强调备案通过，保健食品备案的准入门槛相比注册更为灵活宽松。

1 药食同源具备药物和食物的双重属性，应用场景丰富，相关中药材发展机遇与挑战并存

药物具有一定的毒性且主要用于治疗疾病，食物则主要为人体提供必需的营养。在中医临床实践中，常以食为药、以食代药，部分中草药与食物界限模糊，被列为药食同源的范畴。经由多年发展，药食同源目录历经近10次变更，从最初的33种发展至2023年的102种，药食同源产品逐渐融入至公众日常饮食、健康管理以及医疗保健等多元化的应用场景中。从药食同源中药材的SWOT分析来看，深厚的历史文化底蕴提供了坚实的市场基础，同时政策支持和丰富的中药材品种也为行业发展注入了活力。但产业仍存在一定的挑

战，例如野生中药材资源的稀缺性限制其可持续供应，以及人工种植中药材在机械化、组织化、规范化程度上存在不足。

2 保健食品是特殊食品的重要分支，较常使用中药材原料

在中国，食品可划分为普通食品与特殊食品两大类，特殊食品又分为保健食品和特殊膳食用食品。保健食品指声称并具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适用于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。根据功能发挥的不同，保健食品可再分为营养素补充剂和声称具有特定保健功能的保健食品。根据法规，保健食品用原料包括：食品原料、营养强化剂、食品添加剂、按照传统既是食品又是中药材物质、可用于保健食品的物品等。它还规定了禁止用于保健食品的物品名单，及部分原料生产、使用和检验等特殊要求。其中，使用范围最广、用量最大和涉及功能最多的原料，是“按照传统既是食品又是中药材物质”和“可用于保健食品的物品”及其提取物。

3 备案制相比注册制准入门槛更低，中药材首次进入保健食品原料目录

现阶段，中国保健食品行业实行注册和备案双轨制的管理。注册制针对加工原料属于原料目录以外，或首次进口且不属于补充维生素及矿物质等的保健食品，强调对申请材料的系统评价和审评。备案制针对使用原料已纳入保健食品原料目录或首次进口属于维生素、矿物质的营养物且营养物已纳入原料目录的保健食品，强调各部门对保健食品上市后的监督管理，市场和消费者直接成为监督主体，入局门槛降低。并且，人参、西洋参和灵芝自2024年5月1日起被正式纳入保健食品备案原料目录，官方规定其原料名称和品种来源与现行《中国药典》相同品种项下内容保持一致。人参、西洋参和灵芝是保健食品常见的中药材原料，纳入目录开辟了传统中药材原料可在备案产品中使用的先例。这极大地拓宽了中药材在保健食品领域的应用范围。同时，中药材首次进入保健食品原料目录，表明国家对保健食品的审批政策更加宽松，市场对保健食品的宽容度增加。

[3] 1: <https://kns.cnki.net> | 2: <https://kns.cnki.net> | 3: <https://kns.cnki.net> | 4: <https://kns.cnki.net> | 5: <https://www.samr.gov.cn> | 6: <https://kns.cnki.net> | 7: 知网

发展历程^[4]

从早期政策法规建立和完善，再到高速发展期的“双轨制”实施，备案制度成为推动中药材保健食品行业创新与规范发展的关键力量。通过备案，企业能更为快速地响应市场需求变化，灵活调整产品策略，从而满足消费者多样化的健康需求。

萌芽期 · 1981~1999

1987年，原国家卫生部实施“药健字”审批管理，明确规定保健药品不得加入特定药品；同年，首批《既是食品又是药品的品种名单》发布，收录33种药食同源物质；

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。

这一时期中药材保健食品行业的政策法规初步建立，既规范了市场行为，也为行业的健康发展奠定了基础。同时，首批《既是食品又是药品的品种名单》的发布正式确认了33种中药材的药食同源地位，极大促进了中药材在保健食品领域的应用，增强了公众对中药材保健功能的认知和接受度。

启动期 · 2000~2015

2003年，国务院明确了国家食药总局是国务院主管药品监管和综合监督保健品等安全管理的直属机构，承担保健品审批职能；

2014年，《按照传统既是食品又是中药材的物质目录（征求意见稿）》发布。

中药材保健食品行业的监管体系得到进一步完善，审批的专业性和效率得到提高，为行业的规范发展提供了有力保障。同时，药食同源目录征求意见稿的发布为中药材在保健食品中的应用提供了更加明确的指导。

高速发展期 · 2016~2024

2016年，《保健食品注册与备案管理办法》出台，双轨制开启；

2021年，《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》发布，目录实施动态管理；

2023年，《关于党参等9种新增按照传统既是食品又是中药材的物质公告》发布，药食同源物质已收录102种；同年，《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。

这一时期保健食品行业从单一的注册制转变为注册与备案相结合的“双轨制”，市场准入流程得到简化，效率有所提升，同时事中事后监管也有所加强。并且，三大名贵中药材纳入保健食品备案原料目录意味着备案中药材保健食品的正式诞生，体现政府对中药材保健食品行业的持续关注和政策支持。

[4] 1: <https://kns.cnki.net>

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

3: 知网

备案中药材保健食品的产业链完善，上游多为原材料生产商及贸易商，中游厂商多以提供产品方案为主，下游是销售终端与消费者。^[6]

备案中药材保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

三大核心中药材的价格动态特征不一，对中游保健食品厂商成本结构的影响有所差异。

上游厂商多为原材料生产商及贸易商，包括各种动植物提取物的生产厂商以及部分农产品生产及加工厂商、医药原料制造化学制品厂商，涉及行业有制药、动植物提取物以及农产品生产、加工行业。**人参、西洋参和灵芝中药材的价格动态各具特征，对中游保健食品厂商成本结构的影响有所差异。**

中游厂商包括两类，一类由本土中医药企业拓展而来，品牌和渠道优势显著；另一类专注保健食品领域。

中游厂商主要提供备案中药材保健食品的产品方案，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）。**一类厂商由本土中医药企业拓展而来，品牌和渠道优势显著；另一类是专注保健食品业务的企业，产品趋于多样化。**^[6]

上 产业链上游

生产制造端

原料供应商（人参、西洋参、灵芝及其辅料）

上游厂商

吉林敖东药业集团股份有限公司 >

吉林省集安益盛药业股份有限公司 >

华润三九医药股份有限公司 >

[查看全部](#) ▾

产业链上游说明

人参与西洋参中药材的价格波动趋于减弱，对中游保健食品生产的影响随之减弱。

从人参与西洋参中药材的历史价格月度变动情况来看，2024年9月人参价格同比下降3.33%，2020年至今涨幅曾达35.71%，跌幅曾达-24.32%，当前小幅下跌；西洋参同比增长10.00%，历史涨幅曾达51.02%，跌幅曾达-30.00%，当前实现平稳增长。**人参与西洋参凭借独特的药用价值，在中药材市场备受关注，过去受经济环境影响二者价格经历显著的上涨，现阶段波动趋势减弱。人参价格小幅下跌意味着中游保健食品生产成本有所降低，利于行业扩张。西洋参虽然增幅显著但不及历史高位，对中游厂商的成本结构影响有限。**

灵芝的价格上行趋势显著，对中游保健食品的生产成本造成一定的负面影响。

从灵芝中药材的历史价格月度变动情况来看，2024年9月灵芝同比16.00%，历史涨幅曾达16.00%，跌幅曾达-10.71%，当前处于高位。**由于市场供需失衡，近年灵芝价格波动显著且现阶段趋于上涨。**

灵芝是行业产品的重要原料，其价格上涨直接导致中游保健食品生产企业的原材料采购成本上升。为保持合理的利润空间，企业或将部分成本转嫁给消费者，致使最终品价格上行。

中 产业链中游

品牌端

备案中药材保健食品研产销商

中游厂商

吉林敖东药业集团股份有限公司 >

吉林省集安益盛药业股份有限公司 >

华润三九医药股份有限公司 >

查看全部 v

产业链中游说明

中游保健食品厂商背景多元，中药企业研发、品牌与渠道优势显著。

中游备案中药材保健食品的生产公司可分为两类，一类由本土中医药企业拓展而来，品牌和渠道优势显著；另一类是专注保健食品业务的企业，产品趋于多样化。对比中药和保健食品的上市公司，2021-2023年前者的销售费用率维持在32%至33%的区间，后者落于20%至26%的区间；前者的毛利率维持在54%至56%的区间，后者落于42%至44%的区间；前者的资产负债率和研发费用率均显著高于后者。中药企业属于医药生物行业，其主营业务是医药器械而非特殊食品。药械产品的研发周期长，资金投入大，临床试验要求严格，行业进入壁垒较高，因此中药企业的盈利与研发创新能力突出，财务杠杆较高。为获得医疗机构和消费者的信任，中药企业也需投入大量资源进行市场教育、学术推广及品牌建设，销售费用率相对保健食品公司更高。

软胶囊是备案人参与西洋参保健食品的主流剂型，灵芝类以粉剂为主。

截至2024年9月，从已备案的人参与西洋参保健食品来看，前者软胶囊、口服液与颗粒剂均占28.57%，后者软胶囊与颗粒剂均占40.00%，软胶囊和颗粒剂是二者的主要剂型。具体来看，软胶囊能够有效保护人参与西洋参中的活性成分，防止其在加工和储存过程中的损失，颗粒剂则以其即冲即饮的便捷性，满足了国民对健康管理的追求。已备案的灵芝保健食品发展较为成熟，分为灵芝孢子粉和非灵芝孢子粉两类，非灵芝孢子粉包括软胶囊和口服液两种剂型。从已备案的灵芝孢子粉来看，以粉剂为代表的其他剂型占主要比重，其次为胶囊。灵芝孢子粉作为灵芝的精华，因其丰富的营养价值和免疫调节功能备受推崇，粉剂形式便于按需调配剂量，并且可直接冲泡饮用或是加入食物中食用，适合日常保健使用。

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 ▾

产业链下游说明

中药保健食品的渠道监管有待加强。

调研显示，从六大知名线上平台店铺中药类保健食品的销售资质构成来看，两家平台的合规经营达100%，两家平台的超范围及无证经营超30%，一家平台的超范围及无证经营超60%；从五大知名品牌线上店铺的月销售额来看，超范围及无证经营的创收均超过合规经营的店铺，个别品牌的非合规经营创收额是合规经营的38.38倍。多数平台中药材保健食品销售的合规问题突出，体现平台在商家资质审核和日常监管方面存在不足。并且，部分商家通过规避监管获取高额利润，合规商家在市场竞争中处于不利地位，行业监管的紧迫性和必要性凸显。

居民对中药保健茶的偏好值得关注。

调研显示，从最受居民欢迎的中药保健食品服用形式来看，胶囊剂占比62.34%领先于其他剂型，其次是口服液46.10%，茶剂37.99%。胶囊是保健食品的传统剂型，消费者对其接受度最高，口服液吸收率较好。茶剂的高占比值得关注，体现消费者倾向于通过传统饮茶方式来接受中药保健的益处。

[5] 1: <https://www.zyctd...> 2: <https://www.zyctd...> 3: <https://www.zyctd...> 4: 中药材天地网

[6] 1: 公司公告

[7] 1: <https://www.zyctd...> 2: <https://www.zyctd...> 3: 中药材天地网

[8] 1: <https://www.zyctd...> 2: 中药材天地网

[9] 1: 公司公告

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

[11] 1: <https://kns.cnki.ne...> 2: 知网

[12] 1: <https://kns.cnki.ne...> 2: 知网

行业规模

2021年—2023年，中国备案中药材保健食品行业市场规模由181.56亿人民币元增长至560.10亿人民币元，期间年复合增长率75.64%。预计2024年—2028年，备案中药材保健食品行业市场规模由619.43亿人民币元增长至946.91亿人民币元，期间年复合增长率11.19%。^[16]

备案中药材保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：^[16]

历史行业规模经历了显著的增长，国民健康意识提升是核心动力。

2023年，中国城镇居民人均可支配收入达51,821元，同比2022年增长5.15%，同比2019年增长22.34%。随着经济条件的改善和生活质量的提高，国民对于健康的重视程度日益增强，这直接促进了健康相关产业的发展。注重养生保健的客群逐渐增加，该部分人群希望通过天然、安全的方式维护和增进身体健康，而中药以其悠久的历史和丰富的实践经验，在促进人体健康方面具有独特的优势，因此受到了广泛的关注与青睐。

灵芝孢子粉的数量扩张是行业市场规模历史增长的重要推动力量之一。

2022-2023年，中国当年获批备案通过的灵芝孢子粉数量分别为414和456件。灵芝孢子粉是指从多孔菌科真菌赤芝中收集到的干燥成熟孢子，在灵芝自然弹射孢子时进行采收，并经过杂质去除与干燥处理后制成的产品。该类保健食品因其潜在的健康益处而受到广泛关注。近年来，随着消费者对天然及传统保健方式的兴趣渐增，尤其是对于具有悠久使用历史且被认为能够增强免疫力和促进健康的中药材产品需求日益增长，灵芝孢子粉的市场接受度随之提高。^[16]

备案中药材保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[16]

消费者对保健食品的接受程度仍存在一定的局限性，预计行业将从初期的迅猛扩张阶段过渡至更为稳健的增长周期。

据2023年发布的论文披露，在居民对功能性食品或保健食品的购买倾向调研中，53.0%选择功能性普通食品，20.1%选择保健食品，26.9%持中立态度。消费者在面对健康与营养补充的选择时，更倾向于既具有日常食用属性又能带来一定健康益处的产品，而非特殊的保健食品。进一步来看，尽管近年国民健康意识增强驱动保健食品市场经历了快速的发展，但消费者对这类产品的接受程度依然存在一定的局限性。行业是保健食品的细分赛道，预计经过初期的迅猛扩张后正逐渐步入更为成熟且稳健的增长周期。

首批中药材被正式纳入保健食品备案的原料目录为市场注入了新的活力，同时监管加强提升产品质量也将激发更多的购买意愿，整体规模的增长趋势不变。

截至2024年9月19日，中国备案通过的中药材保健食品累计数量达1,364件。首批中药材被正式纳入保健食品备案的原料目录是重要转折点，不仅为市场注入了新的活力，还极大地丰富了产品的种类与选择范围，促使整个供给面持续扩大。预计未来将有更多具有传统药用价值且经过科学验证安全有效的中药材被允许作为保健食品成分使用，生产企业能开发出更加多样化、更具针对性的产品来满足不同消费者群体的需求，行业的规模增长趋势不会改变。^[16]

中国备案中药材保健食品行业规模

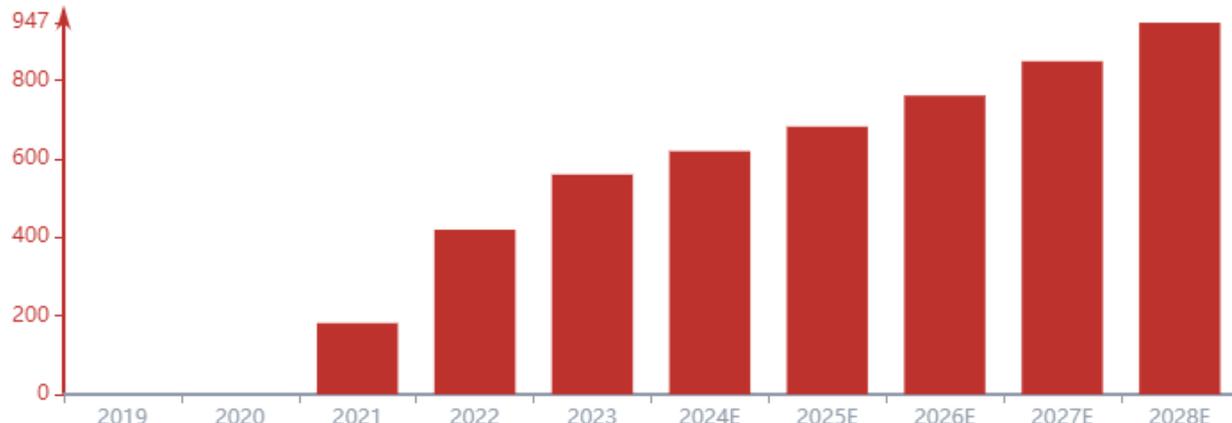
★★★★★ 4星评级

备案中药材保健食品行业规模



中国备案中药材保健食品行业规模

亿/人民币元



数据来源：国家统计局；国家市监局；知网；天猫健康；京东

[13] 1: <https://data.stats...> 2: 国家统计局[14] 1: <http://ypzsx.gsxt.g...> 2: 国家市监局[15] 1: <https://kns.cnki.ne...> 2: 知网[16] 1: <http://ypzsx.gsxt.g...> 2: 国家市监局政策梳理^[17]

	政策名称	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、国家中医药局	2024-05-01	10
政策内容	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。			

政策解读	市场监管总局对既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。
政策性质	规范类政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《保健食品原料人参 西洋参 灵芝 备案产品技术要求》	国家市监局、国家卫健委、国家中医药局	2024-05-01	9
政策内容	此次纳入保健食品备案原料目录的人参、西洋参、灵芝三种原料，其原料名称和品种来源与现行《中国药典》相同品种项下内容保持一致。			
政策解读	人参、西洋参、灵芝的单方产品备案时，原料应固定基源、产地（产区）。用于生产备案产品的原料应符合现行《中国药典》的中药饮片投料；采用符合现行《中国药典》的中药材为原料的，备案人应具备原料前处理加工能力，并根据产品生产需要，加工成符合制剂投料使用的饮片规格。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》	国家卫健委	2021-11-10	8
政策内容	第一，界定了食药物质的定义范围。食药物质是指传统作为食品，且列入《中华人民共和国药典》的物质。食药物质除了安全性评价证明其安全之外，还需符合中药材资源保护、野生动植物保护等相关法律法规规定。第二，强调了安全性评价程序和要求。第三，规定了风险监测和动态管理制度。			
政策解读	一方面，省级卫生健康行政部门提出扩增或调整食药物质目录的建议，同时应提供具有传统食用历史证明、食用安全性评价资料等材料。另一方面，为做好对新纳入目录物质的跟踪管理，要求地方对新纳入食药物质目录的物质开展食品安全风险监测。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	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

	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	2019-10-01	9
政策内容	制定目的是规范保健食品原料目录和允许保健食品声称的保健功能目录的管理工作，中国境内生产经营的保健食品的原料目录和允许保健食品声称的保健功能目录的制定、调整和公布适用本办法。			
政策解读	对保健食品原料安全和保健功能评价，是保健食品准入管理的主要内容。现行《食品安全法》规定，对保健食品实行备案和注册审批，对保健食品原料和保健功能实行目录管理，是实现备案和注册“双轨制”的重要基础。《办法》通过对“两个目录”的管理，为保健食品“管住、管活、管优”提供制度保障。			
政策性质	规范类政策			

[17] 1: [https://www.samr...](https://www.samr.gov.cn/)

2: [https://www.samr...](https://www.samr.gov.cn/)

3: [http://www.nhc.go...](http://www.nhc.gov.cn/)

4: 国家市监局；中国政府网

竞争格局

备案中药材保健食品行业的竞争格局呈现出梯队划分明显、竞争态势激烈、企业分布广泛及行业集中度逐渐提高等特点。^[21]

备案中药材保健食品行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司以百合股份为代表；第二梯队公司以寿仙谷和华润三九为代表；第三梯队有白云山和汤臣倍健等。^[21]

备案中药材保健食品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[21]

夯实的技术研发实力是行业企业保持并巩固其核心竞争力的重要要素。

据公司公告，2023年百合股份的研发费用率达3.55%，寿仙谷6.33%。为满足消费者对营养保健食品日益精细化和个性化的需求，业内厂商加大研发投入，确保能持续推出符合最新健康趋势且具有竞争力的产品。基于此背景，拥有较多中药材保健食品备案凭证的企业逐渐占据了市场的领先地位。它们通过不断探索新的配方和技术，实现在保持产品质量的同时降低成本，并快速响应市场变化。

中医药企业覆盖上游中药材供应，简化了产业链成本，因此旗下或关联公司在业内竞争力突出。

在16家代表性企业中，56.25%均为知名药企旗下或关联公司覆盖，中医药企业在业内影响力显著。该类企业品牌背景强大，能够覆盖从上游中药材供应到最终产品制造的整体产业链，而掌握上游中药材资源对于企业的竞争优势至关重要。一方面，直接掌控原材料来源可更好地监控和保证药材的质量，这对于以天然成分为基础的保健品尤为重要；另一方面，该类布局有利于企业的新品研发和创新。^[21]

备案中药材保健食品行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[21]

预计未来在成本控制方面表现出色的企业将更有可能抓住新的市场机遇，提升在业内的竞争力。

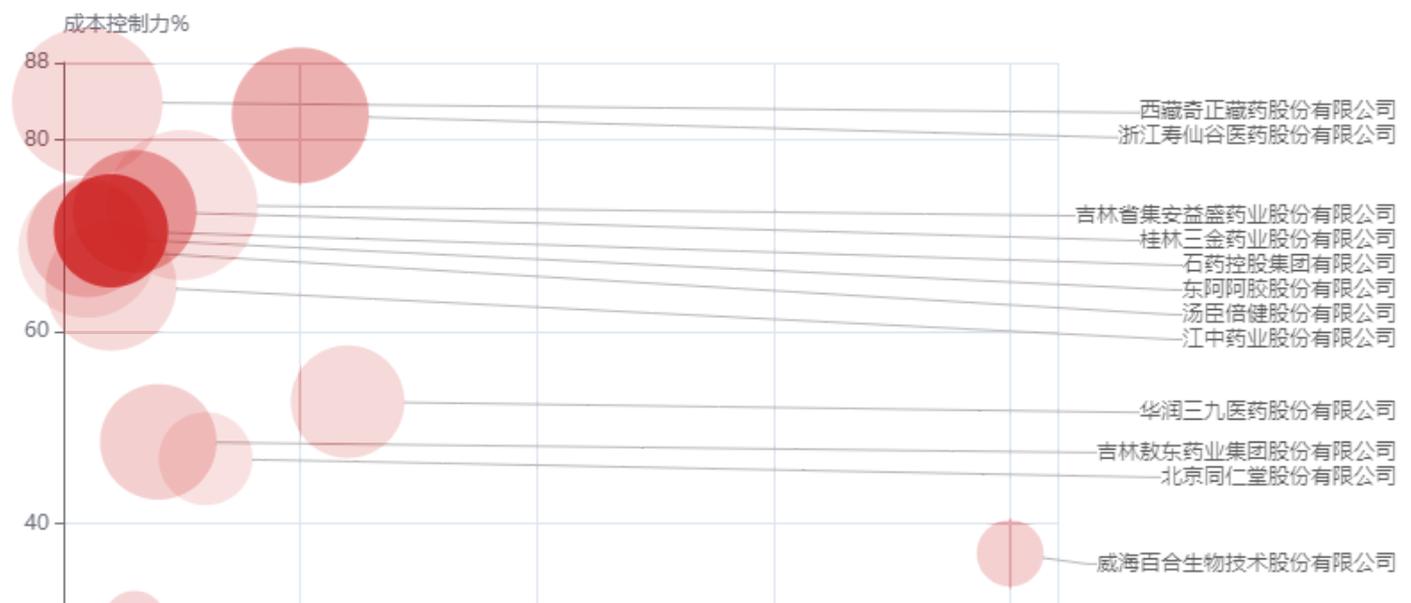
据公司公告，2023年百合股份的毛利率为36.93%，不及寿仙谷82.52%与汤臣倍健68.58%。在业内，不同企业在成本控制能力和盈利能力上存在显著差异，并且高毛利与强竞争力并非完全对应。这与行业仅为保健食品的细分赛道有关，各厂商的发展重心有所不同，向各业务投入的资源也有所差异。毛利率水平直接反映了企业通过销售产品所能获得的利润空间，而较高的毛利率意味着更强的成本控制能力和更有效的定价策略，企业或将在未来转化为重要的竞争优势。

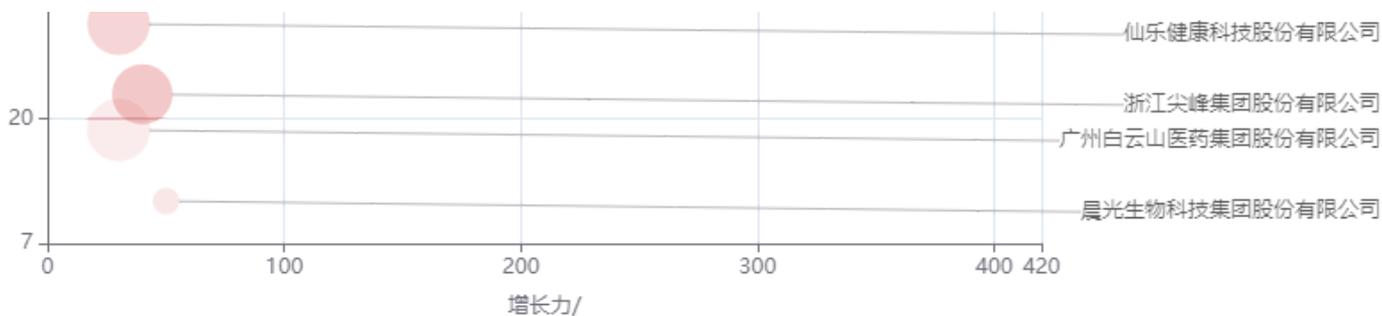
预计未来在研发创新方面保持领先地位的企业将在业内占据更有利的位置。

据公司公告，2023年百合股份获批保健食品备案凭证147项，授权发明专利4项；2023年寿仙谷获批保健食品4件，累计授权专利15项。消费者健康意识不断提高及其对保健食品需求日趋多样化是未来的必然趋势，这将促使企业持续加强研发投入，开发出符合消费者期望的新产品。而研发创新能力突出的企业能快速响应市场需求变化，推出具有针对性、功能性强且经过科学验证的产品，消费者信任度增强后实现市场份额的提升。^[21]

气泡大小表示：销售成本管理效率(%)；气泡色深表示：创新力(%)

[25]





上市公司速览

吉林敖东药业集团股份有限公司 (000623)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	8.6亿元	9.35	38.56

吉林省集安益盛药业股份有限公司 (002566)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.5亿元	-25.90	76.70

华润三九医药股份有限公司 (000999)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	186.1亿元	53.65	51.79

威海百合生物技术股份有限公司 (603102)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.9亿元	-18.68	40.15

晨光生物科技集团股份有限公司 (300138)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	17.3亿元	-4.71	8.21

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(%)
-	77.8亿元	26.34	69.66

浙江尖峰集团股份有限公司 (600668)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	20.6亿元	-20.35	24.25

广州白云山医药集团股份有限公司 (600332)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	229.5亿元	6.09	22.13

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

浙江寿仙谷医药股份有限公司 (603896)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.2亿元	7.15	82.91

石药集团有限公司 (01093)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
822.5亿	238.7亿	1.5700	-

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(%)
-	14.5亿元	35.95	71.79

江中药业股份有限公司 (600750)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	12.3亿元	-8.74	68.77

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

桂林三金药业股份有限公司 (002275)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.8亿元	-32.59	74.24

仙乐健康科技股份有限公司 (300791)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	25.0亿元	39.96	30.15

- [18] 1: <http://www.baihes...> 2: <https://www.sxg19...> 3: 公司公告
- [19] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局
- [20] 1: <http://www.baihes...> 2: <https://www.sxg19...> 3: <http://www.cninfo...> 4: 公司公告
- [21] 1: <https://www.sxg19...> 2: <http://www.baihes...> 3: 公司公告
- [22] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局
- [23] 1: <http://www.jlaod.c...> 2: <https://www.yishe...> 3: <https://www.999.c...> 4: <http://www.baihes...> 5: <http://www.cninfo...> 6: <http://www.cninfo...> 7: <https://www.sxg19...> 8: 公司公告
- [24] 1: <http://www.jlaod.c...> 2: <https://www.yishe...> 3: <https://www.999.c...> 4: <http://www.baihes...> 5: <http://www.cninfo...> 6: <https://www.sxg19...> 7: <http://www.cninfo...> 8: 公司公告
- [25] 1: <http://www.jlaod.c...> 2: <https://www.yishe...> 3: <https://www.999.c...> 4: <http://www.baihes...> 5: <http://www.cninfo...> 6: <https://www.sxg19...> 7: <http://www.cninfo...> 8: 公司公告

企业分析

1 威海百合生物技术股份有限公司【603102】

公司信息

企业状态	开业	注册资本	6400万人民币
企业总部	威海市	行业	食品制造业
法人	刘新力	统一社会信用代码	913710007823210514
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2005-11-16
品牌名称	威海百合生物技术股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	食品、保健品的生产、销售; 植物提取物的研发、生产与销售; 彩弹胶囊工艺品的生产与销... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)	2024(Q2)
------	------	------	------	------	------	------	------	------	----------	----------

销售现金流/营业收入	1.14	1.14	1.09	1.17	1.08	1.09	1.12	1.03	-	-
资产负债率(%)	28.9194	29.8574	28.1075	25.357	20.3028	22.0764	14.4366	12.7693	-	-
营业总收入同比增长(%)	-	15.9372	19.879	-1.547	15.7428	14.4543	9.5866	20.1186	-	-
归属净利润同比增长(%)	-	3.4862	17.2012	-0.3952	71.0049	16.46	-6.8888	22.6525	-	-
应收账款周转天数(天)	-	15.4577	22.8699	19.3939	10.2994	14.3514	18.154	17.8812	-	-
流动比率	2.4558	2.3675	2.5325	2.9815	4.0813	3.1788	6.0227	6.513	-	-
每股经营现金流(元)	-	1.79	1.53	2.53	3.12	3.524	2.3891	3.0289	-	-
毛利率(%)	43.7432	40.3178	38.8818	40.846	43.7315	41.5549	36.4009	37.4068	-	-
流动负债/总负债(%)	82.0902	85.0292	85.8658	85.4581	83.3463	88.2535	90.478	91.8361	-	-
速动比率	1.7604	1.7316	1.8861	2.3664	3.4212	2.5528	5.3452	5.9009	-	-
摊薄总资产收益率(%)	14.4537	13.7327	13.8861	12.4576	18.8595	18.0122	10.6941	9.9505	-	-
加权净资产收益率(%)	21.43	19.04	-	-	-	23.1	10.47	11.39	-	-
基本每股收益(元)	1.28	1.33	1.55	1.55	2.65	3.08	2.2	2.64	0.54	1.3
净利率(%)	16.8516	15.0419	14.7059	14.8779	21.9814	22.3667	19.004	19.4049	-	-
总资产周转率(次)	0.8577	0.913	0.9443	0.8373	0.858	0.8053	0.5627	0.5128	-	-
每股公积金(元)	-	-	1.4262	1.4262	1.4262	1.4262	10.2336	10.2336	-	-
存货周转天数(天)	117.7779	103.1637	96.9278	104.8003	90.6961	89.8069	100.9761	89.6749	-	-
营业总收入(元)	3.65亿	4.23亿	5.07亿	5.00亿	5.78亿	6.62亿	7.25亿	8.71亿	1.89亿	4.12亿
每股未分配利润(元)	-	-	5.4312	6.3318	8.5007	10.9746	9.6686	11.449	-	-
稀释每股收益(元)	1.28	1.33	1.55	1.55	2.65	3.08	2.2	2.64	0.54	1.3

归属净利润(元)	6153.14 万	6367.65 万	7462.96 万	7433.47 万	1.27亿	1.48亿	1.38亿	1.69亿	3485.05 万	8296.88 万
扣非每股收益 (元)	1.21	1.19	-	-	-	2.8	2.12	2.54	-	-
经营现金流/营 业收入	-	1.79	1.53	2.53	3.12	3.524	2.3891	3.0289	-	-

竞争优势

公司拥有市场化的研发创新优势，坚持以市场为导向的研发体系，能及时根据终端的消费需求调整自身产品结构，不断推出新产品，对市场进行全方位覆盖，保证研发、生产与市场需求的同步；同时也会对未来发展趋势进行先驱探索，根据技术变化（如植物软胶囊、咀嚼软胶囊及肠溶软胶囊等技术）对现有产品进行改进，做到领先市场、适应变化、资源储备。

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

