



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。

阿胶类保健食品：国民对传统补血中药材的相关保健食品需求渐增 头豹词条报告系列



钟琪 · 头豹分析师

2024-10-12 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



词条目录

| | | | |
|---|--|---|---|
| <h3>🔍 行业定义</h3> <p>阿胶类保健食品指以阿胶为主要原料的保健食品。阿...</p> | <h3>📦 行业分类</h3> <p>按照固液形态的分类方式，阿胶类保健食品行业可以...</p> | <h3>🏠 行业特征</h3> <p>阿胶类保健食品行业的特征包括广泛的市场需求、激...</p> | <h3>📅 发展历程</h3> <p>阿胶类保健食品行业目前已达到 2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>阿胶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>阿胶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

阿胶类保健食品以阿胶为核心原料，具备补血养颜、增强免疫力等功效，市场需求旺盛。山东是阿胶的道地产地，阿胶产业链是中药产业链的重要组成部分，在传承创新中医药文化、推进中医药现代化、满足国民消费需求和扩大内需等方面发挥着重要作用。预计未来产品更趋多元化，市场规模实现持续增长。驴存栏量增加及规模化养殖使得行业原料供应的稳定性增强，老龄化社会趋势是驱动行业增长的关键因素。

行业定义^[1]

阿胶类保健食品指以阿胶为主要原料的保健食品。阿胶在中医领域的使用频率相对较高，通过驴皮熬制所得，主要成分里的胶原蛋白、维生素及微量元素均能被人体所吸收，性质温和，拥有良好的补温效果，可帮助体质相对较弱的群体提高抵抗力，振奋精神，和人参与鹿茸被合称为中药三宝。同时，**中药阿胶因其能够有效抑制黑色素合成及络氨酸酶活性成为理想的保健食品原料。**

[1] 1: <https://kns.cnki.net> | 2: 知网

行业分类^[2]

按照固液形态的分类方式，阿胶类保健食品行业可以分为如下类别：

阿胶类保健食品行业分类



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

2: 国家市监局

行业特征^[3]

阿胶类保健食品行业的特征包括广泛的市场需求、激烈的行业竞争以及多元化与国际化的发展趋势，发展前景广阔。

1 市场需求广泛且持续旺盛

随着公众健康意识的普遍增强与生活质量的不断提升，国民越发倾向于采用食疗来维护和提升个人健康。阿胶作为拥有深厚中医文化底蕴的传统滋补品，凭借其补血养颜、滋阴润肺及增强免疫力等多重健康益处，赢得了消费者的普遍认可与青睐。从追求养生健康的中老年群体，到关注生活品质与自我保健的年轻一代，阿胶类保健食品逐渐成为其日常饮食调理的重要选择。这不仅反映了消费者对于传统中医智慧与现代健康理念相结合的积极态度，也进一步推动了阿胶类保健食品市场的蓬勃发展。

2 行业竞争激烈，品牌效应显著

在阿胶类保健食品市场中，众多品牌共存，既有拥有悠久历史的老字号品牌，也有充满活力的新兴企业。该类企业为获市场份额，均致力于在产品质量、包装设计及营销策略等多方面进行优化与创新。在产品质

量方面，各品牌坚持高标准、严要求，确保产品的高质量。在营销策略方面，各品牌根据自身特点，制定差异化的市场推广策略。**注重品质且积极维护良好口碑的品牌，往往更能获得消费者的信任，从而在市场竞争中占据优势地位。**

3 未来发展趋于多元化与国际化

随着消费者需求的日益多样化，阿胶类保健食品的产品形态和功能也在不断创新。从传统的阿胶糕与阿胶口服液，到现代的阿胶胶囊与阿胶粉等，产品的种类和形式更加丰富多样。同时随着全球化的深入发展，阿胶这一中国传统滋补品也开始走向世界，国际消费者对其的关注逐渐增加。不少企业开始探索海外市场，通过建立海外销售渠道等方式，推动阿胶类保健食品的国际化进程。

[3] 1: <https://kns.cnki.net> | 2: 知网

发展历程^[4]

行业经历了从《保健食品管理办法》发布和东阿阿胶上市的规范化启动期，到2016年注册备案双轨制实施后的高速发展期。这一过程中，行业逐步建立完善的法规体系，确保了产品的安全性和有效性，为市场的健康发展奠定了坚实的基础。**随着法规的不断完善，阿胶类保健食品的产品种类日益丰富，满足了消费者多样化的需求。**

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该经卫生部审批确认；同年，首个阿胶类保健食品成功注册，知名阿胶系列产品供应商东阿阿胶在深交所上市；

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，中国累计注册的阿胶保健食品批文数量已达254件。

《保健食品管理办法》的出台为阿胶类保健食品提供了法律依据和市场进入标准。**同年东阿阿胶成功上市是行业的重要里程碑，资本市场的支持加速了企业的技术研发、产能扩张以及市场营销活动，推动了整个阿胶类保健食品行业的快速发展。**并且，阿胶类保健食品数量的显著增长体现更多行业产品获得官方认可并进入市场，消费者的选择范围大大增加。

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29日，中国累计注册的阿胶保健食品批文数量已达319件，整体保健食品达20,921件。

2016年开启的保健食品注册、备案双通道时代极大地简化了产品上市流程，降低了企业的准入门槛。对于阿胶这类已有一定市场基础且安全性较高的原料而言，备案制的引入促进了市场的创新活力。并且，随着三大名贵中药材纳入保健食品备案原料目录，既丰富了保健食品的中药材原料选择，也为阿胶类保健食品提供了更多复合配方的可能性。

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

2: <http://ypzsx.gsxt.gov.cn>

3: <http://www.cninfo.com.cn>

4: 知网；国家市监局；公...

[12]

产业链分析

阿胶类保健食品行业根植于中国悠久的养生文化，产业链从上游的驴养殖与驴皮供应、中游的产品研发与制造到下游的市场需求与销售渠道，各环节紧密相连。^[6]

阿胶类保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

驴产业的稳步回升和现阶段回升的存栏量为阿胶类保健食品产业链提供了较为稳定的原料供应基础。

山东省的驴产业发展历史深厚，其驴养殖量在经历了一段时期的快速下滑之后，近年来开始稳步回升，目前存栏量维持在5万头。首先，原料供应呈现出波动后恢复的趋势，驴养殖量的回升意味着阿胶生产的原材料——驴皮资源逐渐得到补充；其次，产业基础依然稳固，尽管历史波动较大，但长期的历史积淀和现阶段的稳定存栏为阿胶类保健食品的生产提供了可持续的原料保障；再者，产业链上游的恢复和发展对于阿胶类保健食品市场的稳定和扩张具有重要意义，原料的稳定供应是产品质量和市场信心的基石。

中游厂商充分认识和利用阿胶的药理作用，研发出具有增强免疫力和改善贫血等多种功能的阿胶类保健食品，并注重产品的多样化和个性化。

阿胶具有补血、滋阴和止血等多重功效，该类功效在现代药理研究中得到了科学验证。以增强免疫力为主要功能的阿胶类保健食品，通常融合了阿胶的滋补功效与其他能够提升免疫力的成分，共同作用于人体，达到增强体质、预防疾病的目的。而改善贫血功能的产品更多地依赖于阿胶的补血作用，通过补充人体所需的血红蛋白和红细胞，缓解贫血带来的不适。^[6]

阿胶类保健食品产业正处于转型升级的关键期，其发展不仅受到原材料供应与质量控制的内在驱动，还得益于市场需求增长与政策导向的外部助力。产业链上下游的联动与协作，技术创新与市场策略的灵活调整，将共同决定这个产业能否克服现有挑战，持续高质量发展。^[6]

上 产业链上游

生产制造端

毛驴养殖及销售

上游厂商

[东阿阿胶股份有限公司 >](#)

[北京同仁堂股份有限公司 >](#)

[山东福牌阿胶股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

山东省通过政策和技术的支持，稳定并提升了驴存栏量，为中游阿胶类保健食品的生产奠定了坚实的基础。

山东省的驴产业发展历史悠久，驴养殖量经历快速减少后，近年呈稳步回升态势，现阶段山东省的驴存栏维持在5万头。这一变化体现了产业链上游对市场需求变化的响应及政府相关政策支持的效果。

历史上，随着农业机械化水平的提升，驴的传统役用功能逐渐被取代，导致养殖量一度大幅下降。但近年来随着阿胶等驴产品市场需求的增长和相关企业对高品质原料的需求增加，驴养殖业开始复苏。

山东省通过政策扶持、技术改进和规模化养殖等方式，不仅稳定了驴存栏数量，还提高了养殖效率和产品质量，为中游阿胶类保健食品行业提供了可靠的原材料保障。

阿胶上游市场价格虽高但需求疲软，反映出品牌间竞争激烈且消费者对高价产品接受度有限。

从三大中药材市场价格数据看，2024年8-9月安国市场东阿阿胶报价在2,700元，福牌阿胶报价1,100元；玉林市场东阿阿胶价格在2,750至2800元之间；亳州市场东阿阿胶价格多为2,700元，而福牌阿胶报价1,100元。尽管价格保持在较高水平，但市场需求一般，货源走销不快，行情疲软。**产业链上游存在品牌溢价明显、市场竞争加剧以及消费者需求趋于理性的特点，同时也体现即使是高端品牌，如果没有持续的市场需求支撑，高价位也难以维持长期稳定的销售态势。**

中 产业链中游

品牌端

阿胶类保健食品的研产商

中游厂商

[东阿阿胶股份有限公司 >](#)

[北京同仁堂股份有限公司 >](#)

[汤臣倍健股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

行业产品形态多样化，以口服液为主导。

截至2024年9月，从中国阿胶类保健食品的剂型构成来看，口服液占38.56%，胶囊占24.45%，颗粒剂占10.03%。口服液的高占比体现消费者对于阿胶类保健食品的便捷性、易吸收性和口感有着较高的要求。口服液是一种即食型产品，既方便携带和服用，又能迅速被人体吸收。同时，口服液在口感上也更加易于被消费者接受，从而进一步拓宽了阿胶类保健食品的市场受众。胶囊剂型的占比也相对较高，这主要得益于其稳定和便于保存的特点，而颗粒剂通常具有易于溶解等优点。

阿胶类保健食品充分利用阿胶的传统药理作用，尤其是增强免疫力和改善贫血的保健功能。

截至2024年9月，从中国阿胶类保健食品的功能构成来看，增强免疫力占52.35%，改善贫血占34.48%。阿胶作为传统中药材，其药理作用包括补血和增强机体免疫力。具体来看，增强免疫力占据最大份额，体现消费者日益重视通过保健养生的方式提升抵抗力。阿胶含有的多种活性成分如多糖、氨基酸和微量元素等，均被认为能够调节免疫系统。另一方面，改善贫血作为第二大功能需求，也体现了阿胶在治疗血液疾病方面的传统应用。阿胶富含铁质和其他造血必需的营养素，有助于促进红细胞生成，从而有效改善贫血症状，该功能尤其受到女性和老年人群的关注。

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

阿胶类保健食品的销售渠道呈现多元化趋势，药店和医院因其专业性和可信度保持领先地位。

据2023年发布的论文披露，在居民保健食品的购买渠道调研中，30.7%首选药店或医院，26.6%选择在大中型超市购买，20.9%通过网购渠道购买。药店和医院是传统且受信赖的渠道，体现消费者对于保健食品质量和安全性的重视。在购买阿胶类保健食品这类具有特定健康功能的产品时，消费者更倾向于从专业性较强的医疗相关场所获取，以确保产品的正规性和有效性。其次，超市渠道能够提供更为便捷的购物体验，并且常常有各种促销活动吸引顾客。此外，随着互联网技术的发展和电商平台的普及，网购的重要性凸显。

阿胶类保健食品下游市场需要通过增强消费者教育和提升品牌信任度来解决认知不足的问题。

据2023年发布的论文披露，在对没有购买过保健食品的居民调研中，“平时不太注意”与“对保健食品不够了解”的原因占比居多，分别为23.0%、22.6%。消费者对保健食品的认知度和关注度仍有待提高，众多潜在消费者由于缺乏足够的信息或对保健食品的兴趣不足而未能成为实际购买者，该情况

揭示了市场教育和消费者意识提升的重要性。在当前的市场环境中，相当一部分消费者对于保健食品的具体功效、使用方法及科学依据的认知程度较低，致使其看待保健食品抱有怀疑态度。并且，部分消费者尚未充分意识到保健食品在日常健康管理中的潜在价值，或是更倾向于依赖传统的医疗手段而非预防性的健康补充品。

- [5] 1: <http://xm.shandon...> | 2: 山东省畜牧兽医局
- [6] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> | 2: 国家市监局
- [7] 1: <http://xm.shandon...> | 2: 山东省畜牧兽医局
- [8] 1: <https://www.zyctd...> | 2: <https://www.zyctd...> | 3: <https://www.zyctd...> | 4: 中药材天地网
- [9] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> | 2: 国家市监局
- [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

2019年—2023年，阿胶类保健食品行业市场规模由108.32亿人民币元增长至133.80亿人民币元，期间年复合增长率5.42%。预计2024年—2028年，阿胶类保健食品行业市场规模由137.58亿人民币元增长至168.27亿人民币元，期间年复合增长率5.16%。^[16]

阿胶类保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：^[16]

2022年阿胶类保健食品供给显著增加，多样化健康需求得到满足，致使市场规模较2021年显著扩大。

2022年中国阿胶类保健食品的新增注册数量16件，累计注册量相对整体的占比新增5.47%。阿胶类保健食品在市场上的供给逐步增加，为消费者提供了更多的选择。新品的推出不仅丰富了产品线，还满足了消费者日益多样化的健康需求，从而推动了市场规模的扩大。

需求渐增与政策扶持共同驱动行业规模扩张。

2023年中国阿胶类保健食品的累计注册数量达318件，累计注册量相对整体的占比为1.52%。**首先，市场需求持续增长是驱动市场规模扩张的根本动力。**随着消费者对健康和美容的日益关注，阿胶类保健食品因其独特的滋补功效而备受青睐。**其次，政策支持和行业规范为阿胶类保健食品行业的发展提供了有力保障。**政府对中医药产业的支持力度不断加大，出台了一系列政策鼓励阿胶等中药材的研究和产业化发展。同时，随着行业规范的逐步建立和完善，阿胶类保健食品的生产和销售环境得到了优化，产品供给初具规模以满足日益增长的需求。^[16]

阿胶类保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[16]

驴存栏量的大幅增加与规模化养殖比例的提高将稳定阿胶原料供应，驱动阿胶类保健食品行业规模实现进一步增长。

山东省提出到2035年，全省驴存栏量翻两番，规模养殖比重达到80%以上。首先，驴存栏量的大幅增加意味着阿胶生产所需的主要原料——驴皮的供应将变得更为充足。这不仅能够满足本地阿胶生产企业的需求，还可为其他地区的阿胶制造商提供稳定的原材料来源，从而缓解整个行业的供应链压力。这种原料供给的稳定化有助于企业更好地规划生产和扩大产能，进而带动整体市场的增长。其次，规模化养殖比例的提高预示着更高效、更规范化的养殖模式将成为主流。与传统的小规模家庭式饲养相比，大规模养殖场通常采用现代化管理技术和科学喂养方法，可有效提高驴只的健康水平和生长速度，同时降低养殖成本。这对于控制阿胶产品的生产成本具有重要意义，使得企业能够在保证产品质量的同时保持价格竞争力，吸引更多消费者，驱动市场扩大。

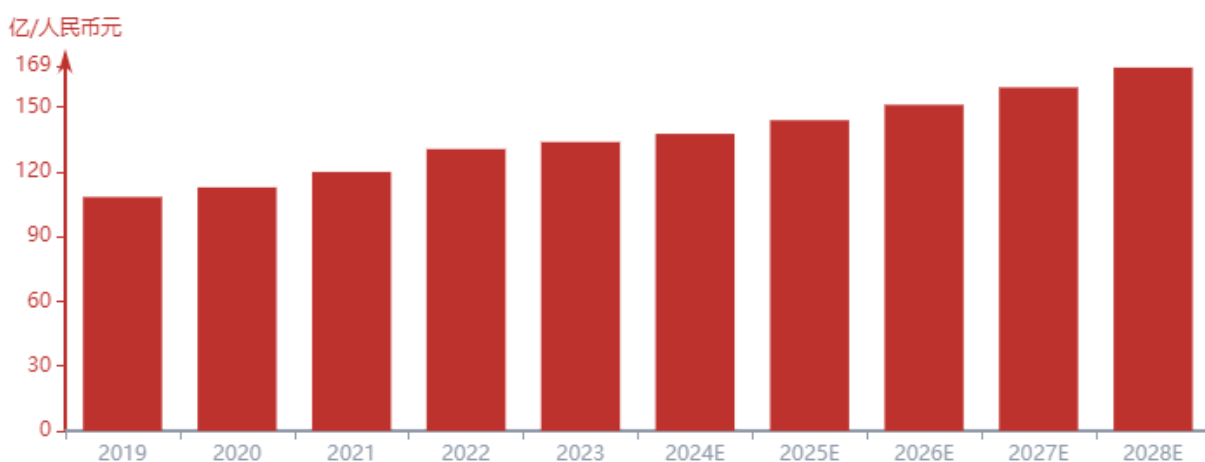
老年人口增长及社会对老年健康的关注将推动阿胶类保健食品市场规模扩大并带来更多发展机遇。

2019-2023年中国65岁及以上人口数量从17,767万增至21,676万，年复合增长率为5.10%。随着65岁及以上人口数量的持续增长，中国步入老龄化社会的速度加快。老年人群通常更加注重健康和养生，对具有滋补功效的食品有着较高的需求。阿胶类保健食品作为传统滋补品，因其具有补血养颜、增强免疫力等多重功效，深受老年人欢迎，老年人口数量的增加将直接推动阿胶类保健食品市场规模的扩大。另外，老龄化加剧代表社会对老年健康和养老服务的关注与投入不断提升，政府将加大对老年健康产业的支持力度。阿胶类保健食品作为老年健康产业的细分市场，将受益于这一趋势，迎来更多的发展机遇。^[16]

中国阿胶类保健食品行业规模

阿胶类保健食品行业规模

中国阿胶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: <http://xm.shandon...> | 2: 山东省畜牧兽医局

[14] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> | 2: 国家市监局

[15] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> | 2: 国家市监局

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

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 | 市场监管总局对以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 | 规范性 | | | |

| | 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 | 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批准的说明书。 | | | |
| | 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 | | | |

| | |
|------|---|
| 政策解读 | 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

阿胶类保健食品的企业布局具有显著的地域集中性，市场集中度较高，由少数大型企业主导。该类企业在资金、技术及生产规模等方面具有较大优势。^[21]

阿胶类保健食品行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有东阿阿胶等；第二梯队公司有同仁堂、汤臣倍健等；第三梯队有百合股份、海王生物等。^[21]

阿胶类保健食品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[21]

东阿阿胶凭借深厚的历史底蕴、广泛的品牌认知度及官方对其作为中华老字号中医药企业和胶类产业引领者的认可，稳固了其在行业的领先地位。

2023年，东阿阿胶实现营业收入47.15亿元，同比增长16.66%；归属于上市公司股东的净利润11.51亿元，同比增长47.55%。东阿阿胶是阿胶类保健食品行业的领军企业，拥有深厚的历史底蕴和广泛的品牌认知度。公司长期致力于传承与弘扬阿胶文化，这不仅加深了消费者对阿胶价值的认识，更使得东阿阿胶成为众多消费者在选购阿胶产品时的首选品牌。同时，东阿阿胶作为中华老字号中医药企业和胶类产业引领企业的身份被官方认可，其行业地位得到进一步的巩固。

业内参与厂商多来自山东省东阿县，得益于该地的自然资源禀赋和较为完善的产业链结构。

从业内参与厂商看，截至2024年9月，至少23.20%厂商来自山东省东阿县。山东省东阿县是阿胶的重要生产基地，在业内地位显著。一方面，东阿县位于黄河下游，驴皮资源优质丰富的地区，阿胶生产历史悠久，积累了丰富的传统工艺和技术经验。另一方面，东阿县围绕阿胶形成了较为完整的上下游配套体系。上游通过与周边及更广泛区域内的养殖场合作，确保了稳定且高质量的驴皮供应，中游则涵盖了从原材料处理到成品加工的全过程，并且地方政府对于阿胶产业的政策支持也是推动其快速发展的重要因素之一。上述因素共同促进了区域内相关企业的集聚效应，并进一步强化了该地区企业在中国乃至全球范围内阿胶市场的竞争优势。^[21]

阿胶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]

同仁堂与海王生物等大型药企若增加对阿胶类保健食品行业的投入，有望短期内显著提升在该市场的份额。据公司公告，2023年同仁堂实现营收178.61亿元，海王生物实现364.19亿元。同仁堂和海王生物作为第二梯队

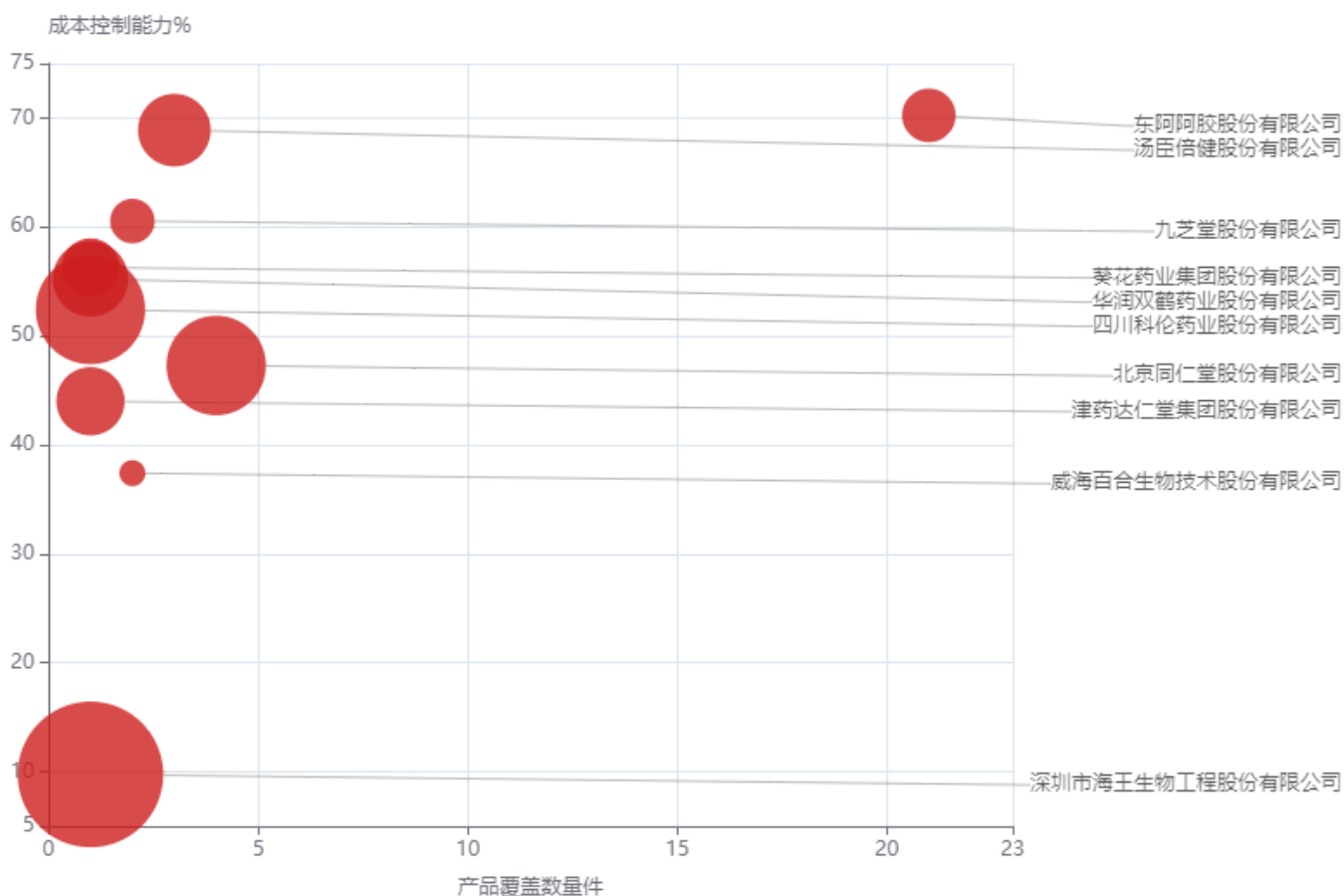
和第三梯队的代表性公司，本身已在医药保健领域拥有较为深远的影响力。它们拥有庞大的营业收入基数，在整个健康产业中占据了重要位置。若此类大型药企决定加大对阿胶类保健食品的战略投入，凭借其现有的资源、技术及市场渠道，将具备短期内迅速提升该细分市场占有率并缩短与第一梯队企业差距的潜力。

高毛利率为业内公司提供了发展动力，未来能充分利用这一优势并不断创新发展的公司有望提升其在行业的竞争力。

据公司公告，2023年东阿阿胶的毛利率高达70.24%，汤臣倍健68.89%。高毛利率已成为业内公司有效竞争力的重要组成部分，这反映了企业在成本控制、品牌建设和市场定价方面的优势。东阿阿胶等第一梯队公司通过其深厚的品牌基础和市场认可度获得了较高的溢价能力，而汤臣倍健等第二梯队公司凭借精准的产品定位和有效的市场策略也实现了较高的毛利水平。未来，该高毛利的特性将继续作为提升行业竞争力的关键因素。^[21]

气泡大小表示：经济收益能力(亿元)

[24]



上市公司速览

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 |

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 |

九芝堂股份有限公司 (000989)

| 总市值 | 营收规模 | 同比增长(%) | 毛利率(%) |
|-----|--------|---------|--------|
| - | 10.8亿元 | -0.89 | 61.34 |

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 |

葵花药业集团股份有限公司 (002737)

| 总市值 | 营收规模 | 同比增长(%) | 毛利率(%) |
|-----|--------|---------|--------|
| - | 15.2亿元 | -14.01 | 56.77 |

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 |

四川科伦药业股份有限公司 (002422)

| 总市值 | 营收规模 | 同比增长(%) | 毛利率(%) |
|-----|---------|---------|--------|
| - | 157.4亿元 | 12.93 | 52.93 |

津药达仁堂集团股份有限公司 (600329)

| 总市值 | 营收规模 | 同比增长(%) | 毛利率(%) |
|-----|--------|---------|--------|
| - | 39.6亿元 | -3.02 | 49.93 |

[18] 1: <http://www.sasac...> | 2: 大众日报

[19] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> | 2: 国家市监局

[20] 1: <https://gf.tongrent...> | 2: <https://www.neptu...> | 3: 公司公告

[21] 1: <http://www.cninfo....> | 2: <http://www.cninfo....> | 3: 公司公告

[22] 1: <http://ypzxs.gsxt.g...> | 2: 国家市监局

[23] 1: <https://gf.tongrent...> | 2: <http://www.cninfo....> | 3: <http://www.baihes...> | 4: <http://www.cninfo....>

5: <https://www.dcp...> | 6: 公司公告

[24] 1: <http://www.cninfo....> | 2: <https://gf.tongrent...> | 3: <http://www.cninfo....> | 4: <http://www.baihes...>

5: <https://www.dcp...> | 6: 公司公告

· 公司信息

| | | | |
|------|--|----------|--------------------|
| 企业状态 | 开业 | 注册资本 | 64397.6824万人民币 |
| 企业总部 | 聊城市 | 行业 | 医药制造业 |
| 法人 | 程杰 | 统一社会信用代码 | 91370000168130028J |
| 企业类型 | 股份有限公司(上市) | 成立时间 | 1994-06-04 |
| 品牌名称 | 东阿阿胶股份有限公司 | 股票类型 | A股 |
| 经营范围 | 许可证批准范围内的药品生产、销售, 许可证批准范围内的保健食品生产、销售, 受山东东... 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 | 1.07 | 0.98 | 1.03 | 0.94 | 1.17 | 1.03 | 1.31 | 1.12 | 1.1 | - |
| 资产负债率(%) | 17.7256 | 15.7136 | 20.2369 | 18.3198 | 13.9923 | 10.7124 | 14.0407 | 18.055 | 19.2822 | - |
| 营业总收入同比增长(%) | 35.9354 | 15.9179 | 16.7039 | -0.4615 | -59.6825 | 14.7929 | 12.8921 | 5.01 | 16.662 | - |
| 归属净利润同比增长(%) | 19.0018 | 13.9965 | 10.358 | 1.9817 | -121.2923 | 109.5177 | 917.4349 | 77.0952 | 47.5489 | - |
| 应收账款周转天数(天) | 14.0114 | 19.7735 | 21.7548 | 34.5122 | 131.733 | 91.4425 | 37.1691 | 39.0503 | 37.7785 | - |
| 流动比率 | 4.4213 | 5.0873 | 3.9486 | 4.3668 | 5.2057 | 7.4619 | 6.0157 | 4.6573 | 4.378 | - |
| 每股经营现金流(元) | 1.4948 | 0.955 | 2.6871 | 1.5428 | -1.7125 | 1.2245 | 4.2826 | 3.2795 | 3.0334 | - |
| 毛利率(%) | 64.6079 | 66.9546 | 65.0456 | 65.9902 | 47.6514 | 55.0018 | 62.3035 | 68.301 | 70.2432 | - |
| 流动负债/总负债(%) | 95.3479 | 95.3374 | 97.4828 | 97.047 | 96.5341 | 88.8058 | 87.781 | 92.1132 | 93.8037 | - |
| 速动比率 | 1.4696 | 1.2973 | 1.1642 | 1.8637 | 2.8584 | 4.9867 | 4.8673 | 4.0677 | 3.9574 | - |
| 摊薄总资产收益率(%) | 20.3848 | 19.9923 | 18.3108 | 15.9004 | -3.49 | 0.3625 | 3.888 | 6.4241 | 8.8817 | - |
| 营业总收入滚动环比增长(%) | 34.5222 | 78.0067 | 86.9584 | 111.2583 | -86.3208 | 44.7977 | - | - | - | - |
| 扣非净利润滚动环比增长(%) | 30.0304 | 87.2817 | 133.0513 | 150.2958 | -14694.0192 | -59.4659 | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|----------------|----------|----------|----------|----------|---------------|----------|----------|----------|----------|--------|
| 加权净资产收益率(%) | 24.78 | 24.1 | 22.46 | 19.72 | -4.13 | 0.44 | 4.46 | 7.68 | 11.12 | - |
| 基本每股收益(元) | 2.4847 | 2.8324 | 3.1258 | 3.1878 | -0.68 | 0.07 | 0.68 | 1.21 | 1.79 | 0.5488 |
| 净利率(%) | 30.0535 | 29.3668 | 27.7252 | 28.4344 | -15.0538 | 1.2016 | 11.4034 | 19.279 | 24.4281 | - |
| 总资产周转率(次) | 0.6783 | 0.6808 | 0.6604 | 0.5592 | 0.2318 | 0.3017 | 0.3409 | 0.3332 | 0.3636 | - |
| 归属净利润滚动环比增长(%) | 38.469 | 57.8299 | 131.1496 | 136.9713 | -4196.6659 | 1.9605 | - | - | - | - |
| 每股公积金(元) | 1.0665 | 1.056 | 1.056 | 1.0559 | 1.0559 | 1.1349 | 1.1344 | 1.1344 | 0.624 | - |
| 存货周转天数(天) | 297.6929 | 408.6729 | 462.4872 | 503.0041 | 800.5337 | 703.8123 | 511.5816 | 405.2229 | 288.7855 | - |
| 营业总收入(元) | 54.50亿 | 63.17亿 | 73.72亿 | 73.38亿 | 29.59亿 | 34.09亿 | 38.49亿 | 40.42亿 | 47.15亿 | 14.53亿 |
| 每股未分配利润(元) | 7.9397 | 9.9721 | 12.1979 | 14.4857 | 12.8313 | 12.5673 | 12.9376 | 13.4802 | 14.2995 | - |
| 稀释每股收益(元) | 2.4847 | 2.8324 | 3.1258 | 3.1878 | -0.68 | 0.07 | 0.68 | 1.21 | 1.79 | 0.5488 |
| 归属净利润(元) | 16.25亿 | 18.52亿 | 20.44亿 | 20.85亿 | -443915811.52 | 4328.93万 | 4.40亿 | 7.80亿 | 11.51亿 | 3.53亿 |
| 扣非每股收益(元) | 2.289 | 2.6591 | 2.9977 | 2.9282 | -0.82 | -0.06 | - | - | - | - |
| 经营现金流/营业收入 | 1.4948 | 0.955 | 2.6871 | 1.5428 | -1.7125 | 1.2245 | 4.2826 | 3.2795 | 3.0334 | - |

竞争优势

公司是中华老字号企业，地处道地正宗阿胶发源地山东省东阿县，拥有广泛认知的心智资源优势，被誉为滋补养生第一品牌。作为中药企业中传承精华、守正创新的典范，胶类中药行业的头雁，东阿阿胶成为“中医药高质量发展促进共同体”联盟的核心企业。

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

