



2025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。

白芷类保健食品：中医药产业方兴未艾 头豹词条报告系列

钟琪

2025-02-28 未经平台授权，禁止转载

摘要 白芷是伞形科植物白芷或杭白芷的干燥根，主要产自中国四川等地，具有解表散寒、祛风止痛、宣通鼻窍、燥湿止带及消肿排脓等多重功效。以白芷为主要原料的保健食品旨在增强健康体质而非替代治疗疾病，是中药材保健食品的一种。目前行业处于快速发展期，规模较小，参与厂商的研发创新力与品牌影响力差异较大。受益于中医药产业的政策利好，以及老龄化加剧释放更多的保健食品需求，预计白芷保健食品市场规模将在未来实现更快的增长。

行业定义定义

白芷类保健食品是以白芷为主要原料的保健食品。白芷是伞形科植物白芷或杭白芷的干燥根，主要产地位于中国四川、河南、安徽和山东等地。白芷在传统中医药领域中的应用成熟，现代药理作用研究充分证实白芷在抗炎、镇痛、美白、抗氧化及抗肿瘤方面具备多重功效，为研发新的白芷制剂、以白芷为原料研制保健食品和化妆品提供了理论依据。

行业分类

按照保健功能的分类方式，白芷类保健食品行业可以分为如下类别：

白芷类保健食品行业分类

保健功能包括：祛黄褐斑、抗疲劳、调节免疫、改善痤疮及其他。

祛黄褐斑白芷保健食品

该类白芷保健食品发挥祛黄褐斑的保健功能，中药古方里白芷常用作美白药材，该类在白芷保健食品里最为常见。祛黄褐斑白芷保健食品主要针对面部色斑问题，通常含有高浓度的白芷提取物，抑制黑色素的生成，促进皮肤新陈代谢，减少色素沉着。

抗疲劳白芷保健食品

该类白芷保健食品发挥缓解体力疲劳的保健功能，侧重于提升身体的恢复能力，利用白芷可提神醒脑的特性，帮助缓解消费者因工作压力、生活节奏加快而引起的身体疲劳和精神紧张。

免疫调节白芷保健食品

该类白芷保健食品发挥增强免疫力的保健功能，可调节人体免疫系统，增强机体的抵抗力，对抗外界病毒与细菌的侵袭。

改善痤疮白芷保健食品

该类白芷保健食品发挥改善痤疮的保健功能。白芷具有清热解毒、燥湿排脓的功效，结合金银花、连翘等清热解毒药材，能有效调节皮脂分泌，减少毛孔堵塞，抑制痤疮丙酸杆菌的生长，减轻炎症和红肿。

其他功能的白芷保健食品

该类白芷保健食品发挥润肠通便、改善皮肤水分及辅助保护胃粘膜等保健功能，涵盖了广泛的健康需求，在白芷保健食品里占比较小。润肠通便类帮助改善便秘问题，改善皮肤水分类侧重提升肌肤的滋润度，辅助保护胃粘膜类侧重促进胃黏膜修复。

行业特征

白芷类保健食品行业的特征包括：行业产品是健康促进而非治疗属性，监管环境相对宽松；市场需求持续增加；中医药文化为核心竞争力，政策环境利好。

1 产品是健康促进而非治疗属性，监管环境相对宽松

白芷类保健食品的本质在于通过补充营养和调节生理功能来增强人体健康，而非用于治疗具体疾病。由于非药物性质，白芷类保健食品受到的是市场监管总局的监管，相较于药品的严格监管，其在审批和流通环节的要求相对宽松。这为企业的创新和市场拓展提供了更大的空间，同时也要求企业在产品质量和安全性上保持高标准，以赢得消费者的信任。

2 需求日渐旺盛

随着社会经济的发展与居民生活水平的提高，消费者对健康管理的重视程度日益加深，对具有特定健康益处的保健食品需求愈发旺盛。白芷类保健食品以其独特的中医药理论基础与实证有效的健康促进效果，成为众多追求自然、健康生活方式人群的首选。这一趋势不仅体现在对美白淡斑、抗疲劳和免疫调节等传统需求的增长，还体现在对润肠通便、皮肤水分管理和胃粘膜保护等新兴健康需求的积极响应中，白芷类保健食品市场具有广阔的发展前景。

3 中医药文化为核心竞争力，政策环境利好

白芷是中药材的瑰宝，其药用价值与保健功能得到了长期的临床验证与科学研究的支持。在国家大力推动中医药传承创新发展的政策背景下，白芷类保健食品行业迎来了较多的发展机遇。国家不仅加强了对中药材种植、炮制和提取等环节的规范化管理，还出台了一系列鼓励中医药健康产品研发与市场推广的政策措施，为白芷类保健食品行业提供了坚实的政策保障与广阔的发展空间。

发展历程

行业以《保健食品管理办法》的发布和首个白芷类保健食品的获批注册为起点，进入启动期后CFDA的成立为市场秩序的规范提供了有力保障，白芷保健食品的累计注册数量同比大幅增长显示出市场的强劲需求和企业的积极投入。而后一系列政策支持和市场需求的推动，使白芷类保健食品经历了从萌芽到启动再到高速发展的过程，市场成熟度和品牌效应显著提升。

萌芽期 · 1996-01-01~2002-01-01

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，中国首个白芷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，白芷位列其中。中国保健食品行业正式进入规范化管理阶段，保健食品的定义得到明确。次年白芷作为功能性成分首次被官方认可用于保健食品中，为后续更多基于传统中药材的保健食品开发提供了先例和参考。同时，将白芷等传统药材纳入药食同源物质名单也提高了消费者对这类保健食品的信任度。

启动期 · 2003-01-01~2014-01-01

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；2004年，中国白芷保健食品的累计获批注册数量同比增长133.33%；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。CFDA的成立使得保健食品的审批和监管职责更加明确，白芷保健食品的注册数量大幅增长体现其市场认可度和需求量显著增加。

高速发展期 · 2015-01-01~2024-01-01

2017年，《中医药法》颁布实施，中医药产业发展迎来重大利好；截至2024年11月，中国白芷保健食品的累计获批注册数量达82件，占整体注册保健食品市场的比重为0.39%

《中医药法》的发布为中医药产业的发展提供了强有力的政策支持，明确了中医药的地位和作用。同时，白芷类保健食品行业市场规模稳步增长，产品种类和质量不断提升。

产业链分析

白芷类保健食品发展现状

白芷保健食品行业作为大健康产业的活跃分支，伴随中国健康产业的蓬勃发展而兴起，凸显其经济价值与文化遗产。该行业围绕白芷为核心原材料，形成了从种植与初加工、技术研发与产品制造，到终端零售与消费者反馈的综合产业链条，各个环节紧密相连，共同驱动行业发展。

白芷类保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：

上游白芷品种在产地、产量及销售模式等方面有所差异，主流品种为川白芷。

传统中药材白芷拥有多个知名品种，包括川白芷、杭白芷、禹白芷和祁白芷。其中，川白芷的栽培历史超600年，是白芷中最广泛使用的品种，主产自川渝地区。川白芷不仅供应国内需求，还远销至韩国、日本以及欧美等国际市场，享有较高的声誉。相比之下，杭白芷主要集中在浙江杭州及其周边地区，以自产自销为主，满足当地市场需求。禹白芷的栽培面积相对较小，主要产于河南禹州，主要用于北方各省，也有少量出口到东南亚国家。而祁白芷的产量较低，主要产于河北安国，但安国市场上的白芷品种绝大多数仍然是川白芷，川白芷的市场主导地位凸显。

白芷保健食品主要发挥的保健功能是祛黄褐斑，其次是抗疲劳、免疫调节及改善痤疮。

超60%的白芷保健食品功能为祛黄褐斑。国民生活压力增加使得面临皮肤问题特别是黄褐斑等色素沉着问题的人群增加，白芷因其优异的美白和抗氧化功效，在中医美容领域备受青睐。中游企业通过开发针对祛黄褐斑的产品，能够有效满足女性消费者对保健食品美容的需求。其次，缓解体力疲劳也是白芷保健食品的重要功能之一。白芷成分的食品有助于消费者恢复精力，提高生活质量。此外，白芷保健食品还可发挥增强免疫力和改善痤疮的功效。

白芷类保健食品产业链上游分析

生产制造端

原料供应商（白芷及其辅料）

上游厂商

亳州市昇茗药业有限责任公司

亳州市沛草堂中药材种植有限公司

亳州市真优汇药业有限公司

安国市知枫堂药材行

亳州市权威药业销售有限公司

安徽亳安堂药业有限公司

亳州承鑫堂药业有限公司

四川全泰堂川白芷产业有限公司

四川兴川白芷产业发展有限公司

亳州市亳白芷药业有限公司

产业链上游分析

上游白芷品种丰富且分布相对广泛，为中游保健食品的生产和加工提供了丰富的原料选择。

上游白芷品种有川白芷、杭白芷、禹白芷及祁白芷。数据显示，川白芷的遂宁产地年产白芷4,000吨，四川安岳、达州、南充等产区年产850吨，重庆南川产区白芷种植面积达1.5万亩；杭白芷年产200吨；禹白芷年产400吨；祁白芷年产300吨。川白芷已有600多年的栽培历史，是白芷中应用最广泛的品种，主产于川渝地区，既供应本土市场，又远销韩国、日本和欧美等地；杭白芷的种植面积相比历史

有所减少，主产于浙江杭州及其周边地区，多为自产自销；禹白芷的栽培面积不大，主产于河南禹州，主供北方各省使用，少量销于东南亚；祁白芷产量较少，主产于河北安国，但安国市场绝大部分品种为川白芷。

白芷原料价格的显著下降为中游保健食品行业带来了成本优势和市场机遇。

药市数据显示，2024年8-10月中国统个安徽的白芷单价同比下降18.18%、45.45%和61.54%；中国统个四川的白芷单价同比下降28.57%、50.00%和57.14%。白芷作为保健食品中的重要原料，价格的大幅下降直接降低了生产成本，提高了企业的利润率。这种成本优势使得中游企业在市场竞争中更具灵活性，可以采取多种策略来扩大市场份额，如降低终端产品的售价以吸引更多的消费者，或者增加研发投入，推出更高品质和更多样化的产品。但是，原料价格的不稳定或将导致供应链管理的复杂性增加，企业需更加精细地进行成本控制和库存管理，以避免因市场价格波动带来的损失。

中 白芷类保健食品产业链中游分析

品牌端

白芷类保健食品研产销商

中游厂商

上海交大昂立股份有限公司

亿帆医药股份有限公司

东阿阿胶股份有限公司

贵州益佰制药股份有限公司

华润三九医药股份有限公司

西安美成科技发展有限公司

云南盘龙云海药业有限公司

郑州万生生物科技有限公司

烟台张裕集团有限公司

陕西天谷生物科技集团有限公司

产业链中游分析

中国白芷保健食品的剂型构成呈现以胶囊为主，口服液和片剂等为辅的特点。

截至2024年11月，从中国白芷类保健食品的剂型构成来看，胶囊占比高达59.76%，其次是口服液和片剂各占9.76%，酒剂占4.88%，颗粒剂占3.66%，茶剂占3.66%，冲剂占2.44%，其他剂型占6.10%。胶囊剂型通过包裹药物粉末或颗粒，有效保护了药物的稳定性和生物利用度，同时便于携带和服用，因此成为白芷类保健食品的主要剂型。口服液则通过液体形式提供营养，更易于被人体吸收和利用，适合需要快速补充营养的消费者。片剂则以其制备工艺简单、剂量准确、稳定性好等特点，在保健食品市场中发挥着重要作用。

中国白芷保健食品的功能构成呈现以祛黄褐斑为主导，抗疲劳、增强免疫力及改善痤疮等多功能并存的特点。

截至2024年11月，从中国白芷类保健食品的功能构成来看，祛黄褐斑占62.20%，抗疲劳占12.20%，增强免疫力与改善痤疮各占9.76%，润肠通便、改善皮肤水份与辅助保护胃粘膜各占3.66%，改善睡眠与减肥各占2.44%，耐缺氧、抗氧化、降血脂、抗辐射与清咽润喉各占1.22%。祛黄褐斑功能占据主导地位，现阶段面临皮肤问题尤其是黄褐斑等色素沉着问题的人群数量逐渐增加，具有良好美白和抗氧化功效的白芷在中医美容方面备受青睐。中游企业通过开发祛黄褐斑的行业产品，满足女性客群的美容需求。其次是抗疲劳功能，白芷成分的食品能够帮助消费者恢复精力。再次，增强免疫力和改善痤疮功能各占一定的市场份额。白芷具有抗菌、抗炎和免疫调节的作用，能够增强机体的防御能力，减少疾病的发生；也能有效减轻痤疮症状，改善皮肤状况。

下 白芷类保健食品产业链下游分析

渠道端及终端客户

药店、超市等销售终端及消费者

渠道端

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

京東健康股份有限公司

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

平安健康醫療科技有限公司

益丰大药房连锁股份有限公司

产业链下游分析

线上直营是当前及未来白芷保健食品发展的重要方向。

白芷保健食品属于消费品，渠道按媒介可分为线上与线下渠道，按经营模式可分为直营和经销/代销渠道。相较于传统的经销商模式，直营即直接面向消费者模式展现出更为显著的优势。一方面，直营能够有效减少中间环节的成本，提高产品利润率；另一方面，通过直营渠道，企业能够更加精准地掌握消费者的需求变化和反馈信息，及时调整产品策略和服务质量，从而更好地满足市场需求。此外，数字化转型使得线上渠道的重要性日益凸显。相比于线下实体店，线上平台不仅能够覆盖更广泛的消费群体，还能利用大数据等技术手段实现精准营销，提升用户粘性和复购率。因此，对于白芷保健食品而言，保健食品厂商采用线上直营的方式更有利于品牌建设与市场拓展。

白芷保健食品下游线上平台面临的监管趋严。

据2023年论文披露，调研显示从六大知名线上平台店铺中药类保健食品的销售资质构成来看，两家平台的合规经营达100%，两家平台的超范围及无证经营超30%，一家平台的超范围及无证经营超60%，显示下游参与者进行线上销售白芷保健食品时面临的合规风险和市场的复杂性。较高比例的超范围及无证经营现象预示着含白芷保健食品在内的中药材保健食品销售平台的合法性审查将进一步加强，下游参与平台管理趋严。

行业规模

白芷类保健食品行业规模的概况

2019年—2023年，白芷类保健食品行业市场规模由2.50亿人民币元增长至2.68亿人民币元，期间年复合增长率1.75%。预计2024年—2028年，白芷类保健食品行业市场规模由2.99亿人民币元增长至3.68亿人民币元，期间年复合增长率5.37%。

白芷类保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：

白芷原料价格上行趋势对行业规模增速产生一定的负面影响，但得益于较强的需求表现，相关保健食品市场仍能实现稳健增长。

从最受居民欢迎的中药保健食品服用形式来看，胶囊剂占比62.34%领先于其他剂型，其次是口服液46.10%，茶剂37.99%。而目前中国白芷类保健食品的胶囊占比高达59.76%，其次是口服液和片剂各占9.76%，酒剂占4.88%，颗粒剂占3.66%，茶剂占3.66%，冲剂占2.44%，其他剂型占6.10%。白芷类保健食品规模的历史变化主要源于其对市场适应性和消费者偏好的精准把握。胶囊剂因其便捷性和易于吞咽的特点在市场上广受欢迎，白芷类保健食品选择胶囊作为主要剂型不仅符合整体中药保健食品市场的趋势，也更好地满足了消费者的使用习惯和需求。这种适应性有助于提高产品的接受度，从而推动市场规模的增长。

政策利好是推动行业历史实现发展的关键因素。

一方面，政府对中医药和保健食品行业的大力支持，为白芷类产品的研发和生产提供了有力保障。近年来，国家出台的一系列政策涵盖了中药材种植、加工和销售等多环节，旨在推动中医药产业的现代化和国际化发展。这既提高了白芷保健食品的质量和安全性，又促进了行业的规范化和标准化。其次，监管部门对保健食品市场的严格管理，提升了市场的透明度和消费者信心。政府对保健食品生产和销售监管力度加强，净化了市场环境，也进一步推动了行业的健康发展，促进行业规模实现稳健增长。

白芷类保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：

产品新增量显著提升体现市场关注度提高，叠加白芷原料价格下行趋势显现，未来规模有望实现较快增长。

据统计，2019-2023年中国白芷保健食品累计注册数量占整体注册保健食品市场的比重从0.38%降至0.36%，而2024年至今中国白芷保健食品的累计注册数量在整体注册保健食品市场的占比已达0.39%，超过19年水平，实现正幅增长，体现白芷保健食品市场正迎来新的发展机遇。中医药产业及中药材保健食品本身即受到国民的广泛关注，而今年白芷保健食品新增注册量的显著增加，进一步说明市场对该赛道的关注度提升。预计未来将有更多白芷保健食品推向市场，以满足不断增长的消费需求。此外，药市数据显示，2024年11月中国统个安徽和四川的白芷单价已分别同比下降61.54%和57.14%，原料价格有所下行，利于提高企业的盈利空间。进一步看，这既能驱使企业推出更多高质量及高性价比的产品，又能吸引更多企业进入这一市场，激发市场活力。基于多种有利因素的共同作用，预计未来五年白芷保健食品市场规模的年复合增速有望超过历史五年的水平。

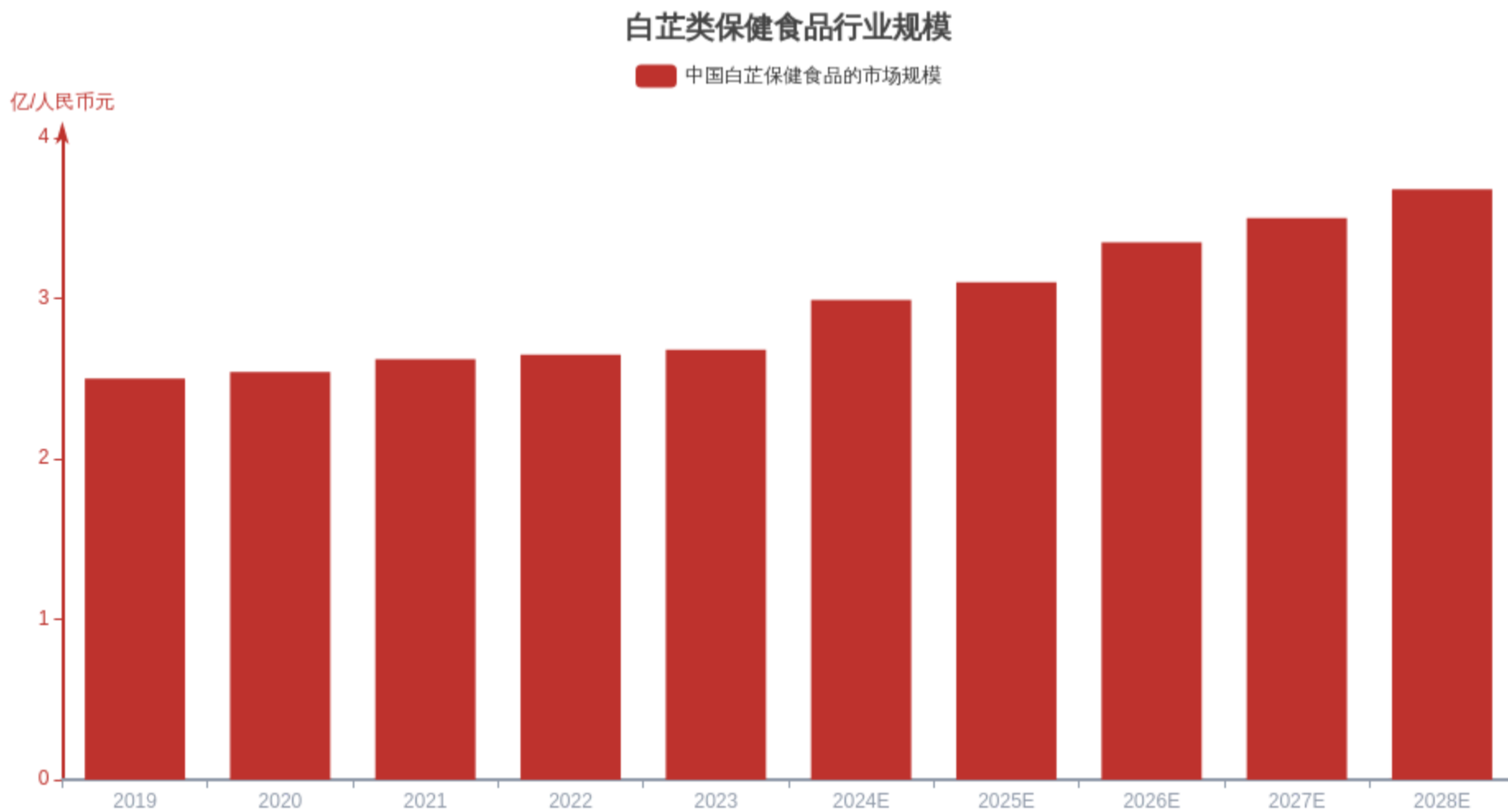
消费者重视保健食品的功能、安全及成分，作为药理作用受广泛认可且强调中药材成分的白芷保健食品，未来需求有望继续释放，实现规模增长。

2023年论文披露，关于居民购买保健食品的重视因素，41.0%居民看重产品功能，31.5%居民看重产品的安全性，12.9%居民看重产品成分，6.4%居民看重产品品牌，5.7%居民看重产品价格。关于居民对产品功能的关注，白芷以其多种健康功效著称，如抗炎和抗氧化等，这些特性符合现代消费者对于预防性和治疗性保健产品的需求。随着健康意识的增强，消费者对能够提供明确健康效益的产品需求将不断增加，能直接刺激白芷保健食品市场的增长；关于居民对产品安全性的关注，白芷作为天然草药已有广泛的应用，并且其安全性记录良好。制造商可通过严格的生产标准和透明的质量控制流程来进一步巩固这一优势，从而提升消费者的信任度；关于居民对成分的关注，白芷作为主要成分，其独特的药理作用和科学研究的支持可以成为市场推广的重点。通过教育活动和信息传播，提高公众对白芷及其益处的认知水平，有助于激发潜在消费者的兴趣，扩大市场规模。

白芷类保健食品规模预测

规模预测SIZE模型

白芷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			

	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			

	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			

	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	指导性政策			

	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	规范类政策			

竞争格局

白芷类保健食品概况

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，入局者多为医药企业。

白芷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和华润三九等；第二梯队公司有完美（中国）、交大昂立和百年健康药业等；第三梯队有益佰制药和盘龙云海药业等。

白芷类保健食品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：

企业的品牌影响力和渠道建设是业内竞争的关键因素，而已覆盖上游中药材供应的中医药企业更具竞争优势。

由于保健食品产品特性相似且入局门槛相对较低，市场竞争较为激烈，企业的品牌影响力和渠道建设成为提升竞争力的关键。具体来看，品牌影响力强的企业能够更好吸引和留住消费者，提升市场占有率，而完善的渠道建设能确保产品高效到达目标市场。此外，作为中药材保健食品的一种，白芷保健食品行业里众多中医药企业具备天然优势，尤其是拥有自产中药材基地的企业。该类企业在原料供应、质量控制和成本管理方面具有更强的竞争力，能够更灵活地进行业务拓展，进一步巩固市场地位。

白芷保健食品领先企业得益于深厚的品牌影响力，但核心竞争力在保健食品覆盖程度与研发创新程度方面有所差异。

截至2024年11月27日，华润三九已获的保健食品累计注册数量达60件，有效专利量270件；东阿阿胶的保健食品累计量达28件，有效专利量579件。华润三九和东阿阿胶均是行业的领先企业，但核心竞争优势有所不同。华润三九在保健食品领域的覆盖程度更广，品牌影响力深厚，广泛受到消费者的认可。相比之下，东阿阿胶的研发实力更为突出，在保健食品领域的布局相对较窄但仍具备一定的品牌影响力，产品品质和市场认可度较高。

白芷类保健食品行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：

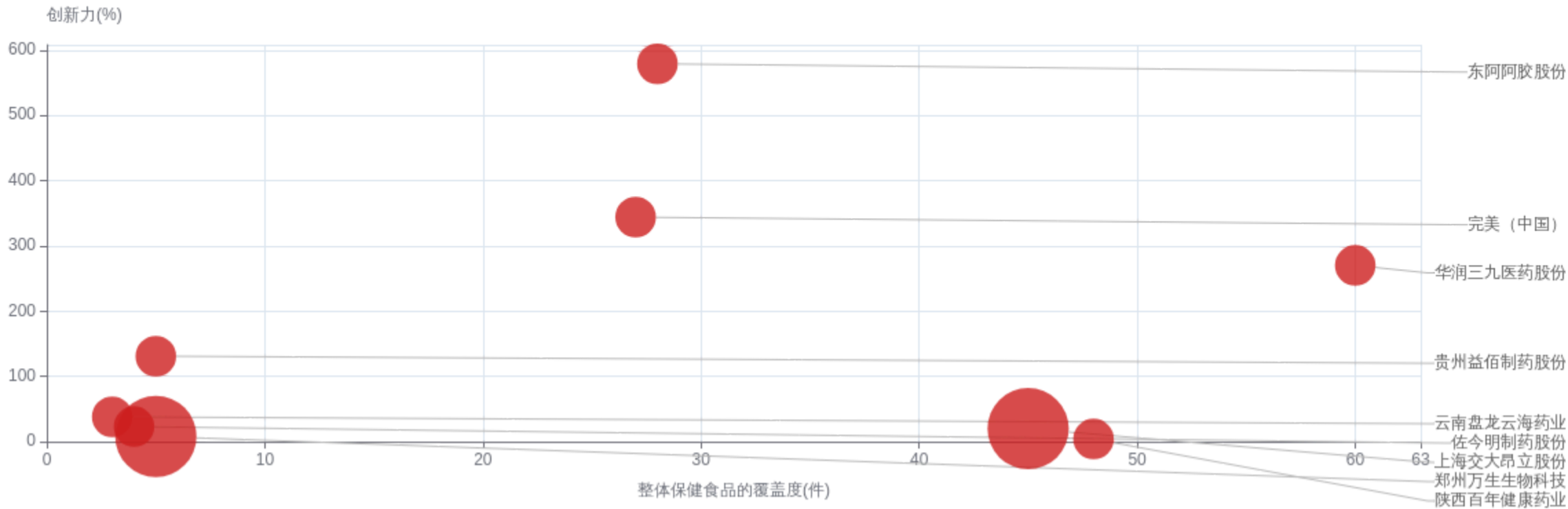
市场日趋成熟驱动行业走向规范化发展，研发创新或将成为提升企业竞争力的关键。

现阶段白芷保健食品行业规模小且入局门槛低，不同企业在研发创新力和行业覆盖度上存在较大差异，如交大昂立和美成科技各有2项白芷保健食品获批，但交大昂立已获得20件有效专利，而美成科技暂无有效专利量。未来随着市场不断发展和竞争加剧，行业有望走向规范化发展，研发创新或将成为影响竞争格局的重要因素。具备较强研发能力的企业或将在产品差异化和技术创新方面占据优势，进一步巩固市场地位，而缺乏研发投入和技术积累的企业或将逐渐失去竞争力。

白芷原料可获得性的变化将深刻影响白芷类保健食品行业的竞争格局。

一方面，白芷原料的供应稳定性成为企业竞争力的关键要素。传统的白芷产地如四川等地，其原料质量和产量直接影响到企业的生产计划和成本控制。拥有稳定供应链、与优质供应商建立长期合作关系的企业，未来将在竞争中占据优势地位。另一方面，白芷原料的供应模式也在发生变化。部分企业开始尝试建立自有中药材基地，通过自主种植或合作种植的方式，确保原料的供应和质量。这种垂直整合的供应链模式，不仅降低了企业的原料采购成本，还增强了其对原料市场的控制力，为企业在业内的长期发展奠定了坚实基础，也将显著提升企业的竞争力。

气泡大小表示：行业覆盖度(件)



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 >	36.0	71.8

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 >	-5.1	35.1

贵州益佰制药股份有限公司 (600594)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	17.1亿元 >	-19.8	62.2

华润三九医药股份有限公司 (000999)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	186.1亿元 >	53.6	51.8

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

企业分析

1 东阿阿胶股份有限公司【000423】

▪ 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	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，受山东东阿阿胶保健品有限公司委托生产阿牌、东阿阿胶牌、葆苓牌保健食品，许可证批准范围内的食品生产、销售，预包装食品批发、零售，许可范围内畜牧养殖、收购、销售；许可证范围内化妆品（护肤品）、保健器材、医疗器材、小型厨具、保洁用品、家用电器生产与销售；在经核准的区域内直销经核准的产品（具体产品以商务部直销行业信息管理系统公布的为准），（以上项目有效期限以许可证为准）。食品用塑料包装、容器、工具等制品的生产、销售；进出口业务；化工产品（不含易燃易爆危险品）销售；以自有资金对外投资；中药材种植、收购、生产及销售；健康咨询服务、旅游观光服务、会议展览及接待服务、工艺品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

■ 财务数据分析											
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)	2024(H1)
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	/	
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
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	/	
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
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	/	
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
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	1.0
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	/	/	/	/	
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
每股公积金(元)	1.0665	1.056	1.056	1.0559	1.0559	1.1349	1.1344	1.1344	0.624	/	
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
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)	5449663157.77	6317135286.24	7372340332.18	7338316223.18	2958622339.62	3409437164.01	3848985686.56	4041818347.54	4715265729.5	1453383433.75	2747
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	1.0
归属净利润(元)	1625027031.96	1852473518.27	2044352503.41	2084866052.69	-443915811.52	43289251.31	440439963.6	779998116.1	1150878550.46	353403544.67	7384
扣非每股收益(元)	2.289	2.6591	2.9977	2.9282	-0.82	-0.06	/	/	/	/	
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
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	/	

东阿阿胶股份有限公司竞争优势

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。

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。

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

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@frostchi
na.com

客服电话：

400-072-5588



www.leadleo.com
400-072-5588



头豹
LeadLeo