



2025年 决明子类保健食品行业词条报 告

港股分类法/消费品制造/食品饮料、申万分类/食品饮料/
食品加工/保健品、头豹分类/制造业/医药制造业/保健及
康复食品制造

决明子类保健食品：从传统药食到年轻化“护眼经济”的价值重构 头豹词条报告系列



钟琪

2025-03-20 未经平台授权，禁止转载

行业分类：消费品制造/食品饮料 食品饮料/保健品 制造业/保健及康复食品制造

摘要 决明子类保健食品以决明子为主要原料，具有多种健康功效。近年来，随着消费者健康意识提升，市场需求量逐年攀升，但原料质量参差不齐。保健食品监管介于药品与普通食品之间，要求企业确保产品符合法规。决明子类保健食品功能多元，涵盖辅助减脂、降血脂等领域。行业规模增长受益于需求端结构性转变和供给端显著增长。未来，银发经济将推动市场规模进一步扩大，政策支持和企业研发投入也将促进市场持续发展。

行业定义

决明子类保健食品是以决明子为主要原料的保健食品。决明子为豆科植物决明或小决明的干燥成熟种子，其性味甘苦，微寒，入肝经、大肠经，具有清肝明目、润肠通便的功效。决明子是一种常见的中药材，在中国多数地区均有栽培，属于药食同源物质，开发应用前景广泛。**现阶段，决明子不仅可应用于治疗眼科疾病，还可应用于多种疾病的预防和治疗。**

行业分类

按照保健食品剂型的分类方式，决明子类保健食品行业可以分为如下类别：

决明子类保健食品行业分类

保健食品剂型包括：胶囊、茶剂、片剂、口服液及颗粒剂等。

决明子保健食品胶囊

胶囊是决明子保健食品最常见的剂型，便于携带和服用，能够有效保护决明子的活性成分免受外界环境的影响。

决明子保健食品茶剂

通过将决明子与其他辅料配伍，不仅可增强原有的保健功效，还能根据个人口味偏好调配出多种风味，适合希望通过日常饮用达到调理身体效果的人群。

决明子保健食品片剂

具有良好的稳定性和较长的保存期限，不易受到温度、湿度等因素的影响，适合长期储存和使用。

决明子保健食品口服液

以其高浓度的有效成分和快速吸收的特点，满足寻求即时效果的消费者需求。

决明子保健食品颗粒剂

通常采用先进的生产工艺制成，便于冲泡饮用，不仅保留了决明子的原始风味和营养成分，还可根据需要添加其他天然成分以增强其保健功能或改善口感。

其他剂型的决明子保健食品

包括决明子保健食品丸剂、冲剂等，丸剂是中医药传统剂型，而冲剂的冲泡方式简便快捷。**多样化的剂型反映了决明子保健食品行业不断创新和发展的趋势，旨在满足不同消费群体的需求。**

行业特征

决明子类保健食品的行业特征包括原料质量待升、监管边界清晰、产品功能多元。

1 原料质量待升

近年来，随着消费者健康意识的提升和对天然成分的需求增加，决明子的市场需求量逐年攀升。然而，由于农业环境变化、土地资源紧张以及气候变化等因素的影响，优质决明子的供应面临挑战。此外，种植标准不统一导致了原料质量参差不齐，这直接影响到中游保健食品生产的稳定性和产品质量的一致性。

2 监管边界清晰

监管层面，决明子类保健食品介于药品与普通食品之间。相较于药品，保健食品的研发和审批流程相对简化，无需经过严格的临床试验验证其有效性与安全性；相较于普通食品，保健食品在生产过程中需要遵循更为严格的质量控制标准，包括但不限于原材料的选择、加工工艺、标签标识等方面。这种特性要求企业不仅要关注产品的功能宣称是否科学合理，还需确保产品在整个生命周期内符合国家相关法规的要求，以维护消费者的健康权益并促进市场的健康发展。

3 产品功能多元

决明子类保健食品声称的功能广泛，涵盖了从减肥、降血脂到改善记忆等众多领域，这主要是因为决明子本身含有多种活性成分，如大黄素、决明子苷等，具备广泛的药理作用。同时，通过与其它天然成分或营养补充剂的合理搭配，能够实现多方面的健康促进效果。例如，将决明子与膳食纤维结合可用于调节肠道菌群，帮助改善便秘问题；而与特定维生素组合则有助于增强免疫力。这种多功能性的实现不仅依赖于决明子本身的丰富药用价值，还在于配方设计时考虑到了不同成分间的协同效应，从而满足了消费者多样化的健康需求。

发展历程

在萌芽期，决明子类保健食品行业展现出从无序到有序、从粗放到精细的转变特征，为后续的快速发展奠定了坚实的基础。进入高速发展期后，行业表现出显著的规模化、专业化发展趋势，众多企业通过提高研发投入、优化生产工艺以及加强品牌建设等措施，积极应对市场需求的增长和监管要求的提升，从而推动整个行业向着更高层次迈进。现阶段，行业迎来了成熟期的重要发展阶段。

萌芽期 · 1996-01-01~1999-01-01

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；同年，中国首批决明子类保健食品成功获批注册

此阶段的行业影响主要体现在两个方面：一方面，严格的审批流程提高了市场准入门槛，有助于淘汰不合格的产品，保护消费者权益；另一方面，这也激励了企业加大对研发和质量控制的投入，推动了整个行业的技术进步与规范发展。

高速发展期 · 2000-01-01~2015-01-01

2002年，原国家卫生部公布首批药食同源物质名单，决明子位列其中；同年，中国决明子保健食品的新增注册数量较上年同比增长141%，行业快速发展；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

原国家卫生部公布首批药食同源物质名单并将决明子纳入其中，正式开启了决明子作为保健食品原料合法化、标准化的发展道路。这不仅极大地拓宽了决明子作为功能性成分的应用范围，同时也显著提升了市场对决明子类保健食品的信心和需求。同年，获批上市的决明子保健食品显著增长，反映出行业正处于快速扩张的阶段，企业纷纷加大对决明子类产品的开发力度，以抢占市场份额。

成熟期 · 2016-01-01~2025-01-01

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

保健食品“注册+备案”双轨制的落地，标志中国保健食品行业管理进入了更加灵活和高效的新阶段。通过简化部分产品的市场准入流程，尤其是对于那些使用已知安全性和功效性的原料生产的保健食品，实行备案制大大缩短了产品上市时间，促进了市场的快速响应能力。这一变革鼓励了企业积极创新，同时也为消费者提供了更多样化的选择。而到了2023年，《保健食品原料目录：人参 西洋参 灵芝》及其配套解读文件的发布进一步扩大了可备案原料的范围，将传统名贵药材纳入保健食品备案原料目录，这不仅体现了国家对传统中医药文化的重视，也为保健食品行业的发展注入了新的活力。

产业链分析

决明子类保健食品产业链的发展现状

决明子类保健食品行业不仅承载了经济上的重要性，更在促进民众健康生活方式转变中发挥着关键角色。产业链结构复杂而紧密，涉及上游的原材料供应、中游的生产加工技术创新与市场拓展，以及下游的消费趋势与市场竞争，共同编织出动态的产业发展图谱。

决明子类保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：

通过提升上游原料供应的稳定性和技术创新，并结合中游生产工艺的优化和规模化效益的实现，决明子类保健食品行业正迎来持续增长的新机遇。

在决明子类保健食品行业，产业链的上游原料供给与中游生产协同升级是推动行业增长的核心动力。上游方面，决明子原料的供应稳定性和技术创新对整个产业链的发展至关重要。面对种植周期和气候条件的影响，通过改进加工技术如低温萃取和标准化提取工艺，不仅提升了原料利用效率，还降低了生产成本。此外，药用辅料及食品添加剂行业的进步也为产品创新提供了支持，尤其是在降脂、通便等功效上的科学验证和市场认可。中游生产环节则通过扩大产能和优化剂型来实现规模效益，胶囊剂型因其生产工艺成熟度高且满足消费者的便捷性需求而占据主导地位。

下游渠道的多样化发展和消费场景的不断拓展不仅重塑了市场格局，还为决明子类保健食品带来了新的增长点。

下游渠道的分化和消费场景的拓展正在重构市场的格局。传统线下药店依靠“药食同源”的认知基础和专业的导购服务，依然在特定年龄段的消费者中保持稳定的市场份额。然而，随着电商渠道的快速崛起，数字化营销和全链路追溯体系使得品牌能够更精准地触达年轻消费群体，促进了即食化剂型的增长。直销模式则通过会员制和定制化服务增强了用户粘性，尽管面临严格的监管要求，促使渠道向规范化转型。消费场景的多样化进一步拉动了功能细分市场的需求，特别是辅助减肥和降血脂产品。未来，渠道融合和精准营销将成为打破同质化竞争、释放长尾市场潜力的关键策略。这将有助于更好地满足不同消费群体的需求，并促进整个行业的健康发展。

产业链上游环节分析

生产制造端

原料供应商（决明子及其辅料）

上游厂商

信阳振禾药材购销有限公司

北京汇源集团平罗有限公司

河北芳泽中药材有限公司

凤阳县官塘镇洪武种养殖专业合作社

邢台市养康中药材有限公司

河北锦花中药材有限公司

巨鹿县一蓉中药材销售有限公司

中宁县玖玖红枸杞贸易有限公司

巨鹿县百草堂中药材销售有限公司

河北立高中药材购销有限公司

产业链上游分析

决明子原料价格的双向波动要求中游企业强化动态成本管控能力，通过柔性供应链建设与价值链协同增强抗风险韧性。

药材价格指数显示，2025年1月决明子原料价格同比2024年增长4.20%，同比2023年减少8.72%。决明子原料成本呈现阶段性回升趋势，但整体仍处于近两年低位区间。此价格走势对中游保健食品生产环节的影响主要体现在三方面：其一，成本传导效应具有滞后性，2024年原料价格同比下降带来的成本红利或已部分释放，而2025年价格回升将逐步挤压企业边际利润，迫使生产端通过工艺优化或供应链谈判消化新增成本；其二，价格波动加剧供应链管理复杂度，企业需平衡库存策略以应对原料价格周期性变化，短期内低库存策略可规避跌价风险；其三，长期价格中枢下移或驱动企业调整产品配方结构，在维持品质前提下探索原料替代方案或配伍比例优化，从而构建更具弹性的成本控制体系。

产量与种植端来看，上游决明子原料供给对中游保健食品生产的影响呈现结构性传导效应。

2025年决明子价格同比回升但较2023年仍处低位，或反映其种植面积与产量存在周期性调整：2023年高价位可能刺激种植端扩产，导致2024年原料供给过剩、价格下行，而2025年种植面积缩减或气候因素引发的单产波动则驱动价格回升。此类产量周期性波动将直接影响中游企业原料采购稳定性，尤其在区域性集中种植格局下，极端天气、病虫害或政策调整或加剧供给风险，迫使企业强化产地监测与多源采购体系。此外，种植端规模化程度不足或导致原料品质参差，增加中游生产环节的筛选与质检成本。长期而言，中游企业需通过订单农业、产地直采或参与种植技术改良等方式深度介入上游，以稳定原料供给规模与质量，降低因种植端波动引发的生产计划中断风险。

中 产业链中游环节分析

品牌端

决明子类保健食品研产销商

中游厂商

威海百合生物技术股份有限公司

华润双鹤药业股份有限公司

福建广生堂药业股份有限公司

浙江康恩贝制药股份有限公司

北京同仁堂股份有限公司

亿帆医药股份有限公司

杭州民生健康药业股份有限公司

悦康药业集团股份有限公司

华北制药股份有限公司

浙江莎普爱思药业股份有限公司

产业链中游分析

中国决明子类保健食品的剂型构成呈现显著分化特征。

截至2025年2月，从中国决明子类保健食品的剂型构成来看，胶囊占52.91%领先于其他剂型，其次是茶剂占23.26%，片剂占8.14%，口服液占6.01%，颗粒剂占4.46%，其他剂型占5.23%。胶囊剂型占据主导地位，反映出其在工业化生产适配性、剂量标准化及消费者便携性需求方面的综合竞争力。茶剂位列第二，表明传统饮用场景与现代快消属性的结合仍具有市场渗透力，尤其契合中老年群体对草本养生文化的认知惯性。片剂、口服液及颗粒剂等剂型份额相对有限，或受限于生产成本、储存稳定性及消费者接受度差异，其中口服液剂型因包材成本高、保质期短等特性，在价格敏感型市场中拓展空间受限。值得关注的是，颗粒剂与其他新兴剂型的潜在增长空间或

源于年轻消费群体对即食化、功能细分产品的需求升级。这一结构特征既映射出生产端对工艺成熟度与规模效益的路径依赖，也暗示差异化剂型创新或成为打破同质化竞争的关键突破口。

中国决明子类保健食品的功能构成与决明子的药理特性高度契合。

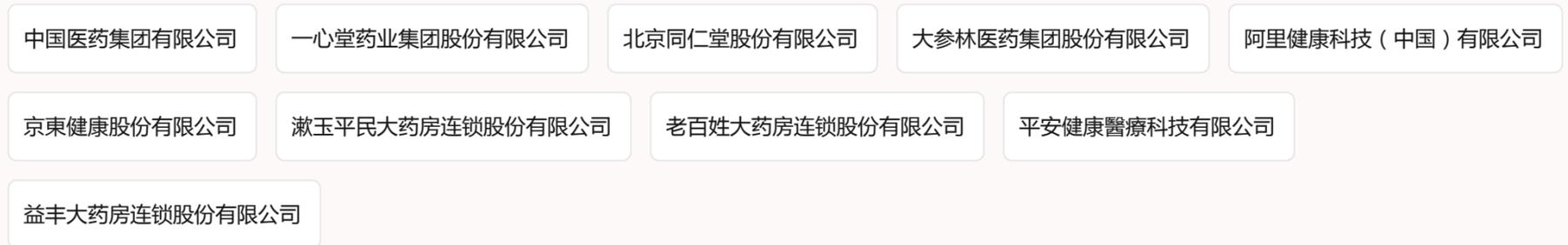
截至2025年2月，从中国决明子类保健食品的功能构成来看，辅助减肥占34.30%领先于其他功能，其次是辅助降血脂占27.71%，润肠通便占26.36%，缓解体力疲劳占7.36%，增强免疫力占4.84%，辅助降血压占4.65%。辅助减肥功能直接反映了决明子中蒽醌类成分促进肠道蠕动和加速脂质代谢的作用机制。辅助降血脂与润肠通便分别位列第二和第三，进一步证实了决明子中的多糖、甾醇类物质在调节胆固醇吸收及发挥缓泻效果方面的科学基础。缓解体力疲劳和增强免疫力等功能占比较低，源于决明子抗氧化活性成分的应用，但由于临床证据的强度限制以及市场竞争产品的替代效应，这类功能尚未形成规模化的市场渗透。

下 产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

药店、超市等销售终端及消费者

渠道端



产业链下游分析

线下传统药店仍为决明子保健食品的核心分销渠道。

决明子类保健食品虽不具备药品属性，但其健康功能定位决定了线下传统药店仍为核心分销渠道。药店依托专业场景背书与即时消费触点，能够有效触达中老年及慢性病管理需求人群，尤其在功能宣称审核趋严的监管环境下，药店铺货可借助药师咨询增强消费者信任度，同时通过“药食同源”认知惯性实现精准导流，其渠道渗透率与终端动销效率对市场基本盘稳定具有支撑作用。

线上渠道的优化和升级正在成为推动决明子保健食品行业创新与增长的重要力量。

电商渠道的快速扩容重构了保健食品的消费场景，线上直营模式通过标准化产品信息公示、全链路追溯体系及数字化营销工具，降低了渠道层级冗余与信息不对称风险，尤其契合年轻群体对便捷性、透明化服务的需求。平台经济监管强化倒逼企业规范运营，结合大数据驱动的个性化推荐与会员服务体系，线上渠道正逐步从补充性销售通路升级为品牌价值沉淀与用户粘性培育的战略支点。

行业规模

决明子类保健食品行业规模的概况

2020年—2024年，决明子类保健食品行业市场规模由28.79亿人民币元增长至32.36亿人民币元，期间年复合增长率2.96%。预计2025年—2029年，决明子类保健食品行业市场规模由33.73亿人民币元增长至39.39亿人民币元，期间年复合增长率3.95%。

决明子类保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：

近年来，行业规模的增长显著受益于需求端的结构性转变。

特殊时期深刻改变了国民健康观念，消费者对免疫调节、代谢健康等功能的关注度大幅提升，而决明子因其传统药用价值（如润肠通便、辅助降血脂等）与现代保健需求高度契合，逐渐从单一中药材向多元化保健食品延伸。此外，保健食品相较于药品的监管门槛较低，消费者对其接受度更高，尤其在政策推动“药食同源”理念的背景下，决明子茶剂、胶囊等产品通过药店、电商等渠道快速渗透中老年及亚健康人群市场。同时，年轻消费群体对功能性食品的偏好升级，促使企业开发即食化、场景化的决明子保健食品颗粒剂、口服液等剂型，进一步拓宽了需求边界。

供给端的显著增长是行业规模扩张的另一核心动力。

2024年，中国决明子保健食品的新增注册数量较上年同比增长600%，反映了行业供给能力的全面提升。一方面，政策环境优化（如中药材现代化扶持政策）和技术创新（如智能化生产、新型质量检测技术）降低了生产门槛，推动企业加速产品研发与产能释放。另一方面，产业链上游的规模化种植与加工技术改良提高了原料稳定性，中游企业通过工艺优化（如提取物标准化）和剂型创新（如高附加值胶囊剂）实现了成本控制与产品差异化。此外，行业竞争加剧促使头部企业通过并购整合扩大市场份额，而新兴品牌则借助线上直营渠道快速触达消费者，形成多层次供给体系，共同驱动2024年市场规模呈现“量价齐升”的显著增长。

决明子类保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：

需求端看，随着银发经济的催化作用日益显著，老年人口的增长为决明子类保健食品行业带来了新的发展机遇。

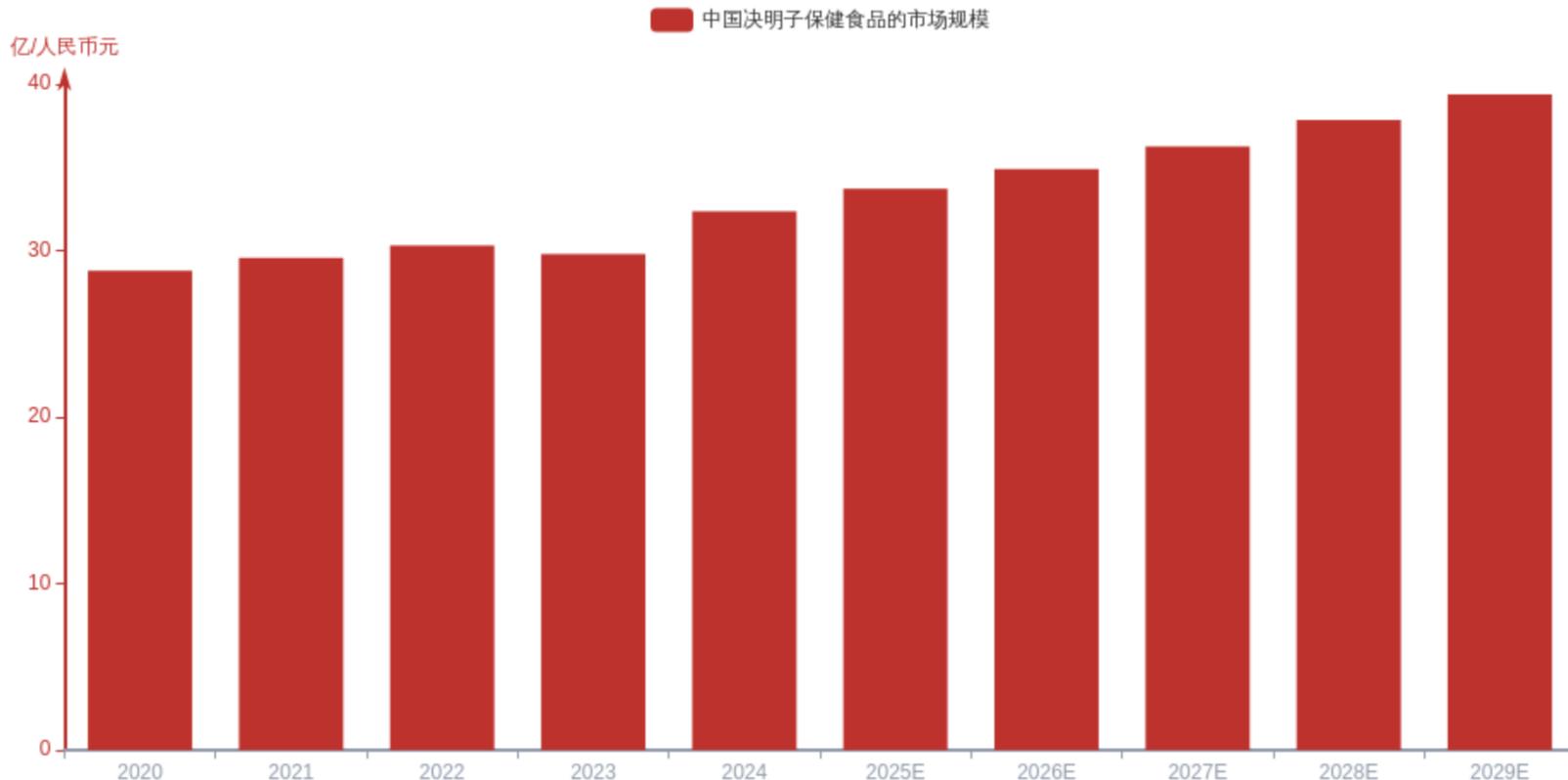
老年群体对辅助降血脂、润肠通便等功能的需求尤为突出，而决明子保健食品以其胶囊、颗粒剂等多样化剂型和上述功能特性，能够很好地满足这一群体的健康管理需求。特别是对于关注自然疗法和慢性病管理的老年人来说，决明子作为一种传统中药材制成的保健产品具有较高的接受度。随着老龄化社会的到来，这类针对特定健康问题的产品需求将持续增长，从而推动决明子类保健食品市场规模的进一步扩大。

供给端的稳步增长和政策支持共同促进了决明子类保健食品市场规模的持续扩张。

2023-2024年，中国决明子保健食品的累计注册数量占整体保健食品市场的比重由2.3049%升至2.4241%。行业的供给能力正在稳步增强，这一增长不仅得益于中医药产业本身所获得的政策支持，还与国家针对老年健康产业出台的一系列鼓励措施密切相关。作为中医药的重要组成部分，决明子保健食品在享受政策红利的同时，也面临着更高的质量标准和技术要求。不断增加的新品注册数量表明企业正在积极响应市场需求，加大研发投入，推出更多符合现代消费者健康理念的产品。

决明子类保健食品行业规模

中国决明子保健食品行业规模



数据来源: 国家统计局; 国家市监局; 知网; 京东

政策梳理

	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			

	政策名称	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	2023-08-13	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			

	政策名称	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	指导类			

	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			

竞争格局

决明子类保健食品竞争格局概况

行业属于中药材保健食品的细分赛道，同样存在产品同质化严重的问题。决明子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；第二梯队公司有华润双鹤和华北制药等；第三梯队有广生堂和莎普爱思等。

决明子类保健食品行业竞争格局的历史原因

同仁堂在行业的龙头地位源于其全产业链整合能力与品牌护城河的双重构建。

数据显示，2023年同仁堂的营收为178.61亿元，已获批通过的决明子保健食品累计注册数量达3件，均领先于业内其他公司。同仁堂的核心优势体现在：其一，全产业链布局，同仁堂从中药材种植、饮片加工到成品生产、零售终端形成闭环，通过自有种植基地及战略供应商体系，确保原料品质与成本可控；其二，研发与品牌协同，依托百年中医药文化积淀与“药食同源”理论，其产品深度融合决明子润肠通便、降脂功效，并通过现代工艺实现剂型创新，精准匹配消费需求；其三，渠道渗透力，线下零售门店结合线上直营布局，形成全域销售网络，渠道协同效应显著。

中医药企业入局决明子保健食品行业的核心竞争力在于上游原料供应的垂直整合能力。

传统药企依托历史积累的药材种植资源与产地直采体系，能够降低原料采购成本波动风险。此类企业通常具备成熟的炮制工艺与质量控制体系，例如决明子炒制技术可提升有效成分溶出率，降低生产端筛选与质检成本。同时，政策对“药食同源”目录的扩展进一步强化其合规性优势，使中

医药企业能够快速切入保健食品赛道，并通过原料-生产-销售的全链条协同，构建成本护城河与差异化竞争壁垒。

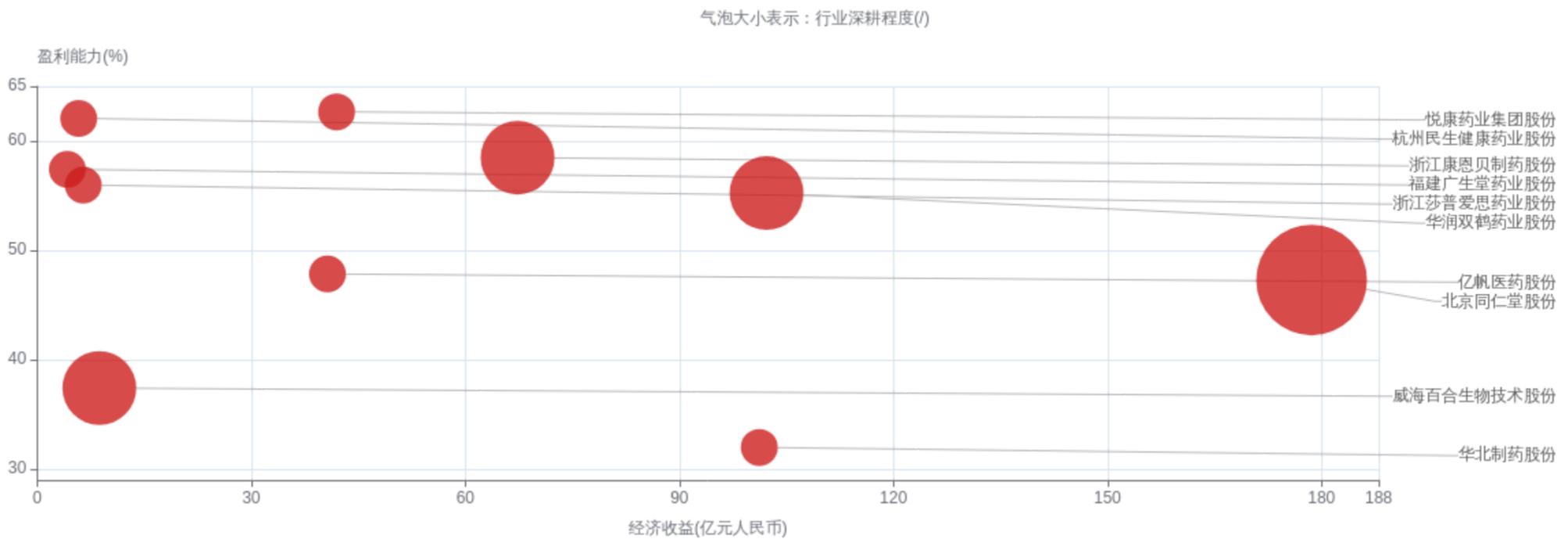
决明子类保健食品行业竞争格局未来变化原因

有效利用成本优势进行战略调整的企业，有望在未来激烈的市场竞争中占据更有利的位置。

对比业内10家代表性公司，较高毛利率的悦康药业（62.67%）与民生健康（62.07%）的竞争力不及较低毛利率的同仁堂（47.29%）。对于那些具备优异成本控制能力但毛利率相对较低的企业而言，若能将节省的成本部分重新投入到产品研发、品牌建设和市场拓展中，或将会显著增强其在行业内的竞争力。通过这种方式，不仅能优化企业的财务表现，还能推动整个行业的健康发展，为消费者提供更多高质量的选择。

随着消费者对健康管理需求的增加及国家政策的大力支持，决明子类保健食品行业的吸引力将持续增强，吸引更多企业入局，推动整个行业向着更加多元化和高质量的方向发展。

随着消费者对健康管理和天然草本产品关注度的提升，决明子类保健食品的需求预计将持续增长。加之国家政策对健康产业的大力支持，包括鼓励中药现代化和功能性食品的研发等，这些积极因素将吸引更多的企业进入这一细分市场，从而改变现有的竞争格局。新入局者不仅会带来新的技术和理念，还可能加剧市场竞争，促使现有企业不断提升自身的产品和服务质量，以维持或扩大市场份额。因此，未来决明子类保健食品行业有望呈现出更加多元化和创新的发展态势。



上市公司速览

浙江莎普爱思药业股份有限公司 (603168)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.0亿元 >	20.4	55.9

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 >	41.3	47.4

杭州民生健康药业股份有限公司 (301507)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.2亿元 >	7.0	57.5

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 >	-18.7	40.1

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 >	15.5	61.1

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 >	-3.9	30.6

福建广生堂药业股份有限公司 (300436)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.2亿元 >	36.1	59.7

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 >	25.9	46.3

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 >	2.3	56.8

悦康药业集团股份有限公司 (688658)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	29.9亿元 >	1.1	60.4

企业分析

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	邱淑兵	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	866563200000
品牌名称	北京同仁堂股份有限公司	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；出租办公用房；出租商业用房；技术咨询、技术服务、技术开发、技术转让、技术培训；药用动植物的饲养、种植；自营和代理各类商品及技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；零售百货；中西药广告设计；劳务服务；以下项目仅限分公司经营：销售定型包装食品（含乳冷食品）、保健食品、中药材、医疗器械、医疗保健用品；零售中药饮片、图书；制造酒剂、涂膜剂、软胶囊剂、硬胶囊剂、保健酒、营养液（不含医药作用的营养液）；鹿、乌鸡产品的加工；中医科、内科专业、外科专业、妇产科专业、儿科专业、皮肤科专业、老年病科专业诊疗；危险货物运输（3类）；养殖梅花鹿、乌骨鸡、麝、马鹿；物业服务和供热服务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

■ 财务数据分析									
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
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
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
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
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
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
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
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
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	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	1.4674	1.4628	1.4628	1.463	1.463	1.463	1.4531	1.4624	1.459
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
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)	10808761229.94	12090740122.2	13375966344.01	14208636446.88	13277123199.46	12825879050.96	14603100739.78	15372423363.17	17860891456.13
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)	875179501.87	933165391.02	1017381549.82	1134283847.11	985435905.02	1031440914.95	1227372820.22	1425811705.31	1668834509.63
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
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
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

公司竞争优势

▪ 竞争优势

同仁堂集团作为首批中华老字号企业，坚持走经济实体与文化载体协同发展之路，认真履行国有企业经济责任、政治责任、社会责任和文化遗产责任，在推动中医药事业发展、传承中医药文化方面发挥了独特作用。

附录

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。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588