

# 2024年

## 中国灵芝保健食品行业概览

2024 China Ganoderma Lucidum-Based Health Food Products Industry

2024年中国靈芝類の健康食品産業

报告标签：灵芝、保健食品、中药材

主笔人：钟琪

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。

## 团队介绍



郝世超  
首席分析师  
lamber.hao@Leadleo.com



钟琪  
行业分析师  
qi.zhong@Leadleo.com

## 头豹研究院

咨询/合作

网址: [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

电话: 18621660149 (郝先生)

电话: 13080197867 (李先生)

深圳市华润置地大厦E座4105室

# 摘要

灵芝保健食品行业目前正处于较快的发展阶段，国民健康意识增强驱动市场对灵芝及其衍生产品的需求持续扩大。并且备案制的引入使得行业产品供给增加，需求得到更多满足，推动行业规模扩张。在中国，灵芝作为名贵中药材已获得药食同源的身份认可，为灵芝保健食品的多样化开发提供了新的机遇。展望未来，预计灵芝保健食品将朝着科学化与标准化方向发展，利用创新技术开发更多高附加值的产品，满足消费者日益增长的健康需求。

## ■ 传统名贵中药材灵芝药理作用丰富，可用于普通食品、保健食品与药品的生产

灵芝是著名的药用真菌，含有三萜和多糖等化学成分发挥抗肿瘤、抗菌、抗炎、抗氧化等药理活性。纳入食药物质目录后，灵芝可作为普通食品、保健食品与药品的原料。本文聚焦的灵芝保健食品指以灵芝为主要原料的保健食品，不包括属于普通食品的灵芝功能性食品。

## ■ 医药企业是灵芝保健食品的主要厂商，与其品牌和研发优势相关

灵芝保健食品的生产企业包括食品公司、医药公司与农产品加工公司，药企为主要参与者。由于灵芝保健食品与中医药理念的关联度较高，化药与中药企业在推广时更具优势，并且医药专业性强的企业会持续投入研发，有利于灵芝中药材的深度开发和利用。

## ■ 不同代际老龄人的消费意愿各异，预计将驱动灵芝保健食品不同细分市场的增长

老年群体是保健食品的主要客群，银发经济的崛起将为行业带来更多的发展机遇。中国老年群体在教育文化程度、财富积累等个体特征以及消费习惯、需求偏好等行为特征方面均形成了高度的异质性，对灵芝保健食品市场的推动各有侧重，提升了行业规模增长的可持续性。

# 目录

## ◆ 中国灵芝保健食品行业综述

- 灵芝的主要品种及化学成分
- 灵芝多糖与三萜类化合物的药理作用
- 灵芝蛋白质与甾醇类化合物的药理作用
- 灵芝保健食品的定义
- 中国灵芝保健食品行业发展历程
- 中国灵芝保健食品行业相关政策法规

## ◆ 中国灵芝保健食品市场规模

- 中国灵芝保健食品市场规模分析
- 中国灵芝保健食品行业发展趋势

## ◆ 中国灵芝保健食品产业链分析

- 中国灵芝保健食品产业链图谱
- 中国灵芝保健食品产业链上游分析
- 中国灵芝保健食品产业链中游分析
- 中国灵芝保健食品产业链下游分析

## ◆ 中国灵芝保健食品行业竞争格局

- 中国灵芝保健食品行业竞争格局分析

## ◆ 中国备案中药材保健食品行业企业介绍

- 寿仙谷
- 百合股份
- 华润三九

## ◆ 方法论

## ◆ 法律声明

# 目录

- ◆ Overview of China Ganoderma Lucidum-Based Health Food Products Industry
  - Main Varieties and Chemical Compositions of Ganoderma lucidum
  - Pharmacological Effects of Ganoderma Lucidum Polysaccharides and Triterpenoids
  - Pharmacological Actions of Ganoderma Proteins and Sterols
  - Definition
  - Development
  - Policy
- ◆ Market Size of China Ganoderma Lucidum-Based Health Food Products Industry
  - Market Size Analysis
  - Development Trend
- ◆ Industry Chain of China Ganoderma Lucidum-Based Health Food Products Industry
  - Industry Chain Mapping
  - Upstream Analysis
  - Midstream Analysis
  - Downstream Analysis
- ◆ Competitive Landscape of China Ganoderma Lucidum-Based Health Food Products Industry
  - Overview of Competitive Landscape
- ◆ China Ganoderma Lucidum-Based Health Food Products Industry Company Profile
  - Zhejiang Shouxiangu Pharmaceutical Co., Ltd.
  - BIOHIGH
  - CR SANJIU
- ◆ Methodology
- ◆ Legal Statement

# Chapter 1

## 中国灵芝保健食品行业综述

- 灵芝的主要品种及化学成分
- 灵芝多糖与三萜类化合物的药理作用
- 灵芝蛋白质与甾醇类化合物的药理作用
- 灵芝保健食品的定义
- 中国灵芝保健食品行业发展历程
- 中国灵芝保健食品行业相关政策法规

## ■ 灵芝的主要品种及化学成分

灵芝是著名的药用真菌，含有三萜类、多糖类、蛋白质和甾醇等化学成分发挥多种药理活性

### 灵芝的主要品种



收录至2020年版《中国药典》，官方认证可药用

### ■ 中国灵芝种类丰富，具有药理作用的化学成分包括灵芝多糖、三萜类和甾醇类化合物等

灵芝是灵芝科、灵芝属真菌的统称，是一种白腐真菌，多种化学成分发挥抗肿瘤、抗菌、抗炎、抗氧化等药理活性，在中国已有两千多年的记载和使用历史。目前灵芝主要分布于欧洲北部、南部、非洲中部、南美以及亚洲东部，世界范围内可确认的灵芝属物种共有137种，中国可确认的灵芝属物种共有124种，占世界已知灵芝种类的88%。根据形态特征和颜色，中国灵芝可分为赤灵芝、黑灵芝、青灵芝、黄灵芝、紫灵芝及白肉灵芝等，其中赤灵芝和紫灵芝被2020年版《中国药典》所收录，是官方认证可药用的2种灵芝。灵芝的化学成分复杂，主要包括灵芝多糖、三萜类化合物、蛋白质、氨基酸和甾醇类化合物等。

- **灵芝多糖：**分子量在500kDa以上，首先被发现的灵芝主要药理活性成分之一，也是灵芝化学成分研究最多的一类。
- **三萜类：**由30个碳原子构成的萜类化合物，菌类、蕨类、单子叶和双子叶植物、动物及海洋生物中均有分布，从自然界中分离鉴定出20,000多种，其中300多种在灵芝中发现。
- **甾醇类化合物：**灵芝的主要生物活性物质之一，大多为麦角甾醇化合物，是真菌类的特征甾醇。
- **蛋白质与氨基酸：**除多糖和三萜之外的主要活性物质之一。灵芝蛋白类活性成分包括灵芝蛋白、灵芝多肽和糖肽。
- **其他成分：**包括维生素C等维生素类、钙等微量元素和胞嘧啶等核苷。

### 灵芝的主要化学成分

灵芝多糖	三萜类	甾醇类化合物	蛋白质与氨基酸	其他成分
L-岩藻糖	三萜酸	灵芝醇A	灵芝蛋白	维生素类
D-葡萄糖	三萜醇	灵芝醇B	灵芝多肽	微量元素
D-半乳糖	三萜内酯	麦角甾醇	灵芝糖肽	核苷

来源：知网《灵芝栽培研究进展》《灵芝化学成分、药理作用及质量标志物预测分析》、头豹研究院

## ■ 灵芝多糖与三萜类化合物的药理作用

灵芝多糖与灵芝三萜是灵芝最为重要的活性成分，均具有抗肿瘤与抗氧化等生物活性，并能对多种器官系统疾病起到缓解作用

### 灵芝多糖对各器官系统疾病的缓解作用

#### 保护神经系统

灵芝多糖能够有效作用于脑组织，具有良好的神经保护作用

#### 保护心肌

灵芝多糖对于药物或疾病引起的心肌细胞损伤均具有良好的预防和治疗效果

#### 抗动脉粥样硬化

灵芝多糖抗炎、抗氧化及调节糖脂改善肥胖的作用，均提示其在动脉粥样硬化中有一定效果

#### 改善肥胖

灵芝多糖在细胞水平可抑制脂肪生成并刺激脂肪分解，提示其具有良好的降脂肪作用，并有可能发展成抗肥胖产品

#### 抗糖尿病

灵芝多糖可显著降低血糖浓度，促进胰岛素分泌，改善糖耐量，调节血脂浓度

#### 保肝作用

天然超支化蛋白聚糖能够显著抑制肝脏脂肪变性，并通过调节细胞凋亡蛋白的产生，减轻氧化应激和细胞凋亡

#### 对肾脏的保护作用

灵芝多糖肽能够显著改善肾功能不全和形态学损伤

#### 对肠道屏障功能的保护

灵芝多糖在改善黏膜屏障、调节肠道菌群方面有显著的药理作用

#### 抗骨质疏松作用

目前研究已提出灵芝多糖具有潜在的抗骨质疏松作用

#### 其他作用

灵芝多糖能改善肿瘤相关性疲劳，并且可抑制病毒入侵和在体内增殖、破坏，发挥抗病毒作用

### ■ 灵芝多糖与灵芝三萜是灵芝最为重要的活性成分，药理作用丰富

灵芝多糖是灵芝中主要的活性成分，是一类活性较强且功能丰富的天然多糖类高分子化合物，具有降血糖、抗肿瘤、抗氧化及免疫调节等多种药理学作用，研究表明能有效缓解十类器官系统相关的疾病。它主要存在于其水提物中，提取分离方法相对简单且便捷，因此对富含多糖类成分的灵芝提取产物进行产品开发极具商业价值和社会意义。

灵芝三萜是灵芝中另一主要的功能性成分，种类多样且活性显著，其含量是评价灵芝品质的重要指标。灵芝三萜的化学结构决定其多样的生物学活性，包括抗肿瘤、抗衰老、抗病毒与防辐射等，进一步研究表明其在人体免疫、神经、心血管、消化、泌尿等系统发挥药理学作用。与此同时，灵芝三萜在急性肺损伤、哮喘和成骨诱导剂等疾病治疗的临床应用研究仍在不断深入。

### 灵芝三萜的药理学活性



来源：知网《灵芝多糖的药理学研究进展》、《灵芝三萜的药理学研究进展》、头豹研究院

# 中国灵芝保健食品行业发展历程

行业从20世纪50年代的人工栽培和初步研究起步，历经规范化管理和市场扩展，目前实现高速稳定发展

## 中国灵芝保健食品行业发展历程

萌芽期 (1950-1989年)	启动期 (1990-2015年)	高速发展期 (2016-2024年)
<ul style="list-style-type: none"> <li>20世纪50年代，中国科学院微生物研究所首次人工栽培灵芝获得成功，随后北京、武汉和上海等地也相继开启人工栽培灵芝子实体以及深层发酵培养菌丝体和发酵液的研究，逐步推广到全国，实现了规模化生产，为灵芝的研究和产品开发提供了充足的原料；</li> <li>20世纪70年代，中国医药学者在对灵芝进行化学和药理研究的基础上，开启灵芝临床研究；</li> <li>1987年，原卫生部实施“药健字”审批管理，明确规定保健药品不得加入特定药品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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；</li> <li>1997年，已注册的灵芝保健食品达25件，行业初具规模；</li> <li>2000年，《中华人民共和国药典》收载灵芝，灵芝的药用价值得到了法定的确认；</li> <li>2003年，国务院明确了国家食品药品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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016年，保健食品新产品注册、备案双通道时代开启，中国第一批允许保健食品声称的功能目录和保健食品的原料目录发布；</li> <li>2023年，一系列保健食品规范文件发布，包括《保健食品原料目录灵芝》，指明灵芝的每日用量及功效；同年，灵芝纳入按照传统既是食品又是中药材的物质目录；</li> <li>截至2024年9月13日，中国灵芝保健食品的累计获批注册数量近1,400件，占整体注册保健食品市场的比重为6.65%</li> </ul>

- 萌芽期：**见证了灵芝从实验室到产业化的初步转变。早期，中国科学家成功实现了灵芝的人工栽培并逐步在全国范围内推广，既为后续的研究和产品开发提供了坚实的物质基础，也促进了灵芝作为一种潜在药用资源的深入探索。自20世纪70年代起，化学成分分析与临床研究的开展进一步揭示了灵芝的药用价值。至1987年，“药健字”审批管理的实施，标志着国家开始正式规范整体保健食品的市场准入，确保其安全性和有效性。
- 启动期：**灵芝保健食品行业走向规范化和规模化的重要时期。《保健食品管理办法》的出台及《中华人民共和国药典》对灵芝的认可，不仅建立了行业的监管框架，还确立了灵芝作为合法保健食品原料的地位，从而推动了行业的快速发展。期间，注册灵芝保健食品的数量显著增长，反映了市场需求的上升。
- 高速发展期：**标志着灵芝保健食品进入了更为成熟的发展阶段。新产品注册与备案双轨制的引入以及一系列规范文件的发布，为行业发展提供了明确的方向和标准。灵芝被纳入传统既是食品又是中药材的物质目录，突显了其在传统医学与现代健康观念中的双重角色。截至2024年，灵芝保健食品累计获批注册数量接近1400件，占整体保健食品市场的比重达到6.65%，显示出消费者对其认可度和需求的持续增长，证明了灵芝保健食品在中国市场上的稳固地位。

来源：国家市监局、知网、头豹研究院

## 中国灵芝保健食品行业相关政策法规

行业的政策法规逐步完善，从最初的市场准入规范到如今涵盖生产、注册及备案等多方位的监管体系，确保了产品的安全性和有效性

### 中国灵芝保健食品行业相关政策法规

文件名称	日期	发布主体	政策内容
《保健食品原料目录 人参 西洋参 灵芝》	2024-05-01 实施	国家市监局 国家卫健委 国家中医药局	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
《保健食品原料人参 西洋参 灵芝备案产品技术要求》	2024-05-01 实施	国家市监局 国家卫健委 国家中医药局	<ul style="list-style-type: none"><li>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为符合现行《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。</li></ul>
《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》	2023-11-09 发布	国家市监局 国家卫健委	<ul style="list-style-type: none"><li>经安全性评估及试点生产经营，现将党参、灵芝等9种物质纳入按照传统既是食品又是中药材的物质目录。灵芝作为食药物质，建议按照传统方式适量食用，孕妇、哺乳期妇女及婴幼儿等特殊人群不推荐食用。传统方式通常指对原材料进行粉碎、切片、压榨、炒制、水煮、酒泡等。灵芝作为保健食品原料使用时，应当按照保健食品有关规定管理。</li></ul>
《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》	2021-11-10 实施	国家卫健委	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>安全性评价程序和要求：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。</li><li>风险监测和动态管理制度：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。</li></ul>
《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》	2020-03-01 发布	国家市监局	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>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。</li></ul>

来源：国家市监局、国家卫健委、头豹研究院

## Chapter 2

### 中国灵芝保健食品市场规模

□ 中国灵芝保健食品市场规模分析

□ 中国灵芝保健食品行业发展趋势



## 中国灵芝保健食品市场规模分析

备案制引入后灵芝保健食品规模实现较快扩张，未来受银发经济与药食同源产品研发推进的影响，行业有望实现更高质量的增长

中国灵芝保健食品行业市场规模及预测，2019-2028E



- 欲获取高清图表或完整报告：请登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)
- 欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：  
13080197867 (李先生)、18621660149 (郝先生)

■ 备案制降低入局门槛，驱动行业快速扩张，未来增速趋缓与银发经济及药食同源产品的研发现状有关

经测算，2019-2023年中国灵芝保健食品行业市场规模由243.5亿元增长至391.9亿元，期间CAGR为12.6%。预计2028年行业市场规模将增长至474.2亿元，期间CAGR为3.9%。历史行业规模经历了显著的增长，得益于备案制下灵芝保健食品的陆续上市。从中国获批通过的灵芝保健食品累计数量看，2021-2022年该值由210增至624个。政策环境的优化与市场准入门槛的适度放宽极大丰富了产品的种类与形态，满足了不同消费群体的多元化需求，推动了市场规模的持续扩张。

针对预测期内行业增速的放缓趋势，一方面，中国人口老龄化驱动银发经济的兴起，保健食品作为潜力产业有望从中受益。不同代际的老龄人呈现出多样化的消费需求，既促进了业内产品的多元化发展，也提升了行业规模增长的可持续性。另一方面，中医食疗的方式和理念与现代生命科学存在一定的差异，药食同源产品的理论研究相对不足，研发的推进将为行业注入新的活力，但该过程仍需要时间和持续的投资。因此，预计短期内行业增速有所放缓。

中国获批通过的灵芝保健食品累计数量，2014-2024



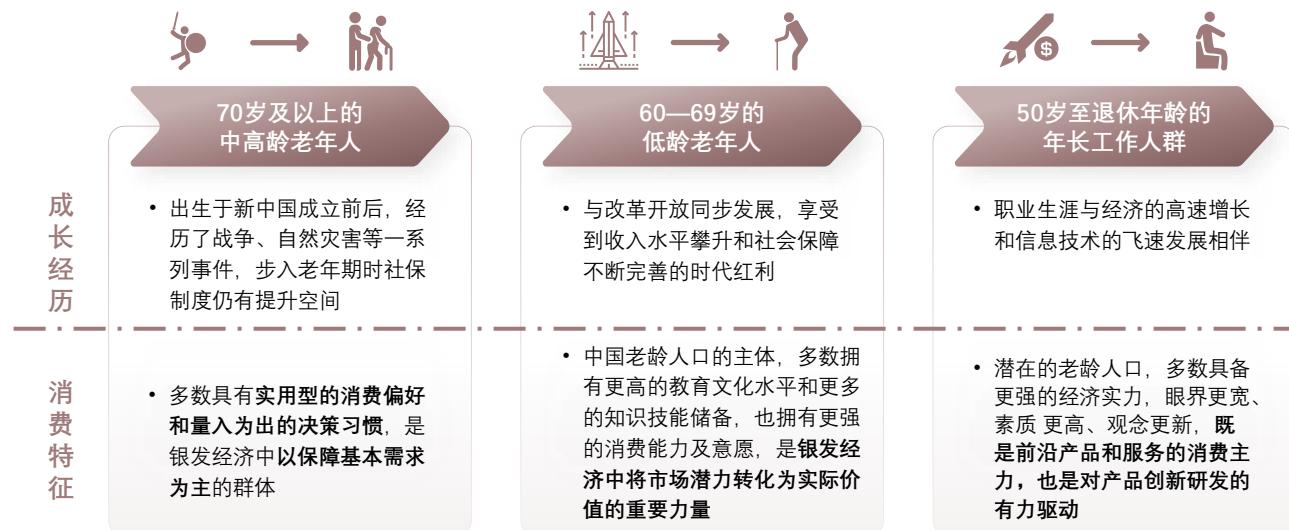
- 欲获取高清图表或完整报告：请登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)
- 欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：  
13080197867 (李先生)、18621660149 (郝先生)

来源：国家市监局、头豹研究院

# 中国灵芝保健食品行业发展趋势：银发经济

保健食品是银发经济的潜力产业，并且不同代际老龄人的消费意愿各异，将驱动业内不同细分市场的增长从而使整个行业受益

## 不同代际老龄人群的消费行为变化



## ■ 银发经济成为保健食品产业发展新引擎，各代际老龄人的多样化需求也将催化行业内各细分市场的发展

数据显示，2013-2023年中国65岁及以上人口从1.33亿增至2.17亿，占整体人口的比重已从9.7%升至15.4%。老年群体是保健食品的主要客群，银发经济的崛起将为行业带来更多发展机遇。中国老年群体在教育文化程度、财富积累等个体特征以及消费习惯、需求偏好等行为特征方面均形成了高度的异质性，对灵芝保健食品市场的推动作用各有侧重。具体来看：70岁及以上的中高龄老人倾向于选择能够支持健康的实用型产品，行业产品的合理定价和便捷购买渠道是开拓该市场的关键；60-69岁的低龄老人消费能力与意愿更强，开发高品质与多功能的灵芝保健食品可满足该市场的需求；接近退休年龄的工作人群是未来老龄化的预备队，对健康的关注不止局限于简单的疾病预防，更注重整体身心平衡和个人价值实现，因此对行业产品的定制化服务需求渐增。

## 中国65岁及以上人口，2013-2023

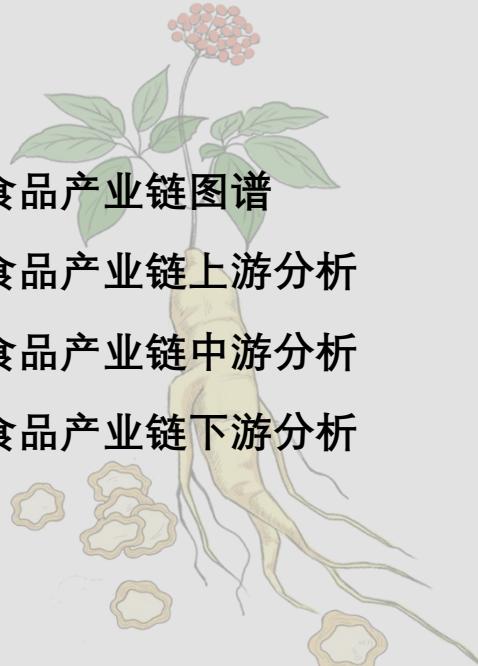


来源：国家统计局、知网《银发经济的发展机遇及其布局》、头豹研究院

# Chapter 3

## 中国灵芝保健食品产业链分析

- 中国灵芝保健食品产业链图谱
- 中国灵芝保健食品产业链上游分析
- 中国灵芝保健食品产业链中游分析
- 中国灵芝保健食品产业链下游分析

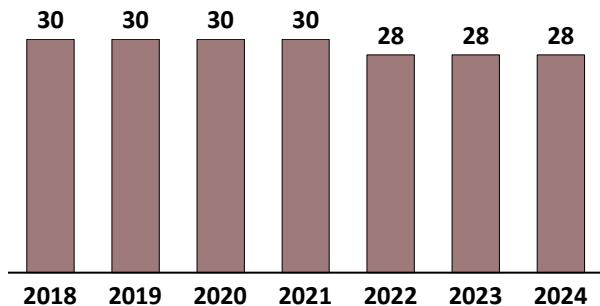


## 中国灵芝保健食品行业上游分析

不同药市价格走势体现了各自市场的供需关系和竞争格局，家种灵芝价格的小幅波动趋势与野生灵芝稳定高位的价格成鲜明对比

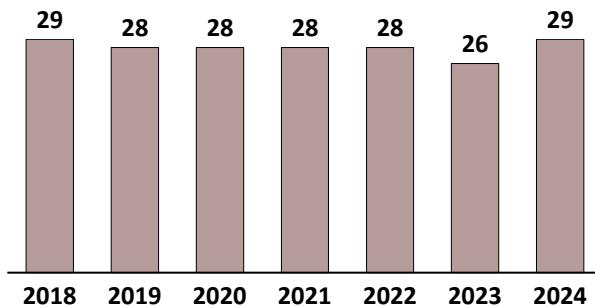
亳州药市的家种灵芝价格，2018-2024

单位：元/千克



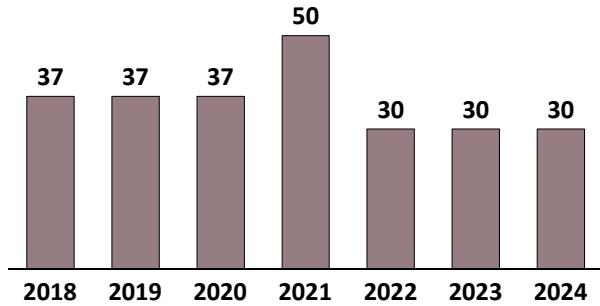
安国药市的家种灵芝价格，2018-2024

单位：元/千克



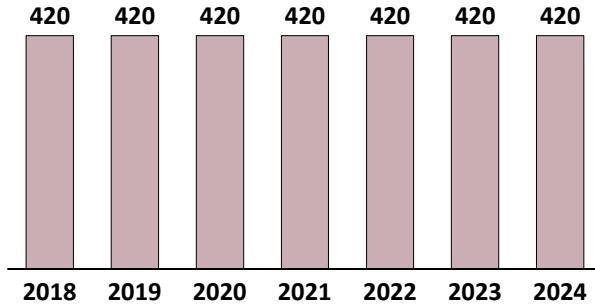
荷花池药市的家种灵芝价格，2018-2024

单位：元/千克



玉林药市的野生灵芝价格，2018-2024

单位：元/千克



注：各年数据以当年12月披露的月度数据作参考。

### ■ 上游灵芝药材价格反映了不同地区市场的供需关系和竞争态势

从各本土药市的药材价格来看，2018-2024年亳州药市的家种灵芝从30元/千克降为28元/千克；2023年安国药市的家种灵芝达26元/千克，位居历年该市最低水平；2021年荷花池药市的家种灵芝达50元/千克，位居历年该市最高水平；2018-2024年玉林药市的野生灵芝稳定在420元/千克的水平。

中国各药市的灵芝药材价格呈现显著的地域差异和市场动态，亳州药市的降价趋势凸显；安国药市的历史价格曾出现显著的下行趋势，与产区库存供大于求有关；荷花池药市的历史价格曾出现显著的上行趋势，与药材市场投资增加影响供需有关。而野生灵芝稀缺且采集难度较大，价格不易受到短期市场波动的影响，更多依赖于资源本身的供给状况及消费者对天然产品的偏好。

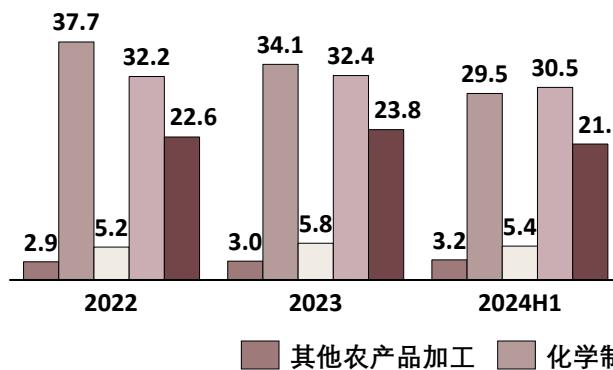
来源：中药材天地网、头豹研究院

## 中国灵芝保健食品行业中游分析：公司视角

中游厂商背景多元，涉及行业包括医药制造、食品加工与农林牧渔，其中药企的平均盈利能力与科研实力最为突出

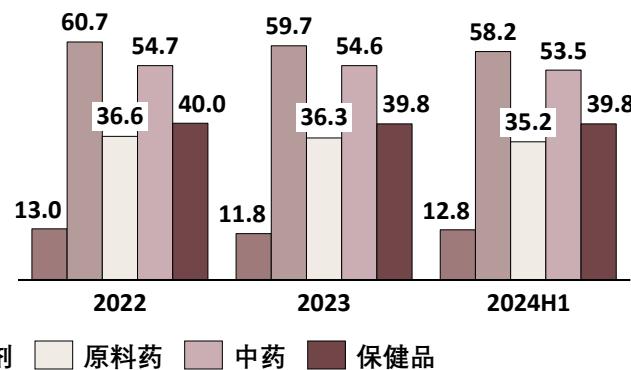
五类参与公司销售费用率对比，2022-2024H1

单位：%



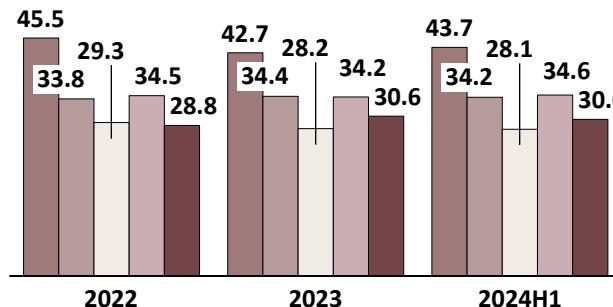
五类参与公司毛利率对比，2022-2024H1

单位：%

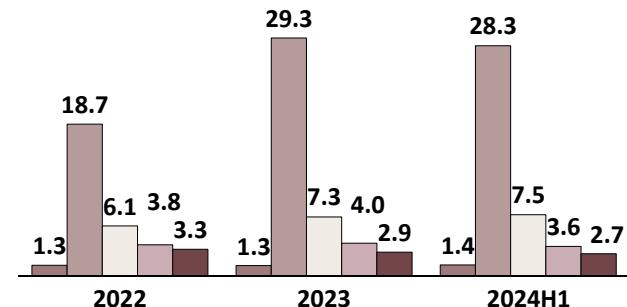


五类参与公司资产负债率对比，2022-2024H1

单位：%



单位：%



■ 中游参与厂商背景多元，药企凭借其较高的品牌影响力与深厚的研发积累成为竞争中最具优势的主体

根据申万行业分类，中游灵芝保健食品的生产企业可分为四类：第一类是深耕食品领域的保健品公司；第二类是从医药制造拓展至保健食品产品的化学药与中药公司；第三类是专注于农业生产并投资于保健食品生产线的农产品加工公司。对比四类公司的财务指标可发现：化学药与中药企业的平均销售费用率和毛利率显著高于其他类别，且化药公司的平均高研发费用率尤为突出；农产品加工公司在销售费用率、毛利率和研发费用率方面均低于其他类别，而其平均资产负债率相对较高。

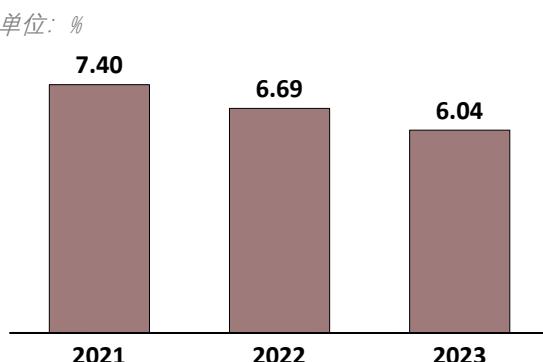
化药与中药企业通常拥有较强的品牌影响力和市场认可度，能够支撑较高的营销投入，并通过品牌溢价实现较高的毛利率。同时，由于灵芝保健食品与中医药理念的关联度较高，化药与中药企业在推广此类产品时更具优势。研发层面看，医药专业性强的企业会持续投入研发以保持产品创新和竞争力，尤其有利于灵芝中药材的深度开发和利用方面。而农产品加工企业更侧重于原材料的生产和初级加工，保健食品领域的品牌建设和市场推广能力仍有提升空间，其在灵芝保健食品的竞争力不及药企。

来源：各公司公告、头豹研究院

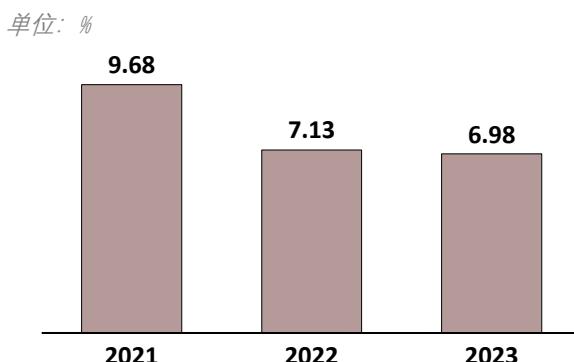
## 中国灵芝保健食品行业下游分析

药店作为保健食品的销售渠道面临一定的挑战，而更便捷、品种更丰富且更具性价比的电商渠道有望在未来继续保持强劲的增长态势

中国药店食品与保健品类的销售贡献率，  
2021-2023



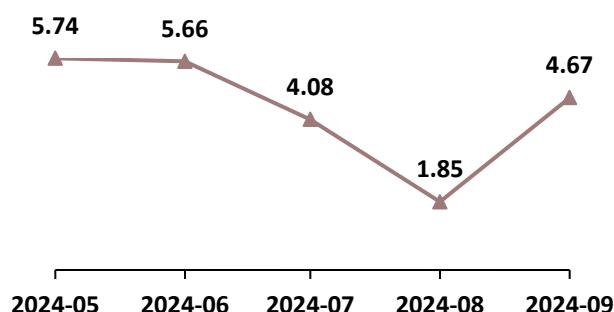
中国药店食品与保健品类的利润贡献率，  
2021-2023



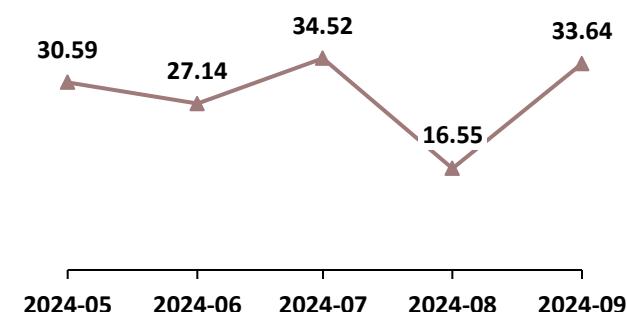
电商渠道保健食品价格同比增长，2024M5-M9

电商渠道保健食品销售额同比增长，2024M5-M9

单位：%



单位：%



### ■ 药店渠道在保健食品销售方面承压前行，电商渠道重要性日渐凸显

药店与电商平台是保健食品的两大渠道。药店渠道数据显示，2021-2023年中国药店食品与保健品类的销售贡献率由7.40%降为6.04%，该品类的利润贡献率由9.68%降为6.98%；电商渠道数据显示，2024年5月-9月保健食品价格月度同比增幅落在1.85%至5.74%的区间，销售额月度同比增幅落在16.55%至34.52%的区间。

药店渠道在保健食品销售方面的表现略显疲态，与消费者购物习惯的转变有关，而电商渠道则显示出强劲的增长态势。电商平台在吸引消费者、扩大市场覆盖方面优势显著，能够提供更丰富的商品选择、更具竞争力的价格以及更便捷的购物体验，推动了保健食品在线上的快速增长。因此，随着消费者对便利性和多样性的追求不断提升，电商平台正逐渐成为含行业产品在内的保健食品销售的主要驱动力，传统药店渠道则面临着转型的压力。

来源：同花顺金融、Wind、头豹研究院

# Chapter 4

## 中国灵芝保健食品竞争格局

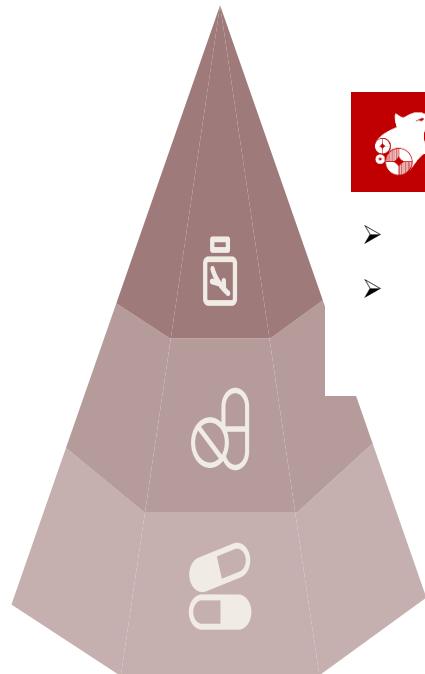
□ 中国灵芝保健食品行业竞争格局分析



## 中国灵芝保健食品行业竞争格局综述

行业是中药材保健食品的重要细分赛道，多数入局企业拥有中医药产业背景

### 中国灵芝保健食品行业竞争格局



- 欲获取高清图表或完整报告：请登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)
- 欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：  
13080197867（李先生）、18621660149（郝先生）

### 中国灵芝保健食品行业竞争格局气泡图



- 欲获取高清图表或完整报告：请登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)
- 欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：  
13080197867（李先生）、18621660149（郝先生）

来源：头豹研究院

## 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](http://www.leadleo.com)

电话: 18621660149 (郝先生)

电话: 13080197867 (李先生)

深圳市华润置地大厦E座4105室

## 您是否遇到以下难题需要我们的支持？

### 难题1

市场规模的分析缺乏第三方背书？无法辨别数据来源的有效性及可靠性？

- 若您有融资背书用途，医疗健康团队提供对于医疗市场如器械设备、IVD、药物CXO、传统药品、生物医药、前沿技术相关的市场规模空间测算及第三方背书服务
- 若您有IPO用途，医疗健康团队也提供数据在招股书的二次引用

### 难题2

缺乏曝光度及公信力？无法被资本市场关注？

- 医疗健康团队提供行业调研及企业品牌植入服务，帮助to B端的药械厂商梳理行业现状，传播至向分销商，也可帮助to C端的企业宣传推广与案例植入服务传播至终端用户群体

### 难题3

市场不了解您的赛道，需要市场教育、合规教育？或遇到赛道早期，市面上没有相关的研究报告？

- 医疗健康团队提供行业研究报告及白皮书服务，通过文献研究、案头研究及一手研究等相关方法，全面梳理医疗行业维度，包括但不限于新兴/成熟赛道的行业研究、及定制化的深度研究

# 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

## 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

## 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

# 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  
随需下载报告  
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