



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。

当归类保健食品：含药食同源物质的保健食品需求渐增 头豹词条报告系列



钟琪 · 头豹分析师

2024-10-18 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>当归类保健食品指以当归为主要原料的保健食品。当...</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照功能声称数量的分类方式，当归类保健食品行业...</p>	<h3>行业特征</h3> <p>当归类保健食品行业的特征包括法规监管严格、市场...</p>	<h3>发展历程</h3> <p>当归类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>当归类保健食品行业规模暂无评级报告</p> <p>SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>当归类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 当归类保健食品指以当归为主要原料的保健食品。当归是中国传统的药食同源物质，具有益气补血、润肠通便和调经止痛的功效。当归的有效成分包括挥发油和多糖等，具有抗炎和抗菌等药理作用，在保健食品方面潜力巨大。受健康意识提升、女性健康需求增加及原料供应稳定、政策支持驱动，当归类保健食品市场规模稳步增长。未来，中药材纳入保健食品备案原料目录及当归原料价格下行显著的趋势将进一步促进当归类保健食品市场的扩张与产品创新。

行业定义^[1]

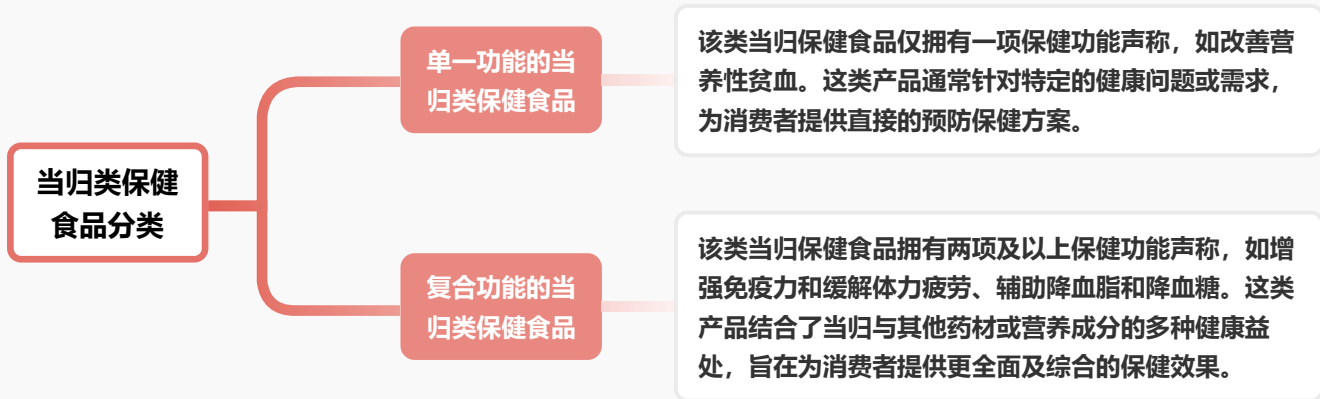
当归类保健食品指以当归为主要原料的保健食品。当归是伞形科当归属植物当归的干燥根，是中国传统药食两用中药，药用和栽培历史悠久，具有益气补血、润肠通便和调经止痛的功效。目前，已从当归的根茎叶中分离鉴定出300多种化合物，包括挥发油、多糖和有机酸等，具有抗炎、抗菌、抗氧化、抗阿尔茨海默病和抗抑郁症等药理作用，在保健食品方面潜力巨大。

[1] 1: <https://kns.cnki.net> 2: 知网

行业分类^[2]

按照功能声称数量的分类方式，当归类保健食品行业可以分为如下类别：

当归类保健食品行业基于功能声称的分类



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

行业特征^[3]

当归类保健食品行业的特征包括法规监管严格、市场需求多样和技术创新驱动。

1 法规监管严格

包含当归类保健食品在内的整体保健食品行业均受到国家市监局的严格监管。产品的研发、生产到销售都需要经过严格的审批和备案流程，以确保产品的安全性和有效性。法规的严格性不仅体现在产品的注册和备案上，还体现在对原料来源、生产工艺和质量标准等方面的严格规定上。这有助于维护行业的健康发展，保障消费者的权益。

2 市场需求多样

随着消费者对健康意识的提高和需求的多样化，当归类保健食品的市场需求也呈现出多样化的趋势。消费者不仅关注产品的保健功能，还注重产品的口感、包装和品牌等方面的体验。因此，当归类保健食品企业需要不断创新和升级产品，以满足消费者的多元化需求，包括开发新的保健功能、优化产品口感和提升包装设计等方面的工作。

3 技术创新驱动

技术创新是推动当归类保健食品行业发展的重要动力。随着科技的不断进步，日益增长的新技术被应用于当归类保健食品的研发和生产中，如生物技术和智能化加工等。同时，当归类保健食品行业也在积极探索与其他领域的融合，如与食品产业、化妆品产业等的深度融合。该深度融合不仅有助于拓展当归类保健食品的应用领域，还能为消费者提供更多元化、更高品质的产品选择。

[3] 1: <https://kns.cnki.net/> | 2: 知网

发展历程^[4]

在萌芽期，行业逐步建立起基本的法规框架，为后续的规范化发展奠定了基础。进入高速发展期后，CFDA的设立和监管体系的完善为当归类保健食品行业提供了更加明确的指导和规范。进入成熟期后，保健食品新产品注册、备案双通道时代的开启和原料目录的扩展，为当归类保健食品行业带来了更多的市场机会和创新空间。法规体系的日益完善、市场需求的多样化及技术创新与品牌建设的加速，共同推动了行业的稳定发展和持续进步。

萌芽期 · 1996~2002

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，首个当归类保健食品成功注册；

2002年，中国当归类保健食品累计注册数量达112件。

《办法》的发布为保健食品行业，特别是当归类保健食品，提供了明确的法规依据。随着首个当归类保健食品的成功注册及后续数量的不断增加，行业逐渐获得了市场认可和消费者信任。

高速发展期 · 2003~2015

2003年，国务院明确了国家食品药品监督管理局（CFDA）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，承担保健品的审批职能；

2015年，中国当归类保健食品累计注册数量达536件。

CFDA的职能确定为当归类保健食品行业提供了更加明确和规范的监管环境，有助于行业的健康发展。注册数量的激增也体现更多的企业投身于当归类保健食品的研发和生产，推动了行业的进步。

成熟期 · 2016~2024

2016年，保健食品新产品注册、备案双通道时代开启；

2019年，当归被正式纳入按照传统既是食品又是中药材的物质目录，安全性较高，可被开发用于食品领域；

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；

2024年10月11日，中国当归类保健食品累计注册数量达652件。

这一时期，行业的法规体系更加完善，包括注册备案制度、原料目录管理等方面的规定都更加明确和细化。这为当归类保健食品的研发、生产和销售提供了更加稳定和可靠的法规环境。

[4] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: <https://kns.cnki.ne...> 3: 国家市监局; 知网

[12]

产业链分析

当归类保健食品因其独特的保健价值而备受瞩目，在经济体系中的重要性与日俱增，依托于一条由上游原料供应、中游制造研发到下游分销消费构成的精细产业链，展现出广阔的发展空间。^[6]

当归类保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

甘肃岷县当归市场供应增加，中条及中大条当归热销利好中游保健食品行业的发展。

现阶段甘肃岷县的当归市场供应呈现显著增长，市场交易活动频繁且高效，主要参与者是本地的经营商户与加工企业。在交易货源方面，中条及中大条当归热销，相比之下，体现市场对于品质上乘、规格适中的当归原材料需求强劲，向中游保健食品行业传递积极信号。

当归保健食品酒剂优势突出，市场需求旺盛，吸引众多知名酒企的关注与投入。

酒是中医药文化的关键要素，用于药材炮制与有效成分提取的历史悠久。通过这类传统工艺，当归的有效成分能更有效地溶解于酒中，进而提升其生物利用度和保健效能。此外，当归保健食品酒剂适合不同年龄层与体质的人群消费，且其独特的口感与风味也更容易获得消费者的青睐。因此，当归保健食品酒剂的市场需求强劲，吸引知名酒类企业纷纷入局。^[6]

总之，当归类保健食品行业的发展需要上中下游各环节紧密衔接，协同创新。面对机遇与挑战并存的未来，行业参与者需持续深耕原材料质量、强化技术创新、深挖市场潜力，同时积极响应环保政策与市场需求变化，以实现行业的持续健康增长与长远繁荣。^[6]

上 产业链上游

生产制造端

原料供应商（当归及其辅料）

上游厂商

[北京同仁堂（甘肃）中药材种植有限责任公司 >](#)

[云南白药集团太安生物科技产业有限公司 >](#)

[康美药业（昆明）种质资源有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链上游说明

上游当归供应充足，规格适中的原料市场交易活跃，利好保健食品行业。

2024年6月，中国甘肃岷县当归上货量增加，有95-100吨货源出售，当归成品、水洗（黄）货有15车货源出售。市场人流量大，交易活跃度高，主要参与者是本地经营户及加工户，当地需求相对稳定且集中。成交的货源以中条和中大条为主，而药厂所需的货源上货量较少，当前市场更偏向于满足本地加工和零售的需求，而非大规模的工业生产需求。同时，中条和中大条货源的热销反映出消费者对于品质较好、规格适中的当归原料需求较强，这对于保健食品行业而言是积极信号，体现上游原材料的质量和规格能够较好地满足中游产品开发和生产的需要。

上游当归原料价格波动会对中游保健食品的生产产生显著影响，主要体现在增加生产成本和影响供应链稳定性两方面。

一方面，当归原料价格的波动会直接影响保健食品的生产成本。当归价格上涨时，保健食品的生产成本相应增加，会对企业的利润率造成压力。为保持盈利能力，企业或将调整产品售价或寻找替代原料，均对产品的市场竞争力产生影响。另一方面，当归价格波动或将导致供应链出现问题。当归价格上涨时，部分供应商出于利润最大化的考虑或将采取两种策略：一是减少供应量，以期制造稀缺性进一步推高价格；二是提高质量标准，以匹配或提升产品价格。二者均会导致企业难以稳定地获取到符合生产需求的当归原料。

中 产业链中游

品牌端

当归类保健食品研产商

中游厂商

[仁和药业股份有限公司 >](#)

[浙江康恩贝制药股份有限公司 >](#)

[吉林敖东药业集团股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

当归类保健食品充分发挥当归广泛的药理价值，保健功能多元化。

当归类保健食品充分利用当归这一传统中药材的独特药理作用。当归是补血活血、润肠通便和调经止痛的佳品，其丰富的药理成分如挥发油和多糖等，赋予该类保健食品多种健康益处。具体来看，当归类保健食品适用于血虚人群，为其身体提供充足的营养支持，也能帮助女性维护生殖健康。同时，当归也能促进肠道蠕动，维护肠道健康。另外，部分当归类保健食品还结合当归维护心脑血管健康等现代药理研究成果，提升身体健康水平。

当归保健食品酒剂需求旺盛，与中药材和酒的结合发展历史悠久相关，吸引部分知名酒企入局。

从剂型分布看，截至2024年10月11日，胶囊占比43.87%，口服液占21.32%，片剂与酒剂分别占9.82%和9.20%。胶囊、口服液与片剂均是保健食品的传统剂型，占比相对较高，而酒剂占比相对突出。酒是中医药文化的重要组成部分，被用于炮制和提取药材有效成分的历史悠久。运用该类传统方法，当归的有效成分能够更好地溶解于酒中，提高了其生物利用度和保健效果。并且，当归保健食品酒剂适用于不同年龄段和体质的人群，其口感和风味也更易于被消费者接受。因此，当归保健食品酒剂需求旺盛，吸引众多知名酒企入局。

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

当归保健食品属于消费品，下游直销渠道的重要性日渐凸显。

与传统的经销渠道相比，直销模式减少了产品从生产商到消费者之间的中间环节，降低了流通成本，也使得消费者能以更加实惠的价格购买到高品质的当归保健食品。同时，直销渠道促进了生产商与消费者之间的沟通，有助于增强消费者对品牌的信任感。中游生产商可通过直销渠道，向消费者详细介绍产品的生产流程、品质保证以及健康益处，从而建立起更为紧密的品牌联系。此外，直销渠道使得生产商的市场响应速度实现较大提升。通过直销渠道，生产商能迅速捕捉到消费者的需求和反馈，及时调整产品策略和市场策略，以更好地满足市场需求。

增强免疫力是当归类保健食品最受下游消费者欢迎的保健功能。

从功能分布看，截至2024年10月11日，增强免疫力占比32.52%，祛黄褐斑占19.17%，改善贫血占17.48%，缓解体力疲劳占13.34%。保健食品不能发挥治疗作用，消费者购买时更看重其预防保健的作用，因此对提高自身免疫系统能力的需求最为旺盛。其次，部分消费者对美容美肤的需求强烈，尤其希望通过天然成分来改善肌肤问题。由于当归活血化瘀、调节内分泌的药理作用，具有该类功能声称的保健食品较受欢迎。同时，补血调养仍是当归类保健食品的一大卖点，这与当归的传统功效有关。

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

[6] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局

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

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

[9] 1: <https://kns.cnki.ne...> 2: 知网

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

[11] 1: <http://www.cninfo....> 2: 公司公告

[12] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> 2: 国家市监局

行业规模

2019年—2023年，当归类保健食品行业市场规模由25.12亿人民币元增长至29.15亿人民币元，期间年复合增长率3.79%。预计2024年—2028年，当归类保健食品行业市场规模由30.93亿人民币元增长至37.12亿人民币元，期间年复合增长率4.67%。^[16]

当归类保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：^[16]

健康意识增强与女性健康得到重视驱动市场需求增长，对规模扩张形成有力支撑。

随着生活水平的提高，国民对健康的关注程度也在持续提升。当归作为一种传统中药，在养生保健领域应用历史悠久。消费者对天然草本保健品的需求增加，推动了当归类保健食品的市场需求。另外，当归具有补血调经等功效，被广泛用于调理女性生理周期和缓解相关症状，受到女性消费者的青睐。随着女性群体的健康需求逐渐受到重视，针对女性健康的细分保健食品市场也得到了扩展。

受益于原料供应稳定与政策支持，供给实现增长使得渐增需求得到满足，历史规模持续增长。

现存保健食品注册数据显示，2019-2023年中国当归保健食品的累计数量从557件增至652件，供给增长使得扩

张的需求得到满足，从而实现规模扩大。一方面，**当归主产自中国西部地区，近年来种植面积扩大和技术改良使得当归的产质得到提升，确保原料供应充足**，当归类保健食品生产的持续增长获得有力支撑。另一方面，政府对于中医药产业的支持以及对保健食品市场的逐步规范，为当归类保健食品的发展提供了良好的环境。^[16]

当归类保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[16]

中药材原料进入保健食品渠道持续畅通，当归保健食品有望借力备案制实现规模扩张。

2024年5月，人参、西洋参及灵芝首批中药材正式纳入保健食品备案原料目录。这意味着中药材作为保健食品原料的审批流程更加简化，中药材保健食品的研发和上市速度提升。**当归作为同样具有广泛应用价值的中药材，有望受益于这一政策，推动其保健食品市场规模的扩大。**另外，人参、西洋参和灵芝被正式纳入保健食品备案原料目录体现其合法性和安全性得到了官方的确认，该正面形象有助于提高消费者对整体中药材保健食品市场的信任度，间接地促进了当归类保健食品的需求。

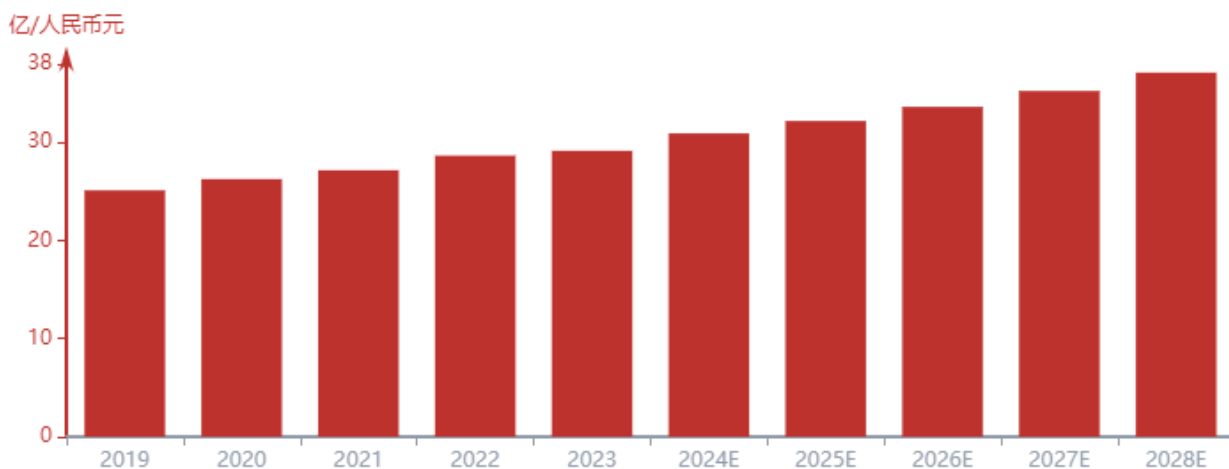
当归原料价格显著下降利好行业发展，既有助于降低生产成本，又促进产品创新和市场扩张。

2024年10月数据显示，亳州药市散把当归价格同比下降46.43%，玉林药市散把当归价格同比下降40.00%。当归原料价格的显著下降将从供给端提供成本优势，促使生产商能够提供更多数量和种类的产品，同时也为需求端创造了更好的消费环境，使消费者更易接触到高质量且价格合理的当归类保健食品。**供需双向的积极变化有望推动当归类保健食品行业的市场规模在未来继续增长。**^[16]

中国当归类保健食品行业规模

当归类保健食品行业规模

中国当归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；京东

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

2: 知网

[14] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...>

2: 国家市监局

[15] 1: <https://www.samr...>

2: 国家市监局

[16] 1: <https://www.zyctd...>

2: 中药材天地网

政策梳理^[17]

	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
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三类名贵中药材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	颁布主体	生效日期	影响
	《保健食品标志规范标注指南》	国家市监局	2023-12-12	8
政策内容	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。			
政策解读	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。			
政策性质	规范类政策			

	政策	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	2023-08-13	8
政策内容	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。			
政策解读	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。			
政策性质	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	规范类政策			

	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

[17] 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

竞争格局

行业是保健食品的细分赛道，同样存在产品同质化严重和竞争激烈等特点。参与厂商背景多元化，第一类由传统医药集团业务拓展而来，第二类专注保健食品的研产销，第三类由知名酒企拓展当归保健食品酒剂业务而来。^[21]

当归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等；第二梯队公司有上海医药、亿帆医药等；第三梯队有仁和药业、康恩贝等。^[21]

当归类保健食品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[21]

由于市场准入门槛低和经济利益驱动，多数知名企业贴牌入局当归保健食品赛道。

一方面，新进入者通过贴牌可直接使用已有的品牌和产品批文，避免了高昂的研发费用和复杂的审批流程，降低了进入市场的门槛。贴牌生产也能使企业迅速推出新产品，应对市场需求的变化。另一方面，保健食品通常具有较高的利润率，尤其是含有当归等传统中药材的细分产品，贴牌生产可减少前期投入来提高整体盈利水平。并且，拥有成熟销售渠道的企业可选择与其他制造商合作，通过贴牌的方式丰富自己的产品线，扩大销售规模并增加收入来源。

同仁堂的领先地位得益于深度布局中医药产业链。

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。对于当归等关键中药材，同仁堂能够通过自己的产地确保原材料的质量和供应稳定性，中游保健食品的制造也能采用先进的生产技术和严格的质量控制，并且可通过广泛的销售网络和较大的品牌影响力将当归类保健食品触达目标消费者。产业链的全布局共同构成了同仁堂在业内的核心竞争力，对行业的竞争格局产生了深远影响。^[21]

当归类保健食品行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[21]

参与厂商背景不一致使毛利表现存在显著差异，未来高毛利企业若愿意向行业投入更多资源，或将提升业内竞争力从而改变格局。

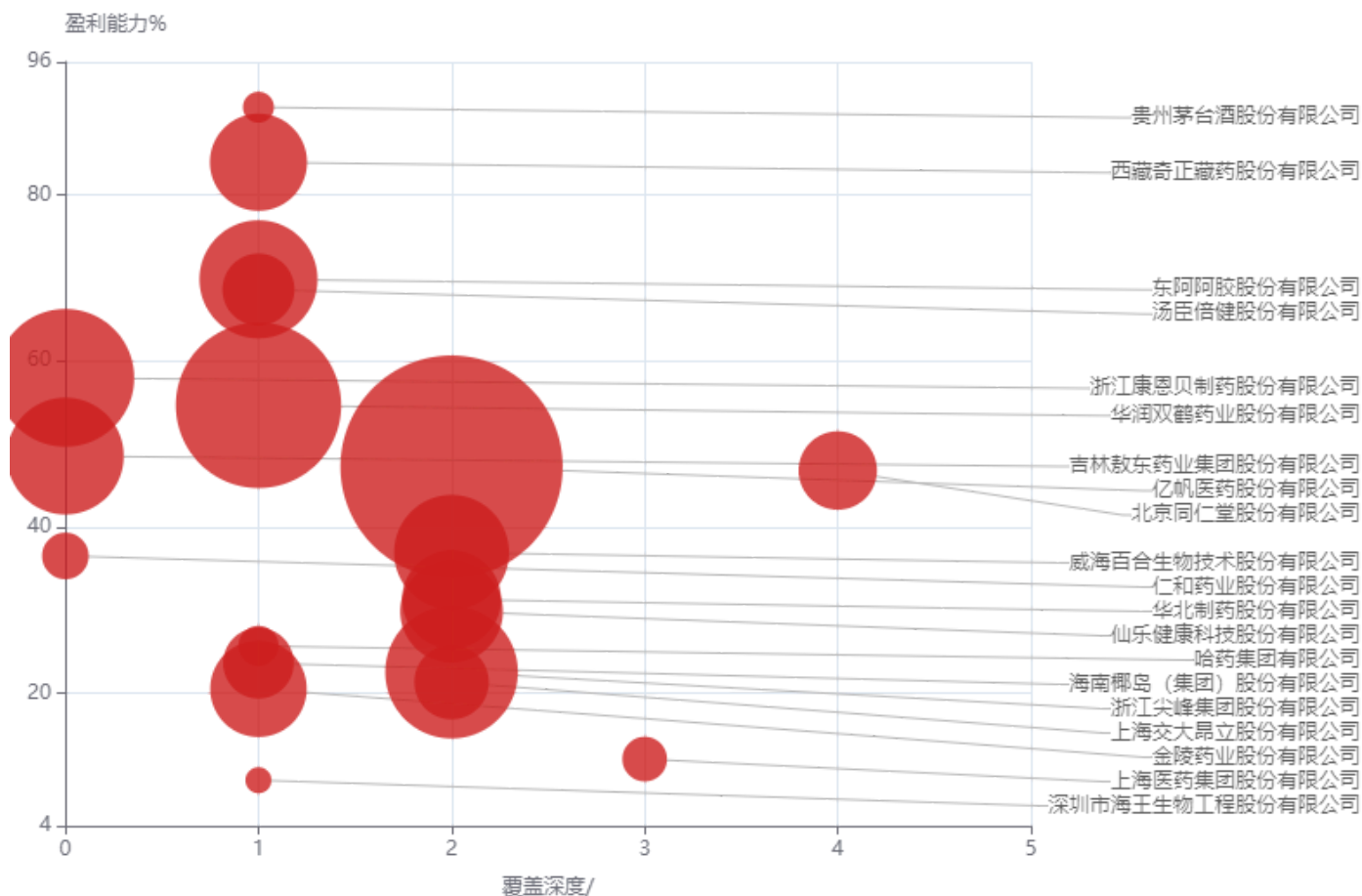
根据公司公告，2023年同仁堂毛利率46.79%，不及贵州茅台90.54%及汤臣倍健68.58%。同仁堂是发展历史悠久的中药企业，业务涵盖药品及保健食品等多领域。而保健食品企业的核心业务是健康补充品，两者的成本结构及定价策略存在显著差异，致使毛利表现不同，而高端白酒企业的运作模式决定其高毛利水平。**如果拥有高毛利率的企业决定加大对当归类保健食品市场的投入，并利用其在成本控制方面的经验和技術，或将迅速提升市场份额。**

研发创新有望成为企业提升核心竞争力的关键途径。

随着经济的持续增长和居民生活质量的普遍提高，消费者对于保健食品的需求逐渐由基础营养补充转向更为精细化、个性化的健康解决方案。这一趋势要求企业既要提供满足基本健康需求的产品，又要在研发创新上持续投入，以开发出具有独特卖点、高效且安全的当归类保健食品。**如果研发创新力强的企业愿意在当归类保健食品领域投入更多资源，则有望开发出更多具有特定健康益处、新颖配方或创新剂型的产品，快速响应市场需求的变化，在众多竞争者中脱颖而出。** [21]

[24]

气泡大小表示：研发创新力(%)



上市公司速览

仁和药业股份有限公司 (000650)

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

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(%)
-	51.8亿元	15.51	61.11

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

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

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

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

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

华润双鹤药业股份有限公司 (600062)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	28.4亿元	2.26	56.75

哈药集团股份有限公司 (600664)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	114.9亿元	15.05	25.28

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

华北制药股份有限公司 (600812)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	25.6亿元	-3.86	30.59

上海交大昂立股份有限公司 (600530)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.5亿元	-5.13	35.08

金陵药业股份有限公司 (000919)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	7.5亿元	5.36	22.76

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

亿帆医药股份有限公司 (002019)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	13.3亿元	41.28	47.37

贵州茅台酒股份有限公司 (600519)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	464.8亿元	18.04	92.61

海南椰岛(集团)股份有限公司 (600238)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.2亿元	3.17	39.07

上海医药集团股份有限公司 (601607)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	701.5亿元	5.93	11.44

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

深圳市海王生物工程股份有限公司 (000078)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	80.9亿元	-18.78	10.42

- [18] 1: <http://www.cninfo...> | 2: 公司公告
- [19] 1: <https://www.tongr...> | 2: 公司公告
- [20] 1: <https://www.tongr...> | 2: <https://www.mout...> | 3: <http://www.cninfo...> | 4: 公司公告
- [21] 1: <http://www.cninfo...> | 2: 公司公告
- [22] 1: <https://www.sse.co...> | 2: <http://www.renhey...> | 3: <https://www.yifany...> | 4: <https://www.sphch...> | 5: <https://www.tongr...> | 6: 公司公告
- [23] 1: <https://www.sse.co...> | 2: <http://www.renhey...> | 3: <https://www.yifany...> | 4: <https://www.sphch...> | 5: <https://www.tongr...> | 6: 公司公告
- [24] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> | 2: 国家市监局

企业分析^[25]

1 北京同仁堂股份有限公司【600085】

· 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... 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	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。

[25] 1: <https://www.tongr...>

2: 公司公告

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

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

