



2025年 肉桂类保健食品行业词条报告

申万分类/食品饮料/食品加工/保健品、港股分类法/消费品制造/食品饮料

肉桂类保健食品行业研究：健康需求驱动下的广阔市场展望 头豹 词条报告系列



钟琪 · 头豹分析师

2025-04-17 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 食品饮料/保健品 消费品制造/食品饮料

摘要 肉桂类保健食品以肉桂为主要原料，具有多重健康功效。行业特征包括原料资源丰富，中国肉桂种植面积和产量居世界首位，且注重可持续农业实践。监管边界清晰，需遵循特定安全性和功能性标准。消费者需求持续旺盛，认可度和接受度高。历史规模增长相对平稳，主要受供给新增量有限和消费者认知度待提高影响，价格拉动是主要增长动力。未来，政策支持和老龄化加剧将推动供给增加，消费者需求提升将带动价格上涨，共同促进市场规模扩大和行业持续发展。

行业定义

肉桂类保健食品是以肉桂为主要原料的保健食品。肉桂是樟科植物肉桂的干燥树皮，也是临床中广泛使用的中草药之一，又名玉桂，主产于广西、广东、云南、福建等地区。肉桂味辛、甘，性大热，归肾、脾、心、肝经，具有补火助阳、散寒止痛、温通经脉、引火归元等功效，常与附子、熟地黄、山茱萸、干姜等配伍为用在临床上常用于治疗腰膝冷痛等病症。

行业分类

按照保健食品剂型的分类方式，肉桂类保健食品行业可以分为如下类别：

肉桂类保健食品行业分类

保健食品剂型包括：酒剂、胶囊及片剂等。

肉桂保健食品酒剂

酒剂是肉桂保健食品最常见的剂型，结合了传统酿造技术和现代提取工艺，有助于肉桂活性成分的快速吸收。

肉桂保健食品胶囊

胶囊形式无味且易于吞咽，能够确保肉桂中的有效成分能够在体内被高效吸收。

肉桂保健食品片剂

片剂形式不仅便于保存和运输，还具有良好的稳定性，保证了长期使用的有效性。

其他剂型的肉桂保健食品

包括肉桂保健食品颗粒剂、口服液、丸剂、膏剂及粉剂等。具体来看，颗粒剂方便冲泡饮用；口服液以其易吸收、口感好的特点受到儿童与老年人的欢迎；丸剂形式的传统配方为消费者提供了经典的选择；膏剂适合直接食用或加入饮品中；粉剂形式则适用于自制饮品或添加到食物中。

行业特征

肉桂类保健食品的行业特征包括原料资源丰富、监管边界清晰、需求持续旺盛。

1 原料资源丰富

全球肉桂种植区主要集中于亚洲的中国、印尼和斯里兰卡等国家和地区，而中国种植面积和年产量均居世界首位，肉桂资源丰富，为肉桂保健食品行业的发展提供了坚实的原料基础。随着可持续农业实践的推广，中国的肉桂种植不仅注重产量的提升，还致力于环境保护和生

态平衡，确保了原料供应的长期稳定性和可靠性。这种资源优势使得肉桂保健食品厂商能够在保证产品质量的同时，有效控制成本，增强市场竞争力。

2 监管边界清晰

肉桂保健食品属于保健食品的范畴，其监管要求比普通食品更为严格，比药品更为宽松。具体来看，保健食品需遵循特定的安全性和功能性标准，并在产品标签上准确标注功能成分及其含量，不得夸大产品的医疗效果。这种适度的监管框架既保护了消费者权益，又为企业提供了足够的创新空间，鼓励企业开发更多样化、高效能的健康解决方案。

3 需求持续旺盛

肉桂既是一类传统药材，也是一种广泛使用的香料，这一特性极大提高了消费者对含有肉桂成分的保健食品的认可度和接受度。此外，肉桂的多重功效如抗氧化、抗炎及改善血糖水平等，进一步增强了其作为保健食品的吸引力。通过将传统药材的优势与现代食品科学相结合，肉桂保健食品不仅能够满足消费者对健康的追求，还能提供愉悦的食用体验，从而拓宽了其市场空间。

发展历程

肉桂保健食品行业的发展历程体现了从初步探索到成熟壮大的逐步演进。在萌芽期，随着相关法规的出台和首批肉桂类保健食品的获批上市，行业开始步入规范化轨道，并逐渐获得市场的认可。进入高速发展期后，得益于政策支持及市场需求的增长，规模显著扩大。进入成熟期后，随着保健食品注册备案双通道机制的开启，市场准入流程得以简化，加速了产品创新与市场响应速度。此外，肉桂产量和种植面积的持续增长，不仅保障了原料供应的稳定性，也为行业的长远发展提供了坚实基础。

萌芽期 · 1996-01-01~2003-01-01

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；1997年，中国首批肉桂类保健食品成功获批注册；2002年，原国家卫生部公布首批药食同源物质名单，肉桂位列其中；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。《保健食品管理办法》的发布标志着保健食品行业的规范化管理开始实施，而首批肉桂保健食品的成功获批体现肉桂在保健食品领域的应用得到了官方认可。肉桂被列入首批药食同源物质名单意味着肉桂作为保健食品原料的标准进一步规范，推动了行业的进步与发展。

高速发展期 · 2004-01-01~2014-01-01

2004年，中国肉桂保健食品的新增注册数量较上年同比增长271%，行业进入发展“快车道”；2009年，《食品安全法》颁布实施，保健食品的安全监管得到进一步强化；2014年，中国肉桂产量突破7万吨，收割面积达4.11万公顷。获批上市的肉桂保健食品数量显著增长，表明市场对肉桂保健产品的需求正在迅速上升，并且消费者对这类产品的接受度也在不断提高，为行业带来了新的机遇，促使更多企业投入到肉桂保健食品的研发和生产中，推动了行业的快速发展。另外，充足的肉桂原料供应也为肉桂保健食品的持续创新和发展提供了坚实的基础。

成熟期 · 2015-01-01~2025-01-01

2016年，保健食品新产品注册、备案双通道时代开启；2023年，中国肉桂产量已突破9万吨，收割面积达4.73万公顷。

保健食品新产品注册、备案双通道机制的实施，显著简化了新产品进入市场的流程，这一政策调整使得更多的创新产品能够快速面市。对于肉桂保健食品行业而言，企业可以更快推出新产品，满足消费者日益多样化的健康需求，也提升了市场竞争力。另外，肉桂种植规模的持续扩大进一步增强了原料供应的稳定性，为中游保健食品产业发展提供了坚实的基础。

产业链分析

肉桂类保健食品产业链的发展现状

肉桂类保健食品行业的发展蓝图勾勒出从上游原材料的可持续获取、中游的技术革新与产业整合，至下游市场对健康产品强劲需求的完整产业链格局。面对挑战与机遇并存的未来，行业持续探索创新、深化供应链整合及灵活适应市场趋势将成为实现长效稳健增长的基石。

肉桂类保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：

肉桂类保健食品产业链上游的种植与原料供应是产业发展的基础。

肉桂类保健食品产业链的上游主要涉及肉桂的种植与原料供应，肉桂树的种植面积、产量和质量直接决定了整个行业的基础。广西、广东、云南等省份凭借其得天独厚的自然条件，成为肉桂的核心产区，这些地区的肉桂以其香气浓郁、口感醇厚而著称。近年来，政府与企业加大对肉桂种植基地的投资力度，通过引进优质品种、推广科学种植技术和管理模式，有效提升了原料的产量与质量。此外，建立稳定的采购渠道和储备体系，也是增强抗风险能力、保障原料供应稳定的重要举措。然而，肉桂原料的价格波动受多重因素影响，如自然因素、市场供需关系、国际贸易政策等，这些价格波动不仅关乎产业链上下游企业的利润空间，更对整个产业的可持续发展产生深远影响。

中游企业的综合实力直接决定了肉桂类保健食品在市场上的表现与消费者认可度。

肉桂类保健食品产业链的中游是生产加工环节，这一环节对技术要求较高，需要先进的加工设备和工艺，以确保产品质量和口感。近年来，加工技术与设备的革新成为推动行业进步的关键力量，通过先进的提取、分离、纯化技术，可以有效提取肉桂中的活性成分，提升产品的药用价值和营养价值。同时，智能化生产也在逐步推进，提高了生产效率和产品质量的稳定性。此外，中游企业还需要注重品牌建设和市场营销，通过线上线下相结合的多渠道销售模式，扩大市场覆盖面，提升品牌知名度与市场份额。

产业链上游环节分析

肉桂类保健食品上游环节

生产制造端

原料供应商（肉桂及其辅料）

上游厂商

平南县平山镇陈桂香辛料种植专业合作社

广西源安堂肉桂产业有限公司

罗定市兴泰肉桂科技发展有限公司

广西禾泰肉桂生物科技有限公司

广东肉桂农业科技发展有限公司

郁南冲枚肉桂加工有限公司

罗定市粤桂实业有限公司

罗定市兴伟香料有限公司

广西桂平市肉桂生态农业专业合作社

广西圣保堂药用植物香料股份有限公司

上游分析

上游肉桂产量的变化对中游肉桂类保健食品的生产会产生多方面的影响。

2023年中国肉桂产量达9.19万吨，同比2022年增长1.86%，同比2021年减少1.50%。首先，产量的同比增长表明肉桂的供应能力有所提升，这有助于缓解此前可能存在的原材料供应紧张局面，为中游保健食品生产提供了相对充足的原料保障，有利于企业维持和扩大生产规模。其次，尽管2023年产量较2021年有所下降，但总体仍保持在较高水平，这使得中游企业在原料采购方面具有一定的选择余地，能够在一定程度上控制采购成本，进而影响产品定价和市场竞争能力。此外，产量的波动也会促使中游企业更加注重库存管理和供应链优化，以应对原材料供应的不确定性，确保生产的稳定性和连续性。

上游肉桂价格变化对中游肉桂类保健食品的生产影响复杂。

药材价格指数显示，2025年1月肉桂原料价格同比2024年增长6.18%，同比2023年减少4.44%。一方面，肉桂原料价格的同比增长直接导致中游生产企业的原材料采购成本上升，会压缩企业的利润空间，迫使企业重新评估和调整生产成本结构。另一方面，尽管2025年价格较2024年有所上涨，但较2023年仍有所下降，这表明肉桂原料价格存在一定的波动性，中游企业需要密切关注价格走势，合理安排库存，以应对价格波动带来的风险。

产业链中游环节分析

肉桂类保健食品中游环节

品牌端

肉桂类保健食品研产销商

中游厂商

烟台张裕集团有限公司

海南椰岛（集团）股份有限公司

贵州茅台酒厂（集团）保健酒业有限公司

上海雷允上药业有限公司

劲牌有限公司

山东威龙集团公司

山东宏济堂制药集团股份有限公司

中食肽灵（北京）生物技术有限公司

吉林鹿司令健康产业有限公司

广东威士雅健康科技股份有限公司

中游分析

肉桂类保健食品的剂型构成反映了市场对不同剂型的需求和偏好，也体现了企业在产品开发和市场定位上的多样化策略。

截至2025年2月，从中国肉桂类保健食品的剂型构成来看，酒剂占43.92%领先于其他剂型，其次是胶囊占25.00%，片剂占10.81%，颗粒剂占4.73%，口服液与丸剂各占4.05%，膏剂与粉剂各占0.68%，其他剂型占6.08%。酒剂是市场上的主要剂型，与其在传统保健食品中的广泛应用以及消费者对其接受度较高有关。酒剂通常具有较好的生物利用度和较长的保质期。胶囊剂型位居第二，优势在于能够掩盖不良气味，便于消费者服用，同时具有良好的稳定性和便于携带的特点。片剂与颗粒剂的共同特点是便于储存和运输，且剂量准确，适合需要精确控制摄入量的消费者。口服液和丸剂在肉桂类保健食品中的应用相对较少但各具特色。口服液能够快速释放有效成分，而丸剂则具有较长的效果持续时间，适合需要缓慢释放有效成分的产品。膏剂和粉剂占比较低，与其在生产过程中的技术要求较高以及市场接受度相对较低有关。膏剂通常具有较好的口感和较高的稳定性，而粉剂则便于与其他成分混合，适合于需要定制化配方的产品。其他剂型包括一些创新剂型或特殊用途的剂型，在特定市场或特定消费群体中具有一定的竞争力。

中国肉桂类保健食品的功能声称呈现显著的集中趋势。

截至2025年2月，从中国肉桂类保健食品的功能构成来看，缓解体力疲劳占46.62%领先于其他功能，其次是增强免疫力占35.14%，辅助降血糖占12.84%，辅助降血脂占5.41%，润肠通便占4.73%，耐缺氧占4.05%。缓解体力疲劳与增强免疫力功能占比最高，体现消费者对这类产品的主要需求方向，这与肉桂的药理作用密切相关。肉桂中含有挥发油、多糖类成分、多酚类成分、黄酮类成分及微量元素等，具有扩张血管、抗炎、抗氧化、降血糖、降血脂等多种药理作用。其中，挥发油中的主要成分桂皮醛具有抗氧化、抗炎、解热镇痛

等多种药理作用，对心血管疾病也有一定的治疗与缓解作用。此外，肉桂中的多酚类物质可改善胰岛素敏感性，起到辅助降血糖的作用。肉桂的这些药理作用为其在保健食品中的应用提供了科学依据，使其在缓解体力疲劳、增强免疫力等方面具有显著效果。

产业链下游环节分析

肉桂类保健食品下游环节

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

大参林医药集团股份有限公司

阿里健康科技（中国）有限公司

京东健康股份有限公司

漱玉平民大药房连锁股份有限公司

老百姓大药房连锁股份有限公司

平安健康医疗科技有限公司

益丰大药房连锁股份有限公司

下游分析

线上直营渠道的重要性不断提升，成为肉桂类保健食品销售的重要增长点。

随着电商平台的快速发展，线上直营渠道在肉桂类保健食品的销售中逐渐崭露头角。电商平台的兴起为消费者提供了更加便捷的购物方式，消费者可以随时随地通过网络平台购买到所需的保健食品。线上直营模式有利于企业的规范化发展，企业可以通过官方旗舰店或专营店直接与消费者进行互动，更好地控制产品质量和品牌形象。同时，线上直营渠道能够减少中间环节，降低销售成本，使企业能够以更具竞争力的价格提供产品。此外，电商平台的大数据分析功能可以帮助企业更好地了解消费者需求，优化产品设计和营销策略。

尽管线上销售渠道发展迅速，线下传统药店在肉桂类保健食品的销售中仍具有不可忽视的重要性。

保健食品虽然不属于药品范畴，但其作为健康产品，依然在消费者健康维护中占据重要地位。线下传统药店在肉桂类保健食品的销售中扮演着不可或缺的角色。药店作为专业的健康产品销售场所，具备一定的权威性和可信度，消费者在购买保健食品时，往往更倾向于选择药店这样的专业渠道。药店的药师和销售人员能够为消费者提供专业的咨询服务，帮助消费者了解产品的功效、适用人群和使用方法等信息，从而增强消费者对产品的信任度。此外，传统药店的实体店能够让消费者直观地看到和接触到产品。

行业规模

肉桂类保健食品行业规模的概况

2020年—2024年，肉桂类保健食品行业市场规模由14.02亿人民币元增长至15.78亿人民币元，期间年复合增长率3.00%。预计2025年—2029年，肉桂类保健食品行业市场规模由16.26亿人民币元增长至19.02亿人民币元，期间年复合增长率3.99%。

肉桂类保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：

行业规模的历史变化在量的方面表现得相对平稳，供给新增量有限是导致规模增长不显著的主要原因。

肉桂的种植与生产受到自然条件、种植技术、土地资源等多方面因素的制约，使得产量难以在短期内实现大幅增长。此外，肉桂类保健食品的市场需求虽然存在，但消费者对这类产品的认知度和接受度仍有待提高，市场需求的释放速度相对较慢。同时，行业内企业在产品创新和市场拓展

方面的投入相对不足，未能有效激发市场的潜在需求，进一步限制了市场规模的快速扩张。

历史规模增长主要依赖价格拉动。

数据显示，2023-2024年中国肉桂保健食品的均价从198.61元升至202.58元。一方面，肉桂原料价格的波动对产品成本产生了直接影响，近年来肉桂原料价格的上涨使得企业生产成本增加，进而推动了产品价格的上升。另一方面，随着消费者对健康产品需求的增加以及对产品品质的要求提高，企业在产品研发、生产过程中的投入也相应增加，这些成本的上升也反映在产品价格上。此外，市场供需关系的变化也在一定程度上影响了价格，尽管供给新增量有限，但随着消费者健康意识的提升，对肉桂类保健食品的需求逐渐增加，推动了价格的上涨。

肉桂类保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：

未来行业规模的增长在量的方面将受到多重因素的推动。

随着中医药产业和银发经济的政策支持不断加强，肉桂类保健食品的行业产品供给有望显著增加。政府出台的一系列政策如《保健食品标志规范标注指南》等，为保健食品行业的发展提供了明确的市场前景和良好的生产经营环境。此外，中国老龄化程度持续加剧，老年人口规模庞大，对保健食品的需求尤为旺盛。这种旺盛的需求将得到政策支持下的产品供给增加的满足，从而推动市场规模的扩大。

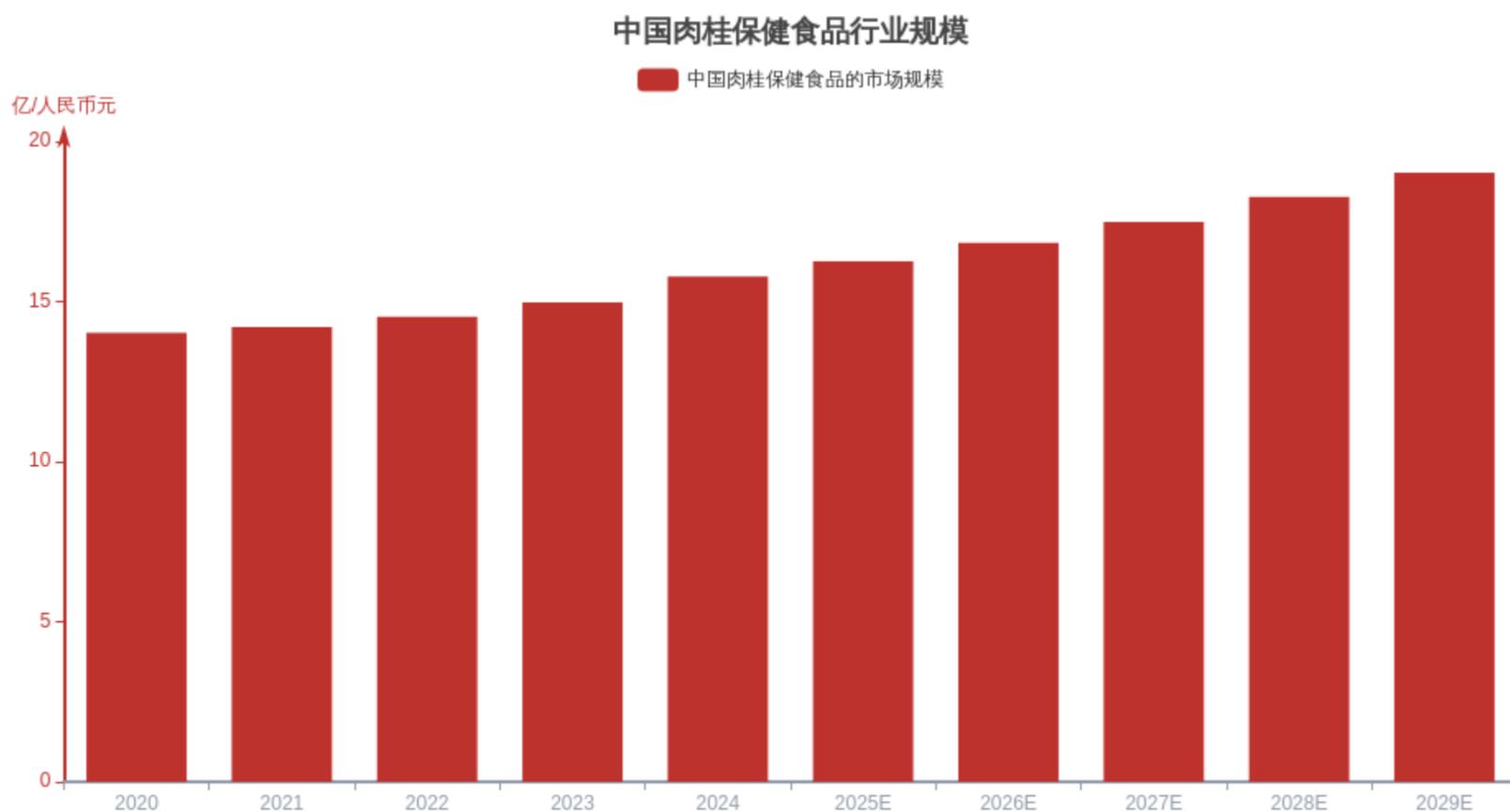
价格在未来也将是驱动行业规模增长的重要因素。

预计2025-2029年，中国肉桂保健食品的均价将从205.01元升至215.03元。这一价格增长主要得益于消费者对健康产品需求的增加以及对产品品质的要求提高。随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，消费者愿意为高品质的保健食品支付更高的价格。此外，企业在产品研发、生产过程中的投入增加，也推动了产品价格的上升。这种价格增长将进一步促进市场规模的扩大，为企业带来更多的利润空间，推动行业的持续发展

规模预测

[查看案例](#)

肉桂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；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

肉桂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，规模较小，同样存在产品同质化严重的问题。肉桂类保健食品行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有威士雅健康等；第二梯队公司有雷允上药业等；第三梯队有烟台张裕等。

肉桂类保健食品行业竞争格局的历史原因

威士雅健康在业内的领先地位，得益于其在保健食品注册方面的显著优势。

截至2025年2月，威士雅健康已获批注册的保健食品累计数量达96个，处于行业领先地位。数量的多寡直接反映了企业在保健食品领域的覆盖程度，威士雅健康凭借其丰富的注册产品线，能够在多个细分市场中占据一席之地，从而在肉桂保健食品这一细分赛道中展现出强大的竞争力。这种优势不仅体现在产品种类的多样性上，还体现在企业对市场需求的快速响应能力上，使其能够在激烈的市场竞争中保持领先地位。

业内领先企业多为非上市公司，整体竞争格局相对分散。

行业的市场规模相对较小，许多上市公司并未涉足该领域。由于行业规模的限制，肉桂类保健食品的市场吸引力相对有限，难以吸引大型上市公司的关注和投资。即使有上市公司背景的企业进入该行业，也往往缺乏足够的竞争力，难以在市场中占据显著份额。这主要是因为上市公司通常更倾向于投资规模较大、增长潜力更高的市场，而肉桂类保健食品行业的市场规模和增长速度相对较低，无法满足其投资回报的要求。

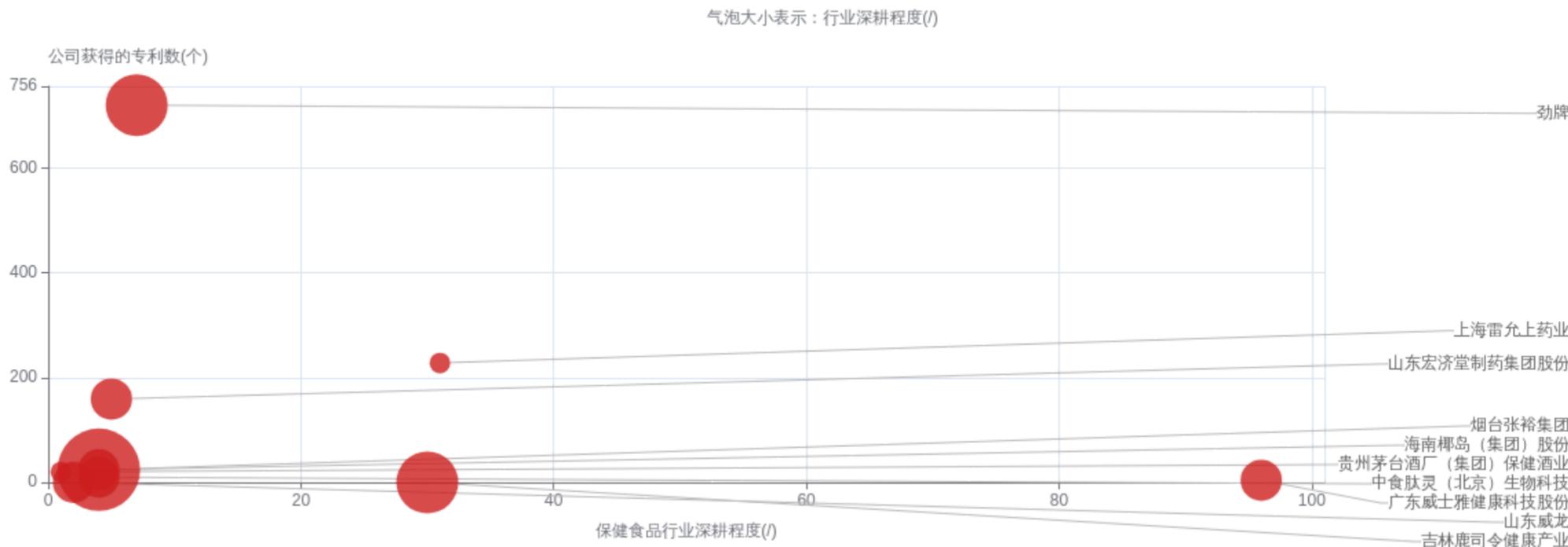
肉桂类保健食品行业竞争格局未来变化原因

保健食品同质化现象严重，研发并非决定竞争力的关键因素，市场竞争力弱的企业可通过品牌与渠道建设吸引消费者，提升市场份额。

对比业内10家代表性公司，拥有较多专利数量的劲牌（720个）的竞争力不及较少专利数量的威士雅健康（4个）。保健食品市场的同质化现象较为严重，这在一定程度上削弱了研发能力的重要性。在当前市场环境下，专利数量并不是决定企业竞争力的关键因素。相反，品牌建设和渠道建设成为提升市场竞争力的重要手段。企业通过加强品牌宣传和拓展销售渠道，能够更好地吸引消费者，提升市场份额。因此，未来企业需要更加注重品牌建设和渠道优化，以应对市场竞争的加剧。

行业规模较小且对上市公司背景依赖度低，为小型企业提供了更多发展机会，未来小型企业有望通过差异化竞争策略崭露头角。

由于行业规模相对较小，且市场对上市公司背景的依赖程度不高，这为小型企业提供了更多的发展机会。小型企业凭借其灵活性和创新能力，能够更快地适应市场变化，满足消费者的多样化需求。因此，未来行业内的竞争将更加激烈，小型企业有望通过差异化竞争策略崭露头角。此外，随着消费者对健康产品需求的增加，行业内的企业将更加注重产品创新和市场细分，以满足不同消费者群体的需求。



上市公司速览

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 >	3.2	39.1

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 >	18.0	92.6

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 >	5.9	11.4

企业分析

1 海南椰岛 (集团) 股份有限公司 【600238】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	44820万人民币
企业总部	海口市	行业	酒、饮料和精制茶制造业
法人	段守奇	统一社会信用代码	91460000284077383J
企业类型	股份有限公司(上市、外商投资企业投资)	成立时间	699552000000
品牌名称	海南椰岛 (集团) 股份有限公司	经营范围	一般经营项目：食品互联网销售；保健食品（预包装）销售；食品销售（仅销售预包装食品）；食用农产品批发；农副产品销售；酒店管理；土地使用权租赁；机械设备租赁；住房租赁；非居住房地产租赁；咨询策划服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；销售代理；品牌管理；供应链管理服务；企业管理（经营范围中的一般经营项目依法自主开展经营活动，通过国家企业信用信息公示系统（海南）向社会公示）许可经营项目：酒制品生产；酒类经营；食品生产；食品销售；粮食加工食品生产；保健食品生产；饮料生产；旅游业务；货物进出口（许可经营项目凭许可证件经营）

■ 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	1.05	1.72	1.27	1.54	1.56	1.05	1.08	1.95	2.09
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	32.3629	50.3341	60.6592	45.4239	54.8274	52.3471	58.7443	65.1268	73.5119
营业总收入同比增长(%)	-10.7729	92.9425	35.0606	-38.2307	-11.4125	29.1771	3.1589	-50.0346	-46.082
归属净利润同比增长(%)	-68.6822	-368.7058	-201.1459	138.1645	-760.6781	109.0819	-347.4038	-96.8587	-25.9886
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	25.9051	8.9672	9.0726	29.2819	47.1896	39.8102	39.7996	90.6119	147.1012
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	2.4147	3.6553	1.7123	1.5687	1.3517	1.1919	1.2743	0.9586	1.0264
每股经营现金流(元)	0.0598	0.1841	-0.4842	-0.7025	-0.2075	0.2544	-0.4599	-0.089	-0.086
毛利率(%)	40.9907	27.9854	17.4502	31.9622	14.7504	26.4018	19.7614	28.4788	27.986
流动负债/总负债(%)	82.2925	40.8778	76.4782	88.59	73.086	88.2858	74.1141	85.2927	72.7776
速动比率	0.8036	2.2398	0.7511	0.7624	0.5969	0.646	0.7225	0.4694	0.5319
摊薄总资产收益率(%)	0.9665	-2.3129	-5.7861	2.3873	-20.3102	2.0623	-5.327	-9.7295	-13.7886
营业总收入滚动环比增长(%)	167.0902	-107.4527	53.8123	541.0333	-72.9488	47.8037	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	172.9003	200.6466	-3000.7862	51.7009	-135.8561	1119.4592	/	/	/
加权净资产收益率(%)	1.47	-4	-13.09	5.2	-40.27	4.48	-11.45	-27.2	-48.16
基本每股收益(元)	0.03	-0.08	-0.24	0.09	-0.6	0.05	-0.13	-0.26	-0.33
净利率(%)	3.0278	-4.1987	-9.2891	5.7366	-42.9604	3.0136	-7.8511	-28.7432	-68.3912
总资产周转率(次)	0.3192	0.5509	0.6229	0.4162	0.4728	0.6843	0.6785	0.3385	0.2016
归属净利润滚动环比增长(%)	280.3184	250.4435	-1143.904	538.8	-140.7372	1024.7128	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.2844	0.2844	0.2844	0.2844	0.2844	0.2844	0.2844	0.2028	0.2451
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	818.5539	281.4039	172.5295	329.4893	220.7776	155.38	145.7372	379.7468	665.4344
营业总收入(元)	438602281.98	846250107.64	1142950384.73	705992536.72	625421220.55	807900928.56	833421330.33	416422612.2	224526932.39
每股未分配利润(元)	0.453	0.3704	0.1335	0.2089	-0.3883	-0.3341	-0.4683	-0.6541	-0.9869
稀释每股收益(元)	0.03	-0.08	-0.24	0.09	-0.6	0.05	-0.13	-0.26	-0.33
归属净利润(元)	13118468.78	-35250086.76	-106154174.7	40513259.96	-267662253.3	24308819.81	-60140934.64	-118392663.01	-149161279.46
扣非每股收益(元)	-0.03	-0.09	-0.28	-0.46	-0.6	0.04	-0.21	-0.34	-0.34
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.0598	0.1841	-0.4842	-0.7025	-0.2075	0.2544	-0.4599	-0.089	-0.086

公司竞争优势

竞争优势

品牌在全国享有盛誉，品牌价值位列保健酒行业前茅。保健酒、养生酒是公司的核心产业，公司主导产品“椰岛鹿龟酒”传承中医养生文化精髓，定位滋补保健酒，全力打造健康养生酒品牌。“椰岛海王酒”定位健康小酒，培育、挖掘新生代消费群体，打造独具特色的养生小酒。

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