

# 中国中药饮片短报告： 中药饮片行业能否借助政策东风，迎 来新的发展机遇？

China Traditional Chinese Medicine Decoction Pieces Industry  
中国汉方煎じ薬産業

报告标签：中医、炮制设备、中药材、中药配方颗粒  
主笔人：廖婧怡

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。

# 摘要

随着中药现代化发展不断进步和消费者对健康的重视，中药饮片制造行业市场规模逐步增长。目前中国中药饮片行业市场存在集中度低、创新困境和信任危机问题，短期压力大。随着中药炮制工艺的规范化，药物质量和功效得到提升。未来，中药饮片生产将向智能化和专业化趋势发展，中药饮片行业将探寻高质量发展的破局之道。

## ■ 行业集中度低

截止2022年底，据国家药监局发布的最新数据，中国生产中药饮片企业达2,250家。据品牌网盘点，2022年中国最受欢迎十大中药饮片品牌包括康美、同仁堂和新荷花等，多为中华老字号及知名医药企业品牌。2022年中药饮片主要上市公司云南白药、同仁堂、中国药材营业收入超过100亿元，分别为364.88亿元、153.72亿元和143.04亿元，市场营收向上市公司倾斜。

## ■ 需求与政策相互发力，行业前景广阔

中医药行业受到行业监管加强的影响，包括GMP认证和飞检等，行业整体增速有所趋缓，但国家政策发力，中医药特别是中药饮片领域实现了高质量发展。2023年1月，国务院发布的《中医药振兴发展重大工程实施方案》进一步推动了中医药服务体系的加快建设和中药饮片技术的创新。与此同时，各省市根据自身情况出台了地方性《中药饮片炮制规范》，为中药饮片行业的规范化、标准化发展提供了有力支撑。2022年，中药饮片制造行业主营业务收入同比增长5.5%，增速高于医药工业整体，显示出中医药行业的良好发展态势和较高景气度。

## ■ 监管强化与电商崛起引起市场变局

近年来，国家对中药材市场及实体药店的监管加强，市场环境更加规范透明，有效遏制了不规范行为，提升了中药饮片品质和消费者信任度。但这也导致部分药店和药材市场经营资质被取消，实体药店收入下滑。同时，电商平台崛起，为消费者提供便利购买方式，2022年中药材相关保健产品电商销售量激增，显示出电商平台在中药饮片销售领域的巨大潜力和前景。

# 目录

## ◆ 中国中药饮片行业综述

- 中药饮片的定义与分类
- 中药饮片行业发展历程
- 中药饮片行业政策概览
- 产业链图谱
- 上游供应环节分析
- 中游医疗服务分析
- 下游需求场景分析
- 中药饮片行业规模
- 中药饮片竞争格局

## ◆ 中国中药饮片行业企业介绍

- 云南白药
- 同仁堂

## ◆ 方法论

## ◆ 法律声明

# Contents

## ◆ China Traditional Chinese Medicine Decoction Pieces Industry Overview

- Definition and Classification of Traditional Chinese Medicine Decoction Pieces
- Development History of Traditional Chinese Medicine Decoction Pieces Industry
- Policy Overview of Traditional Chinese Medicine Decoction Pieces Industry
- Chain Mapping
- Upstream Supply Chain Analysis
- Midstream Medical Services Analysis
- Downstream Demand Scenario Analysis
- Traditional Chinese Medicine Decoction Pieces Industry Size
- Competitive Landscape of Traditional Chinese Medicine Decoction Pieces

## ◆ China Traditional Chinese Medicine Decoction Pieces Industry Company Profiles

- Yunnan Baiyao
- Beijing Tongrentang

## ◆ Methodology

## ◆ Legal Statement

# Chapter 1

## 中药饮片行业综述

---

- 中药饮片的定义与分类
- 中药饮片行业发展历程
- 中药饮片行业政策概览
- 产业链图谱
- 上游供应环节分析
- 中游医疗服务分析
- 下游需求场景分析
- 中药饮片行业规模
- 中药饮片竞争格局

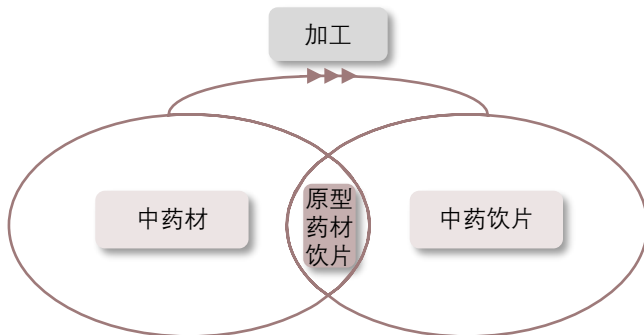
# 中药饮片的定义和分类

中药饮片是经炮制后的中药材，直接用于中医临床或制剂生产，其分类多样，药效、来源、炮制方法和技术形式皆有不同

## ■ 中药饮片的定义

根据《中国药典》2020版及国家药监局的信息，**中药饮片是指在中医药理论的指导下，经过炮制（包括净制、切制或炮炙等处理）后的中药材及其加工炮制品。**中药饮片可直接用于中医临床处方调配或制剂生产

### 中药材与中药饮片的差别与联系



## ■ 中药饮片相关易混淆定义

中药饮片包括部分经产地加工的药材、原形药材饮片以及经过加工炮制的饮片。其中，中药材指符合药品标准的原植物、动物、矿物除去非药用部位的商品药材，为中药饮片加工前的原材料，易与中药饮片混淆。而原形药材饮片同时符合中药材和中药饮片的定义，即为原药材包括很多花类、花粉类、种子类和动物全体，经原产地净制后即可直接用于调配、制剂，如蒲黄、菊花、枸杞、全蝎等

## ■ 中药饮片的分类

中药饮片作为中医药的核心组成部分，其分类方式多种多样，旨在优化临床应用和药效发挥。按药效分类，如解表、清热、泄下等，突显了药物的主要治疗作用；按自然属性和药用部位分类，如植物、动物和矿物类，揭示了药材的来源和特性；按炮炙方法和饮片规格分类，则展示了不同处理手法对药效的影响；按形式分类的传统中药饮片与新型中药饮片，如中药配方颗粒和破壁饮片，体现了中药饮片现代化的发展趋势

### 中药饮片的分类

解表药、清热药、泄下药、祛风湿药、芳香化湿药、利水渗湿药、温里药、理气药、消食药、驱虫药、止血药、活血化瘀药、化痰止咳平喘药、安神药、平肝息风药、开窍药、补益药、收涩药、杀虫止痒药、拔毒化腐生肌药、其他



- **传统中药饮片：**散装、小包装
- **新型中药饮片：**（1）**中药配方颗粒：**由单味中药饮片经水提、分离、浓缩、干燥、制粒而成的颗粒，在中医药理论指导下，按照中医临床处方调配后，供患者冲服使用；（2）**中药破壁饮片：**将中药粉碎到细胞破壁的水平，以促进中药全成分入药，其药用物质基础不变

来源：国家药监局，国家医疗保障局办公室，广东省药监局，湖北省市场监督管理局，深圳市市场监督管理局，《中草药》，头豹研究院编辑整理

# 中国中药饮片行业发展历程

中药饮片行业经历从自主加工到规范化管理的转变，政府扶持力度加大，市场需求提升，推动行业高质量发展

## 中药饮片发展历程

萌芽期

1956-1980

- 1956年，国家实行公私合营制度之前，各大中药店自行加工原药，自制自售。到20世纪80年代，药店仍然有代客加工的服务
- 20世纪50年代以来，《中药炮制经验集成》及《历代中药炮制资料辑要》等专著先后出版。各省市亦先后编订出版了地方性炮制规范，在此基础上又编订出版了《全国中药炮制规范》，部分已列入国家药典的炮制标准

启定期

1980-1995

- 80年代，中国把中药饮片炮制科研项目列为攻关重点项目，组织全国炮制科研力量，对中药炮制沿革、理论、工艺、炮制化学、炮制药理及饮片质量等进行了系统性的研究，先后完成了白附子、商陆、何首乌、芫花、肉豆蔻、马钱子、肉苁蓉等40种常用中药的炮制研究。部分科研成果获得国家级及部局级的科技进步奖，一些新炮制工艺甚至被国家药典所收录。这些努力推动了中药炮制学科的发展和学术水平的提高，同时在中药饮片生产工业化、炮制工艺规范化和饮片质量标准化方面取得较大的进展
- 1985年之前，中药材产地加工与中药炮制没有明确的划分。1985年，《中华人民共和国药品管理法》开始执行，结束了药店自行制作药剂饮片的历史。此后饮片按照药品管理，逐步规范化，中药材产地加工与中药炮制由于产品性质不同而截然分开

启定期

1996-2001

- “九·五”初期，部分科研人员改业，一批资深年高的专家、教授退休，中药炮制科研队伍大为缩减
- 1999年初，“川乌等10种中药饮片炮制工艺及质量标准示范研究”及“芫花等10种中药饮片炮制规范化研究”先后立项进行系统研究
- 2000年，《中国民族药炮制集成》（2000）集录整理出版，有1,100多个品种具有各民族医学特色用药和炮制经验技术
- “十五”期间，中药饮片炮制科研项目再度得到重视，“川芎等30种中药饮片炮制规范化研究”作为重点支持项目，但仍仅占常用中药饮片总数的极少部分

高速发展期

2002至今

- 2002年4月，《外商投资产业指导目录》中，禁止外商投资产业目录涵盖了“传统中药饮片炮制技术的应用及中成药秘方产品的生产”
- 2008年实施饮片厂强制“GMP”认证，后又施行饮片批准文号管理
- 2009年12月，《国家医保目录2009版》中，中药饮片首次纳入国家基本药物中，不列具体品种
- 2011年，《药品生产质量管理规范（2010年修订）》发布，中药饮片生产企业必须通过新版GMP
- 2015年，公立医院改革开始试点；2017年四月，公立医院改革全面推开，所有公立医院全部取消药品加成（中药饮片除外），中药饮片迎来广阔市场
- 2022年3月，《“十四五”中医药规划》颁布；2023年2月，《中医药振兴发展重大工程实施方案》颁布，标志着中药饮片行业迎来了新的市场机遇。中药饮片行业政府支持力度加强，市场需求量提升，将向高质量发展阶段继续前进

来源：《中草药》，《中药研究与信息》，头豹研究院编辑整理

## 中国中药饮片行业政策概览

近年来，国家出台多项政策促进中医药振兴，强化中药饮片炮制技术传承与创新，并规范中药配方颗粒与饮片的管理，推进公立医院综合改革，扩大中药饮片市场

中国中药饮片行业相关政策，2017-2023

政策名称	颁发时间	颁布主体	分析
《中医药振兴发展重大工程实施方案》	2023.02	国务院办公厅	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>推动技术传承与创新：</b>该政策强调了中药炮制技术的传承和创新，通过建设一批中药炮制技术传承基地，挖掘与传承中药炮制理论和技术，有助于提升中药饮片的技术含量和市场竞争能力。</li> <li><b>完善质量标准：</b>完善中药饮片质量标准，保证饮片质量，将提升中药饮片的整体质量水平，增强消费者对中药饮片的信任度。</li> <li><b>促进产业规范：</b>出台全国中药饮片炮制规范，完善中药饮片质量控制体系，有助于规范中药饮片市场，减少不良竞争，推动产业健康发展。</li> </ul>
《“十四五”中医药发展规划》	2022.03	国务院办公厅	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>加强炮制技术传承：</b>继续推进中药炮制技术传承基地建设，有助于保护和传承中药炮制技术，提升中药饮片的生产水平和品质。</li> <li><b>纳入品种保护范围：</b>探索将具有独特炮制方法的中药饮片纳入中药品种保护范围，将鼓励中药饮片企业加大研发投入，提升产品独特性和竞争力。</li> <li><b>信息化追溯体系：</b>研究推进中药材、中药饮片信息化追溯体系建设，有助于实现中药饮片的全程追溯，提升产品质量安全水平，增强消费者信心。</li> </ul>
《关于结束中药配方颗粒试点工作的公告（2021年第22号）》	2021.02	国家中医药管理局，国家药品监督管理局，国家医疗保障局，国家卫生健康委员会	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>纳入管理范畴：</b>将中药配方颗粒的质量监管纳入中药饮片的管理范畴，意味着中药配方颗粒的生产和流通将受到更严格的监管，有助于提升中药配方颗粒的质量和安全性。</li> <li><b>备案管理：</b>中药配方颗粒品种实施备案管理，不实施批准文号管理，将简化审批流程，降低企业成本，促进中药配方颗粒市场的发展。</li> </ul>
《关于印发中药饮片专项整治工作方案的通知》	2018.08	国家药品监督管理局	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>规范市场秩序：</b>通过为期一年半的饮片专项整治工作，加强对中药饮片生产、经营、使用环节的监管，有助于规范市场秩序，减少违法违规行为。</li> <li><b>提升质量安全：</b>重点检查饮片和制剂生产企业、饮片经营使用单位、中药材专业市场等，有助于提升中药饮片的质量安全水平，保障消费者权益。</li> </ul>
《关于全面推开公立医院综合改革工作的通知》	2017.04	国家卫生计生委，财政部，中央编办，国家发展改革委，人力资源社会保障部，国家中医药局，国务院医改办	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>减轻患者负担：</b>所有公立医院全部取消药品加成（中药饮片除外），意味着中药饮片的价格不会受到加成政策的影响，有助于减轻患者的经济负担，提高中药饮片的可及性。</li> <li><b>促进中药饮片使用：</b>由于中药饮片不受药品加成政策影响，公立医院可能会更倾向于使用中药饮片，从而推动中药饮片市场的增长。</li> </ul>

来源：国务院办公厅，国家中医药管理局，国家药品监督管理局，国家医疗保障局，国家卫生健康委员会，头豹研究院编辑整理

# 中国中药饮片行业产业链图谱

中药饮片产业链上游为原材料及设备供应商，中游为中药饮片生产商，下游为渠道端及终端客户

## 中药饮片行业产业链

### 原材料及设备供应商

上游

中药饮片核心炮制设备煎出合格率低，影响产品质量稳定性，成为现代化“瓶颈”。新版《中国药典》提出独立饮片评价标准，提升炮制合格率标准。但不同品种饮片煎出率差异大，总体不高，限制现代化发展。例如，烘法炮制品最大煎出率16.03%，损耗率5%，影响产能。



### 中药饮片生产商

中游

中药饮片企业生产技术能力有限，标准化进程仍需努力，且除破壁饮片外，尚未出现突破性创新生产工艺。据统计，2019-2022年医院中药炮制品退货占比最高的为加工炮制不规范，总退货率为1.84%，占总退货量的18.24%，次为原材料不规范，退货率为1.77%，占总退货量的17.57%。



### 渠道端及终端客户

下游

中药饮片市场在中国传统医药中占据重要地位，近年来销售额持续增长。监管加强规范了市场环境，提升了品质和信任度，但也带来挑战。电商平台迅速崛起，为消费者提供便利。市场不再局限于特定人群，机遇与挑战并存，预计未来将继续保持强劲增长。



来源：企查查，头豹研究院编辑整理

## 中国中药饮片产业链上游——供应环节分析

中药饮片产业链上游原料、设备供应关键，种植面积增、价格波动大、设备煎出率低是挑战

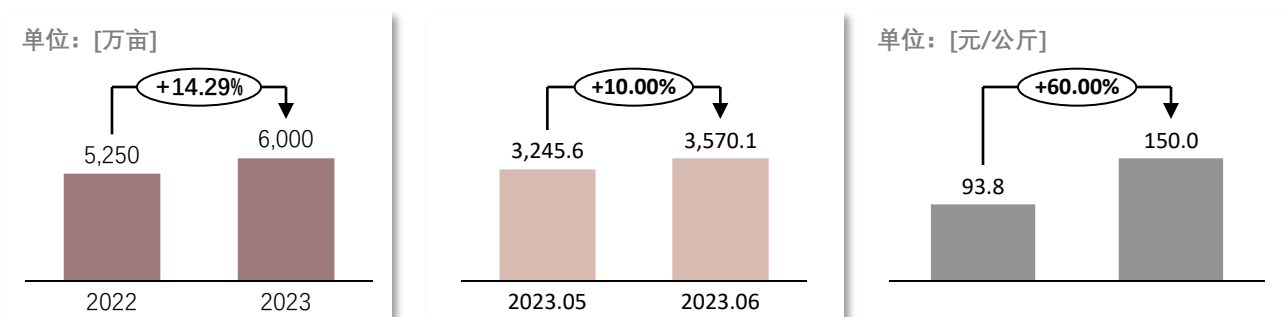
### ■ 中药饮片产业链上游组成

中药饮片产业链上游涵盖了原料药供应和设备供应两个关键环节，其中设备供应是核心环节。在原料药方面，中药材的种类丰富多样，主要包括植物的根、茎、枝、叶、种子、果实等，同时也有少数动物药和矿物药。中药材是中药饮片生产的基础，对于确保产品的质量和疗效具有至关重要的作用。在设备方面，中药饮片的生产离不开初加工设备、炮制设备、粉碎设备、混合设备、制剂设备、包装设备等一系列设备的支持。

中药材种植面积，2022-2023

中药材200指数月涨幅，2023.06

当归价格月涨幅



### ■ 中药材种植面积持续扩大，价格波动剧烈

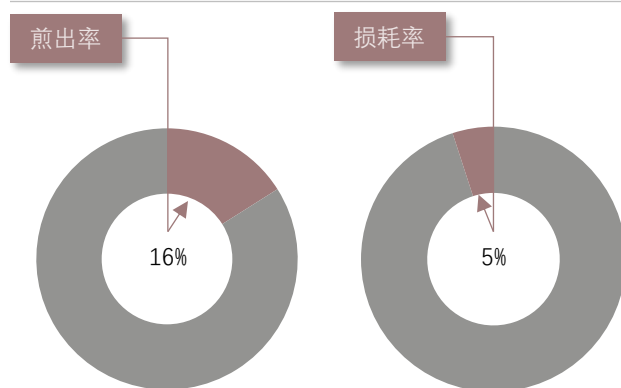
在供应方面，中药材种植面积的不断扩大为中药饮片产业的发展提供了坚实的基础。据统计，2022年全国中药材种植面积已经达到了5,250万亩，这一数字在2023年预计将达到6,000万亩。种植面积的扩大不仅为中药饮片的生产提供了充足的原料，也进一步推动了中药饮片市场规模的增长。这种增长趋势使得中药饮片产业在医药行业中的地位越来越重要。

然而，在采购价格方面，中药材的价格波动较大，对中药饮片成本产生了极大的影响。中药材的价格受到多种因素的影响，包括天气、市场需求、产量等。以中药材天地网发布的中药材200指数为例，截至2023年6月，该指数已达到3,570.12，月涨幅超过10%。常见的中药材，如当归，其市场价格已经突破150元/公斤，近一个月的涨幅更是高达60%以上。这种价格波动使得中药饮片生产企业在成本控制方面面临着巨大的挑战。

### ■ 炮制设备煎出率低制约中药饮片质量稳定

在设备供应方面，炮制设备作为中药饮片制造的核心设备，其性能和质量对中药饮片的质量和产量具有重要影响。然而，目前炮制设备存在的一个主要问题是煎出合格率不高，这导致中药饮片的产品质量不稳定，成为中药饮片现代化的一个“瓶颈”。以烘法炮制龟甲为例，其最大煎出率仅为16.03%，饮片加工损耗率为5%。这种低煎出率和高损耗率不仅影响了中药饮片的产量，也增加了生产成本。因此，对中药饮片炮制等设备的技术创新和发展成为当前中药饮片产业急需解决的问题。

烘法炮制龟甲煎出率及损耗率



来源：中药材天地网，头豹研究院编辑整理

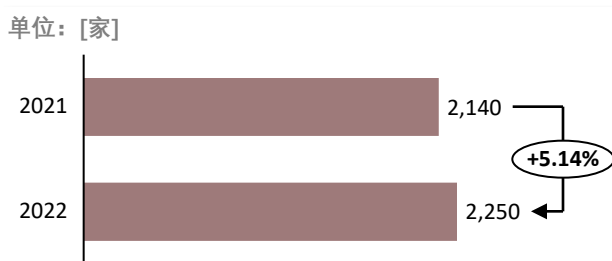
# 中国中药饮片产业链上游——生产制造分析

中药饮片企业数量增长，但行业分散，技术创新能力有限，加工炮制标准化不足，需提升专业性和加强人才培养

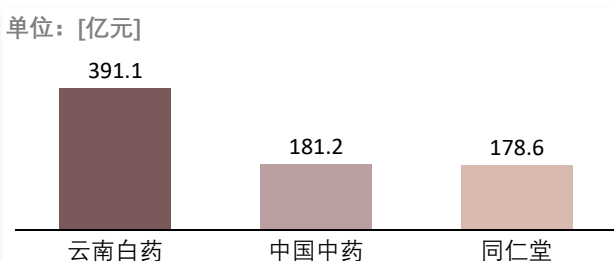
## ■ 中药饮片生产企业数量稳步增长，竞争格局分散

中药饮片产业链中游为中药饮片生产企业，专注于将中药材进行炮制加工，制成适合直接入药或进一步加工的中药饮片。随着中医药市场的持续扩大和人们健康意识的提升，中药饮片生产企业的数量规模也在稳步增长。据国家药监局统计，截止2022年，国内生产中药饮片企业有2,250家，比往年增加110家企业。然而，尽管中药饮片生产企业的数量在不断增加，但行业内却缺乏具有绝对领导地位的龙头企业。同时，中药饮片生产公司规模不一，差距明显，云南白药、同仁堂、中国药材营业收入超过100亿元，而其余几家上市公司营业收入为50亿元以下规模。中药饮片行业内竞争格局分散，实力不均等，未来可能面临竞争格局的变化。

中国中药饮片企业数量，2021-2022



中国中药饮片龙头企业营收

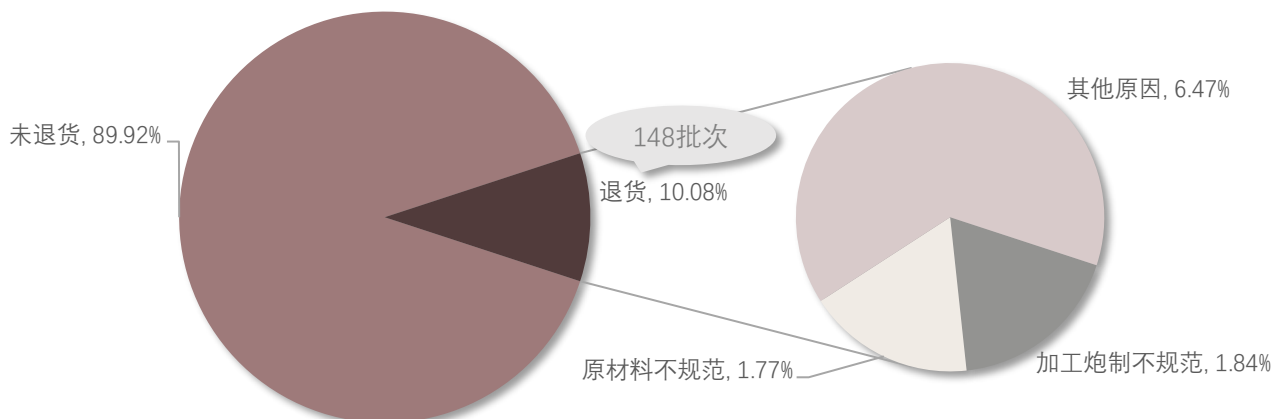


## ■ 中药饮片企业面临技术瓶颈，炮制标准化亟待加强

中药饮片企业生产技术能力有限，加工炮制标准化进程仍需努力，且除破壁饮片外，尚未出现突破性创新生产工艺。经统计，2019-2022年医院招标采购中药炮制品总批次1,468批次，总退货148批次，总退货率为10.08%；2019-2022年医院中药炮制品退货占比最高的为加工炮制不规范，总退货率为1.84%，占总退货量的18.24%，其次为原材料不规范，退货率为1.77%，占总退货量的17.57%。

基于中药饮片炮制多以经验判断，存在一定的主观性和中药饮片生产操作人员多缺乏一定的专业基础知识的特点，中药饮片生产专业性、标准性和精准性得不到提升，愈发降低其生产技术创新来临的速度。为此，中药饮片制造企业还应加强对专业操作人员的关注。

医院招标采购中药炮制品退货情况，2019-2022



来源：头豹研究院编辑整理

## 中国中药饮片产业链下游——需求场景分析

中药饮片市场受监管影响调整，电商平台崛起，消费者群体扩大，市场前景广阔

### ■ 中药饮片市场新变局，监管强化与电商崛起

产业链下游是中药饮片销售与消费的关键环节，涉及中药饮片销售商和广大消费者。销售商主要包括中药材市场、中药药店、医院以及新兴的电商平台。

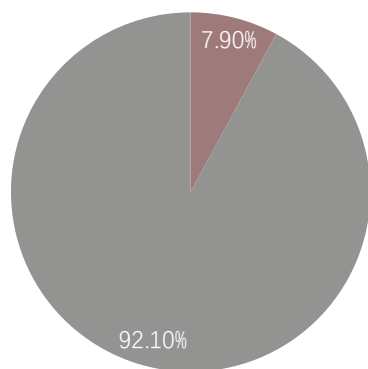
近年来，随着国家对中药材市场、实体药店等终端销售渠道的监管力度逐渐增强，整个市场环境变得更加规范和透明。过去存在的掺杂使假、虚提价格等不规范行为得到了有效遏制，从而提升了中药饮片的整体品质和消费者的信任度。然而，这一监管加强也带来了挑战，由于一系列政策的出台和执行，部分药店和药材市场的中药饮片经营资质被取消，导致实体药店终端销售收入有所下降，2020年已经下滑至7.9%。

与此同时，电商平台作为新兴的销售渠道迅速崛起，为消费者提供了更加便利的购买方式。消费者可以随时随地通过手机或电脑浏览和购买中药饮片，享受到更加快捷、丰富的购物体验。据天猫、京东等国内主要电商渠道数据监测，2022年，国内中药材相关保健产品的电商销售量达到了惊人的5.47亿件，销售额高达278.96亿元人民币，同比增长54.32%，显示了电商平台在中药饮片销售领域的巨大潜力和广阔前景。

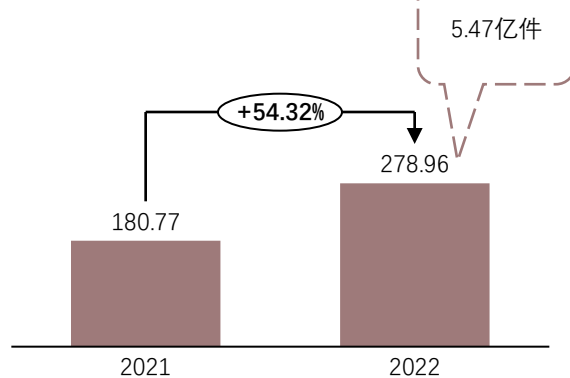
实体药店中药饮片终端销售收入占比，2020

中药材相关保健产品电商销售情况，2021-2022

单位：[%] ■ 中药饮片 ■ 其他



单位：[亿元]

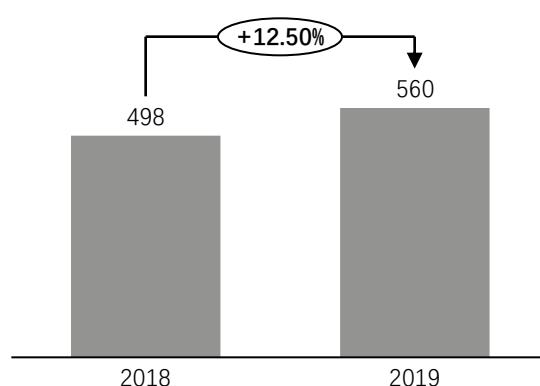


### ■ 消费者需求显著提升，消费者群体多样

中药饮片市场作为中国传统医药的重要组成部分，其市场表现尤为抢眼。据原中国食品药品监督管理局统计，2019年，中国中药饮片市场销售额达到了560亿元人民币，同比增长12.5%。随着经济社会的发展，中药饮片消费者群体不再局限于老年人群和患病人群，亚健康人群以及追求健康养生的中青年群体也成为其不可忽视的一部分。中药饮片市场的快速发展和消费者群体的多样化，为中药饮片行业带来了前所未有的机遇。未来，随着消费者对中药饮片需求的进一步提升，中药饮片市场有望继续保持强劲的增长势头。

中国中药饮片市场销售额，2018-2019

单位：[亿元]



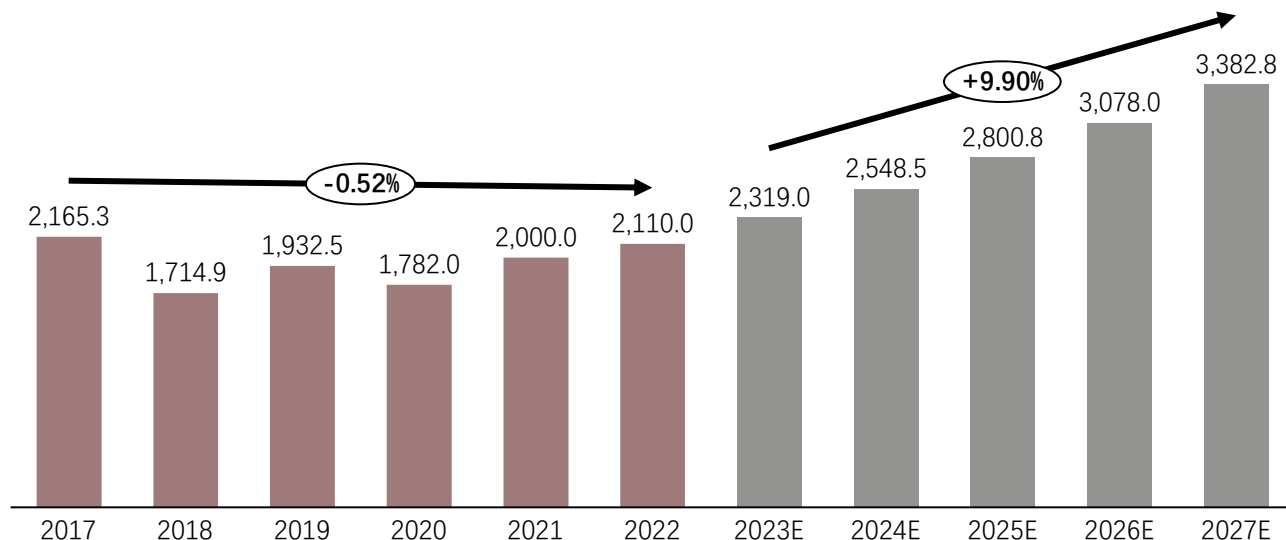
来源：头豹研究院编辑整理

## 中国中药饮片行业规模走势

中药饮片市场规模虽短暂下滑，但预计将在技术创新和政策支持下快速增长，实现产业升级

中国中药饮片行业规模，2017-2027E

单位：[亿元]



### 中国中药饮片行业规模基本稳定，未来呈现增长趋势

中药饮片市场规模由2017年的2,165.3亿元人民币回落至2022年的2,110.0亿元人民币，期间年复合增长率为-0.52%。预计至2027年市场规模达到3,382.8亿元人民币，2023年至2027年年复合增长率为9.89%。

行业过去五年市场的变化由以下因素影响。

- **社会需求激增，尤其老年群体对中药饮片治疗、保健和养生需求增加。**受老龄化趋势推动，中药饮片市场规模不断扩大。至2022年底，中国60岁及以上人口达2.6亿，占比18.7%。
- **政策支持持续加强。**2019年，国家医保局等部门发布医保药品目录，纳入892项中药饮片；同时，多部委联合发布《关于深化中药饮片产业改革升级的意见》，鼓励创新发展，提出加强质量监管。这些政策为中药饮片企业创造了更优质的发展环境，促进了市场规模增长。

支撑中药饮片行业市场规模未来五年变化的因素如下。

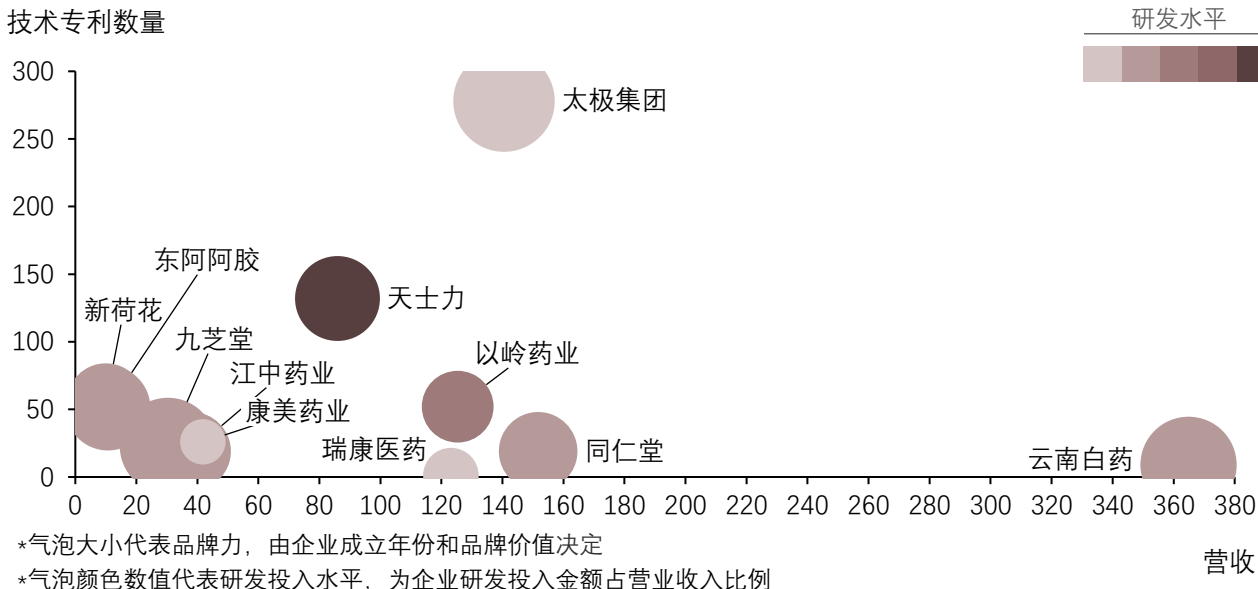
- **中药饮片炮制技术创新和设备自动化、智能化热潮即将来临。**《中医药法》第27条支持传统炮制工艺与现代科技结合研究，为技术创新提供法律支撑。互联网、物联网、传感器等高新技术发展，大数据及计算机技术的集成与协同应用助推中药炮制装备改进，推动装备升级，促进信息化、自动化和智能化。
- **中药饮片企业数量增多，行业竞争增强，有望出现龙头企业。**新兴企业数量增多，同仁堂、康美等老字号企业规模不断扩大。
- **中药饮片联采及降价推动规模化，提升集中度。**2023年5月，全国首次中药饮片省际联采公示：21个品种、42个品规中100家企业入选，头部占比较高，平均降价29.5%，最大降幅达56.5%。长远看，联采将提升行业集中度，降低大品种饮片价格，提高中医医疗服务公司生产加工效率，提升饮片质量，增强中医医疗机构疗效及患者满意度。

来源：《中国中药杂志》，《环球中医药》，中国知网，头豹研究院编辑整理

# 中国中药饮片行业竞争格局总览

中药饮片市场分梯队，前端龙头占主导，后端区域特色强，未来市场竞争加剧，统一市场格局渐成

中国中药饮片行业竞争格局气泡图



## 中国中药饮片行业参与玩家竞争格局形成清晰梯队

中药饮片市场集中度低，以微小企业为主，龙头企业如云南白药、太极集团、同仁堂、以岭药业等居前端，具规模及渠道优势，覆盖全国；后端梯队如康美药业、江中药业、东胶阿胶、新荷花等，销售具备区域特色，打造核心竞争力，重点区域市场覆盖率高。

形成梯队的原因包括：

- 中药饮片质量高、信誉好是行业重头指标。**太极集团等中华老字号企业凭借深厚品牌积淀和传统医药优势，以高品质和好口碑赢得市场。然而据2022年国家药品抽检报告，中药饮片不合格率达3.22%，远高于其他药品，且行业内存在染色、增重、掺假等问题，凸显了高质量发展和信誉建设的重要性。
- 资金技术壁垒加剧企业分化。**2022年国家药监局发布《国家中药饮片炮制规范》，并加强《中华人民共和国药品管理法》等法规的修订，加强对药品GMP认证和设备改造、环境监控等方面投入的管理。企业为提升研发、工艺、设备自动化等投入增加，但资金差异导致企业差距扩大。

未来中药饮片行业市场竞争加剧且逐步形成全国统一的饮片大流通市场格局，原因包括：

- 统一标准将促进市场流通。**2022年1月，中国19省86个城市开展中药联合采集工作，其中包含中药饮片。同年4月，国务院出台《关于加快建设全国统一大市场的意见》建议加快建设全国统一的市场规则。统一的饮片炮制标准将加快成型，有助于改善省级割裂现象和跨区域流通壁垒，促进饮片产业的良性发展。
- 外资竞争压力加剧行业竞争。**2020年11月15日，中国签署了区域全面经济伙伴关系协定，承诺更开放并强化外资管理。中国饮片领域一直限制外商投资的情况遭受压力和争论。2020年3月，平安津村收购国内中药饮片公司，进入市场竞争。此举将增加国内企业竞争压力，加剧行业竞争。

来源：各企业官网，Wind，天眼查，头豹研究院编辑整理

## Chapter 2

# 中国中药饮片行业企业介绍

---

□ 云南白药

□ 同仁堂

## 代表企业介绍—云南白药

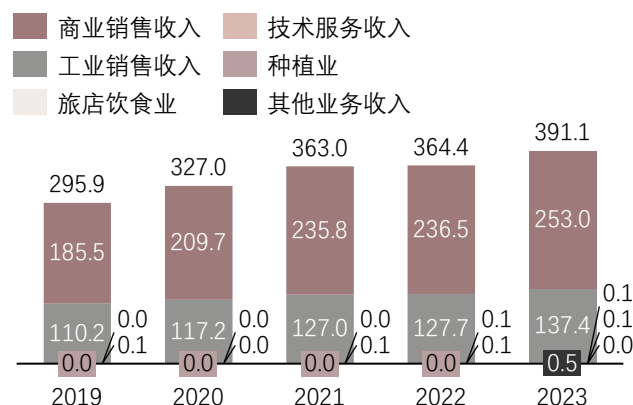
云南白药以四大事业部为核心，打造多品类领先产品，创新驱动发展，稳居中医药行业领先地位

### 企业基本信息

- 企业名称 云南白药集团股份有限公司
- 成立时间 1993年
- 企业总部 中国云南
- 主营业务 云南白药以四大事业部为核心，主营药品、健康品、中药资源及医药流通业务。药品事业部专注于云南白药系列产品的生产和销售，涵盖止血镇痛、消肿化瘀等多个领域。健康品事业部以牙膏为核心，拓展口腔护理和养元青防脱洗护等新品类。中药资源事业部致力于云南省特色药用植物资源的种植、加工和销售，提供中药原料和成品。云南省医药有限公司则专注于药品流通领域，为上下游客户提供优质的现代医药供应链服务。

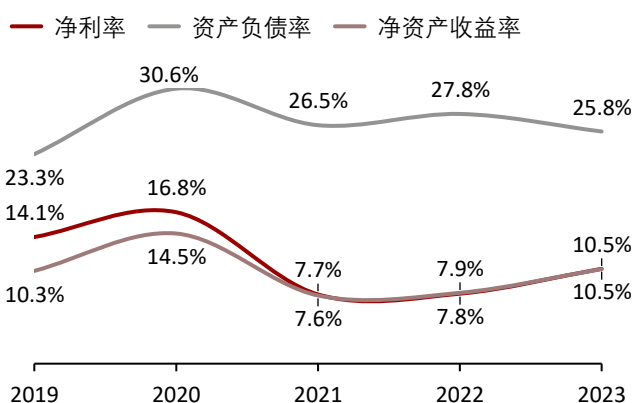
### 云南白药主营业务及营收情况，2019-2023

单位：[亿元]



### 云南白药财务指标走势，2019-2023

单位：[亿元，%]



### ■ 云南白药研发实力强劲，多产品领跑行业

云南白药在中医药行业中以其卓越的创新能力和市场地位而备受瞩目。其坚持“客户化创新”、“社会化创新”和“数智化创新”三大策略，将传统中药与现代生活紧密结合，实现了从单一止血产品到庞大产业族群的跨越式发展。

云南白药不仅成功打造了多个细分市场的领先产品，如云南白药气雾剂、牙膏、创可贴等，而且在医药流通领域也保持着区域性领先地位，充分证明了其在中医药行业的领导地位。云南白药牙膏在2023年占据了国内市场份额的24.60%，持续领跑行业；云南白药（散剂）在肌肉-骨骼系统骨伤类全身用药中成药零售市场中占据了14.5%的份额，排名第一；而其气雾剂在同类市场中的份额更是高达91.0%，名列榜首。

云南白药不仅注重中药品种的二次开发，还以研发投入和科技力量推动全新中医药产品的创新。在中药新药研发方面，其集中资源孵化多款中药1.1类新药重点研发项目，如全三七片、附杞固本膏等，展现了其在中药新药研发方面的强大实力。

来源：云南白药年报，云南白药官网，Wind，企查查，头豹研究院

## 代表企业介绍—同仁堂

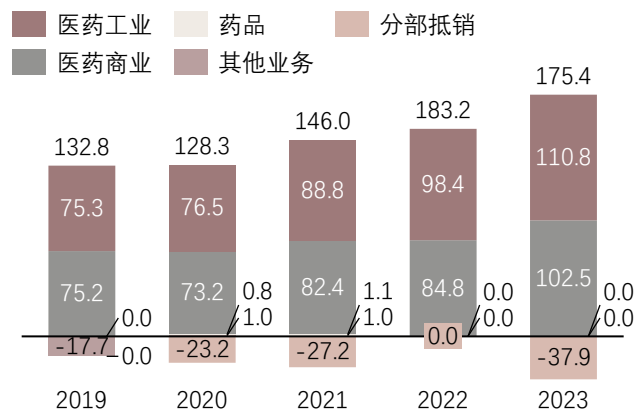
同仁堂凭借深厚底蕴和卓越竞争力，在中医药行业领先，产品多样且优质，智能化生产助其稳健发展

### 企业基本信息

- 企业名称 北京同仁堂股份有限公司
- 成立时间 1997年
- 企业总部 中国北京
- 主营业务 同仁堂的主营业务是生产和销售传统中成药。其拥有超过400个品规的中成药，涵盖了丸剂、散剂、酒剂、胶囊剂、口服液、滴丸剂等20余个产品剂型，并形成了心脑血管系列、妇科系列、酒剂系列等多个不同系列品种群。其代表产品包括安宫牛黄丸、同仁牛黄清心丸、同仁大活络丸、同仁乌鸡白凤丸、坤宝丸、国公酒和骨刺消痛液等。此外，同仁堂还致力于中药新药的研发，如自主研发的巴戟天寡糖胶囊，为中轻度抑郁症的治疗提供了新的中药选择。

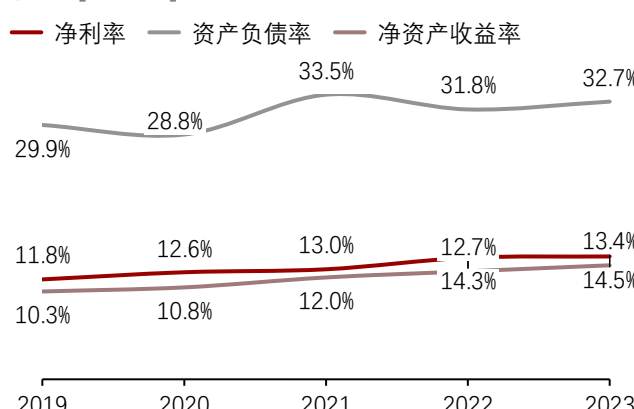
### 同仁堂主营业务及营收情况，2019-2023

单位：[亿元]



### 同仁堂财务指标走势，2019-2023

单位：[亿元，%]



### ■ 同仁堂中成药产品受消费者喜爱，屡获行业榜单前列

同仁堂，作为中医药行业的老字号企业，凭借其深厚的历史底蕴和卓越的竞争优势，在行业内树立了无可替代的地位。同仁堂多次荣获各类榜单前列的荣誉，如2024中国创新品牌500强第22位、2023中国药品零售排行榜（中药）TOP50第四位等，充分证明了其在中医药行业的领导地位。

同仁堂常年生产的中成药超过400个品规，涵盖了心脑血管、补益、清热、妇科、儿科等多个医疗领域。这些产品不仅数量众多，而且品质卓越，以安宫牛黄丸、同仁牛黄清心丸等为代表的产品更是深受消费者喜爱。丰富的产品资源为同仁堂的品牌发展和稳健经营提供了有力支撑。

同仁堂及子公司拥有多个生产基地，遍布北京、河北等地区，形成了庞大的生产网络。在传承传统生产工艺的基础上，同仁堂大力推进智能化生产，提升产能、降低能耗，逐步打造技术先进、功能完整、绿色环保的工业产业集群。此外，其与重要子公司同仁堂科技、同仁堂商业、同仁堂国药在产品网络、区域等方面形成互补，进一步强化了品牌、品种优势的发挥。

来源：同仁堂年报，同仁堂官网，Wind，企查查，头豹研究院

# 头豹业务合作

## 数据库/会员账号

- 官网原创报告畅读
- 百万行业数据权限
- 数据库API接口服务

## 定制报告

- 多模态搜索引擎
- 行企研究数据库
- 募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

## 定制白皮书

- 细分行业现状梳理
- 行业未来趋势洞察
- 深度研究报告产出

## 市场地位声明

- 评估及调研确认客户竞争优势
- 助力企业品牌影响力广泛传播

## 招股书引用

- 覆盖国民经济19+核心产业
- 内容可授权引用至上市文件以及企业年报中

## 行研训练营

- 依托完整行业研究体系
- 助力学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

## 联系方式

客服电话：400-072-5588

官方网站：[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

合作邮箱：[service@leadleo.com](mailto:service@leadleo.com)

办公地址：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。