



2024年 灵芝类保健食品行业词条报告

头豹分类/制造业/食品制造业、港股分类法/消费品制造/食品饮料

灵芝类保健食品行业全景洞察：药食同源创新与现代科技赋能的市场跃迁 头豹词条报告系列



姜宏丽、钟琪

2025-06-18

未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/食品制造业 消费品制造/食品饮料

摘要 灵芝类保健食品市场规模持续增长，受益于公众健康意识的提升和保健品市场的整体扩张。灵芝作为传统中药材，具有多种健康益处，其保健食品在市场中占据重要地位。然而，严格的监管要求也促使企业提升产品质量，推动行业规范化发展。未来，受产品技术进步和消费者健康意识增强，灵芝类保健食品市场规模有望进一步扩大。

行业定义

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。自2023年纳入食药物质目录，灵芝既能作为普通食品原料应用于食品加工生产中，也能作为保健食品与药品的原料。灵芝在中国保健食品领域占据较为重要的地位，其研发多以灵芝孢子、子实体、菌丝体及其发酵产物为原料，制成保健食品的工艺因对应原料形态不同而有所差异。

行业分类

按照剂型的分类方式，灵芝类保健食品行业可以分为如下类别：

灵芝类保健食品行业基于剂型的分类

剂型是保健食品常见的分类依据。

灵芝保健食品胶囊

一种将灵芝提取物或粉末填充于明胶或其他适宜材料制成的壳内的剂型。胶囊通常易于吞咽，能有效保护内容物免受光线、空气及湿气影响，保持成分稳定性。

灵芝保健食品片剂

将灵芝的有效成分与辅料混合压制而成的扁平固体形式。片剂便于携带、计量准确，适合长期储存和日常服用。

灵芝保健食品口服液

以灵芝提取物为活性成分，配以适宜溶剂制备的液体制剂，可直接服用。口服液通常吸收较快。

灵芝保健食品粉剂

由灵芝原料干燥、研磨成的细粉，有时会加入其他辅助成分以改善口感或提高溶解性。粉剂便于个性化剂量调整。

灵芝保健食品颗粒剂

由灵芝提取物或粉末与适宜辅料混合后制粒而成，通常用于冲泡饮用。颗粒剂具有较好的溶解性和稳定性，便于携带和服用。

灵芝保健食品茶剂

经过适当加工后，可以直接泡水饮用的剂型。茶剂保留了传统饮茶习惯，同时摄入灵芝的健康效益。

灵芝保健食品酒剂

将灵芝浸泡于酒中提取其有效成分，利用酒精作为溶剂和防腐剂。酒剂结合了酒的活血行气作用与灵芝的保健效果。

灵芝保健食品冲剂

将灵芝提取物或粉末与辅料混合，遇水可迅速溶解形成溶液的剂型。冲剂通常包装为小包或瓶装，便于携带和即冲即饮。

灵芝保健食品饮料

将灵芝提取物与其他调味成分混合，制成可直接饮用的液体产品，旨在提供便利的保健方式，同时满足口感需求。

灵芝保健食品丸剂

将灵芝原料与辅料混合制成的小球形固体剂型，通常利用塑形或滴制法制备。丸剂易于吞咽，适合慢性调理使用。

灵芝保健食品膏剂

通常指将灵芝有效成分浓缩，加入适宜基质制成的半固体或粘稠液体状态。膏剂可直接食用或涂抹，具有较长的保质期和独特的滋补作用。

行业特征

灵芝类保健食品的行业特征包括：灵芝具有丰富的药理作用，其在保健食品领域的应用前景广阔；行业属于保健食品，不以治疗为目的；政策利好传统中药材进入保健食品渠道。

1 灵芝具有丰富的药理作用，其在保健食品领域的应用前景广阔

灵芝所含化学成分多且复杂，因所用菌种、培养方法和提取方法等不同而异。灵芝多糖类和三萜类是灵芝的主要有效成分，其他有效成分包括甾醇、小分子蛋白、腺嘌呤核苷、生物碱等。灵芝的药理作用包括免疫调节、抗肿瘤、镇静催眠、镇痛、抗焦虑和抗抑郁等。另外，灵芝也具有解救毒蕈中毒所致多器官衰竭及抗疲劳作用。

2 行业是保健食品的细分赛道，不以治疗为目的

灵芝类保健食品明确归属于保健食品的范畴，产品的主要功能是调节身体机能和改善健康状况，而非直接用于治疗疾病。保健食品强调长期且持续的健康效益，通过日常摄入来提升身体素质和预防疾病。因此，灵芝类保健品在研发、生产和销售过程中，都需严格遵守国家关于保健食品的相关法律法规，确保产品的安全性和有效性，同时避免误导消费者将其当作治疗疾病的替代品。

3 政策利好传统中药材进入保健食品渠道

随着国家对中医药文化的重视和推广，以及国民健康需求的多样化，相关政策对传统中药材进入保健食品渠道给予了大力支持。政府出台了一系列政策措施，简化了审批流程，加强了监管力度，同时鼓励科技创新和产业升级，为灵芝类保健食品等基于传统中药材的保健食品提供了良好的发展环境。

发展历程

行业经历了由科研探索向市场繁荣逐步迈进的历史。在萌芽期，得益于人工栽培技术的突破性进展，灵芝原料供应稳定，药用价值逐渐得到科学验证，为灵芝类保健食品的研发奠定了坚实基础。进入启动期，随着国家政策的支持与行业规范的建立，市场逐步规范化，产品种类日益丰富，消费者认知度显著提升，行业初具规模。而到了高速发展期，灵芝类保健食品市场迎来了前所未有的发展机遇，呈现出快速、健康、可持续的发展态势。

萌芽期 · 1950-01-01~1989-01-01

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、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；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，开启灵芝的临床研究；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。

人工栽培技术驱动规模化生产实现，灵芝原料的供应变得更加稳定和可靠，为灵芝类保健食品的研发和生产提供了坚实的物质基础。同时，“药健字”审批管理的实施，标志着国家对保健食品行业的监管开始走向规范化、法制化，为灵芝类保健食品的健康发展提供了政策保障。

启动期 · 1990-01-01~2015-01-01

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，已注册的灵芝保健食品达25件，行业初具规模。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。2003年，国务院明确了国家食药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。

灵芝的药用价值得到国家层面的法定确认后，更多科研机构和企业开始关注灵芝的深入研究，推动了行业的技术进步和产品创新。同时，国家食药总局的成立和保健品审批职能的明确，加强了保健食品的监管力度，提高了行业的整体水平和市场竞争力。

高速发展期 · 2016-01-01~2024-01-01

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。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。

政府一系列政策的出台和实施，为灵芝类保健食品行业提供了良好的发展环境和政策支持。同时，随着消费者对健康、养生、保健等方面的需求不断增加，灵芝类保健食品市场呈现出繁荣发展的态势。企业纷纷加大研发和生产投入，推出更多符合市场需求的产品。

| 产业链分析

灵芝类保健食品发展现状

灵芝类保健食品行业产业链上游为原料供应（灵芝中药材及其辅料）环节，多为原材料生产商及贸易商，包括各种动植物提取物的生产厂商以及部分农产品生产及加工厂商、医药原料制造化学制品厂商，涉及行业有制药、动植物提取物以及农产品生产、加工行业；产业链中游为灵芝类保健食品的供应环节，主要提供产品方案，包括产品开发（配方研究、工艺设计、产品标准研究和注册支持）和产品生产（订单管理、原料采购、全过程检测和生产及交付）；产业链下游为药店、超市等销售终端及消费者环节，多为保健食品品牌运营商以及流通领域的各种渠道商。

灵芝类保健食品行业产业链主要有以下核心研究观点：

灵芝类保健食品的生产和加工环节竞争激烈。

各企业在提取技术、配方研发和生产效率方面不断创新，以获得市场优势。提取技术的先进性直接影响灵芝有效成分的含量和产品的整体质量。大多企业投资于高效能的提取设备和工艺，以提高产品纯度和功效。同时，配方研发也成为竞争的关键，企业通过科学研究不断优化产品配方，以满足不同消费者的需求，提高产品的市场竞争力。此外，生产效率的提升也是企业竞争的重点，通过自动化和智能化生产线的引入，企业不仅能够提高生产速度，还能保证产品质量的稳定性和一致性，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

国民对灵芝类保健食品多样化需求增多。

当前，消费者对于消费习惯的多样化需求日益显著，尤其在灵芝保健品领域。潜在客户对灵芝产品的形式和用途有着多样化的需求，例如灵芝茶、灵芝饮料、以及灵芝代餐等。因此，灵芝产业的上游需求扩展生产基地，以满足市场不断增长的需求。中游企业则需要增加研究经费，并招聘多方面的人才，以扩展产品的形态和功能。而在下游市场，公司应加强市场调研，针对消费者需求调整产品推广策略。

上

灵芝类保健食品产业链上游分析

生产制造端

原料供应商（灵芝及其辅料）

上游厂商

浙江寿仙谷医药股份有限公司	福建仙芝楼生物科技有限公司	云南白药集团股份有限公司	四川仙牌灵芝集团有限公司	
重庆三峡云海药业股份有限公司	河北天汇康药业有限公司	哈药集团世一堂制药厂	芍花堂国药股份有限公司	四川省中药饮片有限责任公司
四川新荷花中药饮片股份有限公司				

上游分析

灵芝原料价格相对稳定，有助于中游保健食品厂商控制成本并提高产品竞争力。

2023年以来，中国家统灵芝单价稳定在28元/千克。价格稳定性反映了灵芝原料市场的供需平衡和生产成本的相对稳定。首先，灵芝原料的价格稳定有助于中游保健食品生产企业制定长期的生产和销售计划。**稳定的原材料价格减少了企业的成本波动风险，使企业能够更好地控制生产成本，提高产品的价格竞争力。**其次，灵芝原料的供应稳定性和质量保证是中游保健食品生产的关键因素。灵芝的种植和采集需要特定的环境条件和管理技术，稳定的供应渠道和高质量的原料可确保保健食品的品质和安全性。

多样化的灵芝种类为中游保健食品厂商提供了广泛的选择空间和创新机会。

现阶段，中国可确认的灵芝属物种已有124种，占世界已知灵芝种类的88%。首先，多样化的灵芝种类为中游保健食品厂商提供了广泛的选择空间。不同的灵芝品种含有不同的活性成分如多糖、三萜类化合物、蛋白质和微量元素等，这些成分在免疫调节、抗肿瘤和抗氧化等方面具有不同的功效。**企业可根据具体产品的功能需求选择合适的灵芝品种，开发出更具针对性和多样化的保健食品，满足不同消费者的需求。**其次，丰富的灵芝资源有助于中游企业进行产品创新和差异化竞争。通过研究和利用不同灵芝品种的独特成分，企业可开发出具有独特卖点的新产品，提高产品的市场竞争力。

中

灵芝类保健食品产业链中游分析

品牌端

灵芝类保健食品研产销商

中游厂商

北京同仁堂股份有限公司	浙江康恩贝制药股份有限公司	广州白云山医药集团股份有限公司	云南白药集团股份有限公司	
浙江寿仙谷医药股份有限公司	九芝堂股份有限公司	汤臣倍健股份有限公司	吉林敖东药业集团股份有限公司	华润三九医药股份有限公司
哈药集团有限公司				

中游分析

剂型分布体现不同剂型在市场上的优势和适用场景，胶囊剂型因其多方面的优点成为主流。

截至2024年7月17日，从中国累计已注册的灵芝保健食品剂型看，胶囊占58.14%成为主流剂型，片剂占9.37%，粉剂占8.86%，口服液占6.70%。首先，胶囊剂型具备多重优势。**胶囊外壳可保护灵芝的有效成分免受外界环境的影响，延长产品的保质期。并且消费者普遍认为胶囊剂型服用方便、剂量准确，易于控制，在市场上广受欢迎。**其次，片剂仍有一定的市场需求，优点在于生产成本低且便于大规模生产；粉剂剂型的市场份额也相对较高，优势在于可灵活调配。

功能分布反映消费者对健康和生活质量的重视，增强免疫力作为主要功能，满足了大多数消费者的健康需求。

截至2024年7月17日，从中国累计已注册的灵芝保健食品功能看，增强免疫力占60.37%，对化学性肝损伤有辅助保护作用占10.37%，改善睡眠占8.79%。首先，**增强免疫力是灵芝保健食品最主要的功能**，灵芝中的多糖、三萜类化合物等活性成分具有显著的免疫调节作用，能够增强机体的免疫功能，提高抵抗力。在当前健康意识不断提升的背景下，增强免疫力的保健食品受到广大消费者的青睐。其次，肝脏是人体重要的代谢和解毒器官，化学性肝损伤在现代社会中较为常见。**灵芝中的活性成分具有抗氧化和抗炎作用，能够减轻肝细胞的损伤，促进肝功能的恢复。发挥这一功能的保健食品在肝病预防方面具有重要的应用价值。**第三，灵芝中某些成分具有镇静和安神的作用，可帮助改善睡眠质量，缓解失眠症状。

下 灵芝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

下游分析

价格上升反映保健食品的市场认可度提高，消费者对高品质产品的需求增加有利于行业。

电商平台数据显示，2024年5月保健食品/膳食营养补充食品的销售均价达149.53元/件，同比增长5.74%。销售均价的提升表明消费者对保健食品的认可度和支付意在增强。灵芝类保健食品作为一种高端的健康产品，也将受益于这一趋势。消费者愿意为高质量、高功效的灵芝保健食品支付更高的价格，这为生产商提供了更大的利润空间。

保健食品市场需求旺盛，电商平台在下游渠道中的重要性日渐凸显。

电商平台数据显示，2024年5月保健食品/膳食营养补充食品的销售量达3,483.77万件，同比增长23.50%。销售量的显著增长表明消费者对保健食品的需求旺盛。随着健康意识的提升，倾向于通过服用保健食品来维护和改善健康状况的人群数量日益增加，这直接推动了含灵芝类保健食品在内的整体市场需求增长。并且，线上渠道已成为保健食品销售的重要途径，电商平台的便捷性和广泛的用户基础使得消费者可轻松购买到各种灵芝保健食品。

行业规模

灵芝类保健食品行业市场规模历史变化的原因如下：

科技进步为灵芝类保健食品行业提供了有力的支撑。

2023年数据显示，中国有超300家企业从事灵芝的种植、生产与销售，全年灵芝产量约13.7万吨。近年来，灵芝的提取和加工技术获得极大提升，灵芝保健食品在市场上的品质和效果得到了更好的保证，灵芝产品的市场需求渐增。同时，科研进展还推动了灵芝在医学和保健领域的创新应用，如用于癌症辅助治疗、抗衰老等，进一步拓宽了灵芝产品的市场需求。

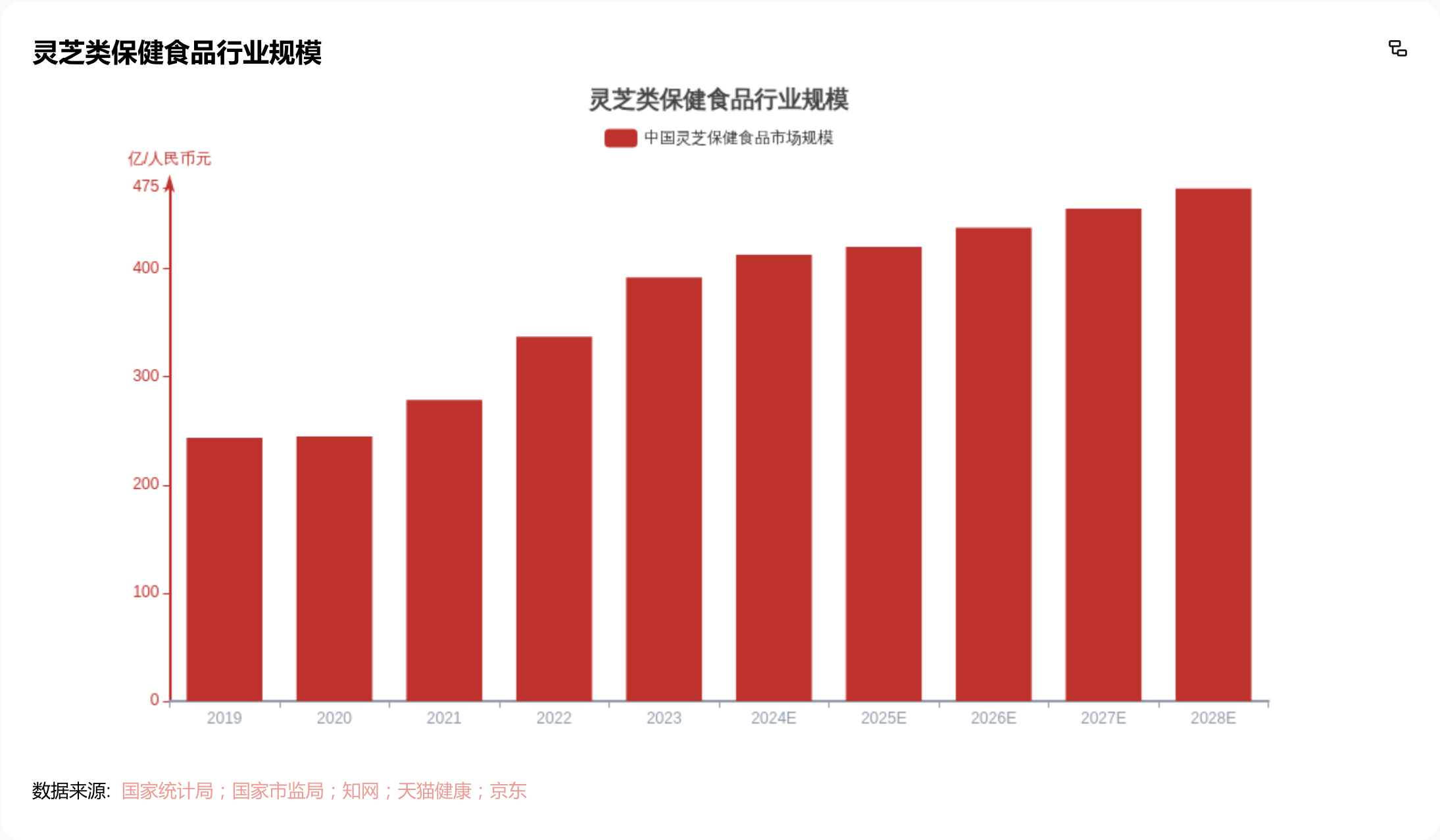
政策利好是推动灵芝类保健食品行业市场规模扩大的关键因素。
截至2024年7月17日，中国已注册的灵芝保健食品达1,388件。近年来，国家对中医药产业的支持力度显著增强，将灵芝等中药材纳入保健食品原料目录，为其在保健食品领域的应用提供了更广阔的空间。备案制的实施简化了保健食品的注册流程，降低了企业的市场准入门槛，使得更多企业愿意投入灵芝类保健食品的研发和生产，促进了灵芝产业的快速发展，推动了市场规模的扩大。

灵芝类保健食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：

现阶段居民对保健食品的接受度较低，预计随着市场教育的深入与信任度的建立，需求有望释放。
根据2023年CNKI论文发布的全国居民功能性食品调研数据，关于居民对功能性食品还是保健食品的购买倾向，53.0%居民选择功能性普通食品，20.1%选择保健食品。目前居民对保健食品的需求相对较低，未来随着健康意识的普及和消费者教育的加强，国民对预防性和维持健康的投入意愿将增加，从而直接促进保健食品市场的发展。**针对灵芝类保健食品，因其药材应用历史悠久且健康益处为公众普遍接受，在合适的市场推广和教育下，有潜力吸引更多消费者的关注，行业规模有望逐步扩大。**

行业产品是主要的保健食品之一，累计数量增加体现供给渐增，更多需求得到满足，规模有望继续扩张。
截至2024年12月24日，中国灵芝保健食品的累计注册数量已达1,401件，占整体注册保健食品市场的比重为6.66%；累计备案数量已达1,458件，占整体备案保健食品市场的比重为6.86%。灵芝保健食品在整体保健食品市场中占据重要地位，通过严格注册或较为宽松的备案程序进入市场的产品数量增加，体现企业对该类产品的投入力度加大以及政策支持，有助于巩固灵芝保健食品在整体保健食品市场中的份额。随着供给的增加，增长的需求得到了更多的满足，从而促进了行业规模的进一步扩张。

规模预测



政策梳理政策梳理

	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	10
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人参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	指导性政策			

	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	7
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			

竞争格局竞争格局

灵芝类保健食品概况

行业属于中药材保健食品的细分赛道，竞争激烈，参与者多由中医药企业拓展而来。

灵芝类保健食品行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有九芝堂、汤臣倍健和汤臣倍健等；第二梯队公司有华润三九等；第三梯队有哈药集团等。

灵芝类保健食品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：

政策支持与市场需求的驱动推动行业规范化与多元化。

近年来，中国政府通过《食品安全法》《保健食品监督管理条例》等法规强化行业监管，明确产品标准，打击虚假宣传，为市场规范化奠定了基础。同时，政策鼓励企业加大研发投入，推动灵芝保健品与国际接轨，例如通过“一带一路”战略拓展海外市场，提升行业国际竞争力。另一方面，人口老龄化加速及健康意识提升催生了庞大的消费需求。中国灵芝保健食品规模自2019年起持续增长，线上渠道的快速发展进一步扩大了市场覆盖，三四线城市消费潜力逐步释放。消费者对产品功效与安全性并重，且对便捷性、个性化需求显著增强，促使企业通过差异化产品争夺市场份额。

技术创新与品牌建设引领行业竞争升级。

技术创新是推动灵芝类保健食品行业发展的重要动力。现代生物技术的应用使得灵芝的有效成分提取工艺不断优化，提高了产品的纯度和功效，同时也促进了新产品的开发。这不仅满足了消费者日益增长的健康需求，也为企业的差异化竞争提供了可能。此外，品牌的建设和推广成为企业在激烈市场竞争中脱颖而出的关键因素。通过加强品牌宣传、提升产品质量和服务水平，知名企业和新兴品牌都在努力扩大市场份额，提高消费者的认知度和忠诚度。这一系列动作进一步巩固了当前的行业竞争格局。

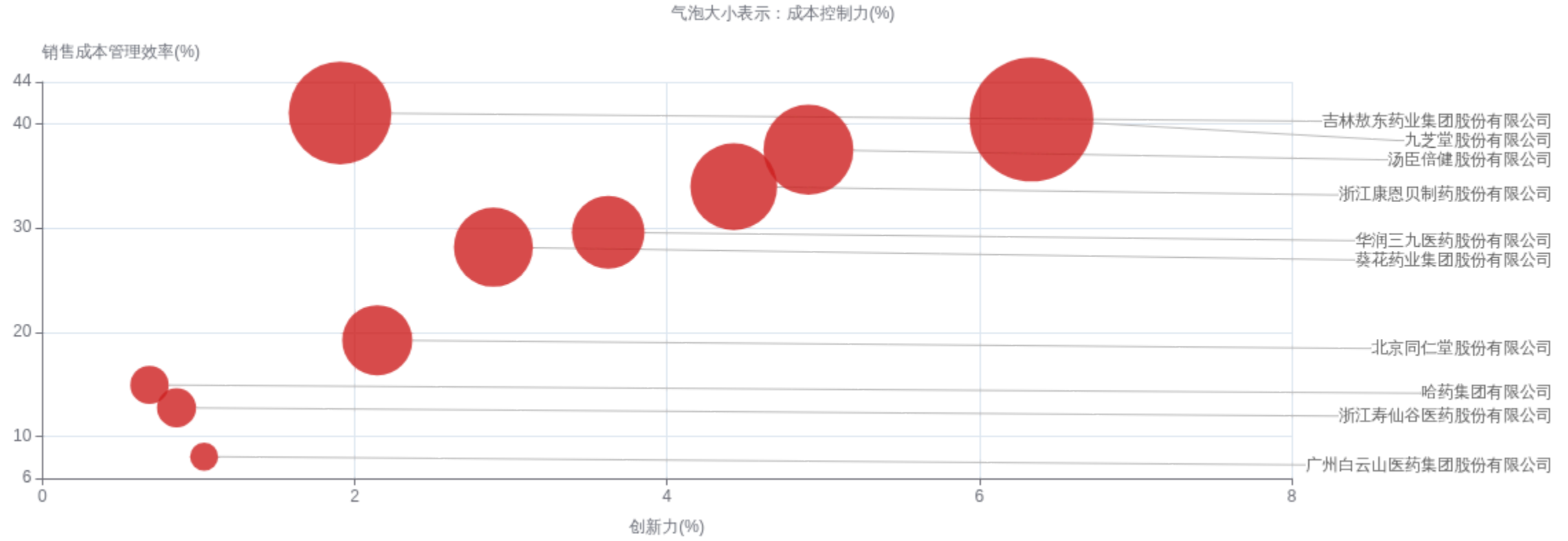
灵芝类保健食品行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：

中国人口老龄化加剧，行业需求增长是必然趋势，预计将有更多企业入局，竞争格局或将发生显著变化。

根据联合国数据，2035年中国65岁及以上人口规模约3.15亿人，占全国总人口的22.5%；2050年该规模将达到3.95亿人，占比近30.1%。随着老年人口的增加，国民对于健康与保健的需求显著增长，尤其是对具有传统养生功效的灵芝类保健食品需求更为突出。老年群体通常更加关注身体健康，愿意投资于能够提高生活质量、预防疾病和促进健康的产品，可预见将有更多的企业涌入灵芝保健食品领域，行业的竞争格局或将发生深刻变化。

国民对保健食品的认知和接受度仍有提升的空间，提升后或将吸引更多企业入局。

根据2023年CNKI论文发布的全国居民功能性食品调研数据，关于居民对功能性食品还是保健食品的购买倾向，功能性普通食品占比53.0%，保健食品占比20.1%，不确定占比26.9%。当前国民对保健食品的认可度和信任度仍相对较低，保健食品市场仍有巨大的发展潜力。随着健康意识的普及和科学知识的传播，未来国民对保健食品的认知和接受度有望逐步提高，也将直接刺激保健食品市场需求的增长。面对这一市场机遇，预计将有更多的企业涌入保健食品领域，尤其是灵芝保健食品这一细分市场，行业格局或将改变。



上市公司速览

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 >	25.9	46.3

浙江康恩贝制药股份有限公司（ 600572 ）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	51.8亿元 >	15.5	61.1

广州白云山医药集团股份有限公司（ 600332 ）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	229.5亿元 >	6.1	22.1

云南白药集团股份有限公司（ 000538 ）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	107.7亿元 >	2.5	30.0

浙江寿仙谷医药股份有限公司（ 603896 ）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.2亿元 >	7.2	82.9

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 >	-	61.3

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 >	26.3	69.7

吉林敖东药业集团股份有限公司（ 000623 ）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	8.6亿元 >	9.3	38.6

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

哈药集团股份有限公司（ 600664 ）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	114.9亿元 >	15.1	25.3

企业分析

1 九芝堂股份有限公司【000989】

■ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	85594.2012万人民币
企业总部	长沙市	行业	医药制造业
法人	孙光远	统一社会信用代码	91430000712191079B
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1999-05-12
品牌名称	九芝堂股份有限公司	经营范围	许可项目：药品生产；药品批发；药品零售；食品生产；食品销售；饮料生产；药品委托生产；药品进出口；药用辅料销售；保健食品生产；餐饮服务（不产生油烟、异味、废气）；道路货物运输（不含危险货物）；道路危险货物运输；特殊医学用途配方食品生产。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食品销售（仅销售预包装食品）；中药提取物生产；再生资源销售；特殊医学用途配方食品销售；货物进出口；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；医学研究和试验发展；医学研究和试验发展（除人体干细胞、基因诊断与治疗技术开发和应用）；保健食品（预包装）销售；中草药收购；食用农产品批发；第一类医疗器械销售；食品添加剂销售；信息技术咨询服务；食品进出口；专用化学产品销售（不含危险化学品）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

■ 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	1.08	1.15	0.9	1.3	1.33	1.2	1.13	1.08	0.91	/	
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
资产负债率(%)	15.2761	13.7648	23.3379	17.8599	18.614	22.5985	24.5995	24.6827	25.9387	/	
营业总收入同比增长(%)	9.2671	206.7997	42.0157	-16.7255	0.6826	11.8053	6.3102	-19.843	-2.3819	/	
归属净利润同比增长(%)	16.7895	38.3792	9.2734	-52.7585	-42.895	41.7197	-0.5925	32.246	-16.9209	/	
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
应收账款周转天数(天)	51.8583	24.1857	115.3332	191.0591	71.9123	43.8955	60.0964	86.8785	97.2812	/	
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
流动比率	3.9833	4.7537	2.7148	3.3873	2.9987	2.5709	2.3695	2.3576	2.2649	/	
每股经营现金流(元)	0.4485	0.7044	0.1748	0.4899	0.9792	0.7012	0.4209	0.5831	0.1269	/	
毛利率(%)	79.1659	59.8766	68.5502	62.3859	61.553	60.4757	58.9963	58.7297	60.5453	/	
流动负债/总负债(%)	87.5016	88.8576	94.0709	90.8607	92.303	93.8665	90.0061	92.4123	93.2334	/	
速动比率	2.9899	3.6812	2.2425	2.7336	2.2145	1.9069	1.6747	1.736	1.5186	/	
摊薄总资产收益率(%)	14.2302	14.068	13.3476	5.981	3.6776	5.4078	5.1852	6.7216	5.5741	/	
营业总收入滚动环比增长(%)	-207.3298	11.2778	11.6404	-23.0055	25.494	8.573	/	/	/	/	
扣非净利润滚动环比增长(%)	2598.3688	29.368	33.9538	-93.1124	-205.6484	74.623	/	/	/	/	
加权净资产收益率(%)	30.1	16.56	16.49	7.52	4.7	6.94	6.91	9.1	7.55	/	
基本每股收益(元)	1.03	0.75	0.82	0.39	0.23	0.3242	0.3167	0.4182	0.3475	0.1689	0.1689
净利率(%)	54.0476	24.3831	18.7558	10.5181	5.8639	7.5782	7.0821	11.6884	9.99	/	
总资产周转率(次)	0.2633	0.577	0.7117	0.5686	0.6272	0.7136	0.7322	0.5751	0.558	/	
归属净利润滚动环比增长(%)	162.5348	17.6066	34.7468	-192.8215	-73.2093	42.9609	/	/	/	/	
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
每股公积金(元)	2.4824	2.0282	2.0287	2.0287	2.028	2.0275	1.937	1.8089	1.8096	/	
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
存货周转天数(天)	749.5315	187.3146	178.3668	176.4182	168.7052	159.6806	170.2289	224.1873	263.6397	/	
营业总收入(元)	871512680.71	2673798043.47	3797212593.87	3162109003.02	3183694789.58	3559540963.73	3784155236.54	3033265859.73	2961017652.73	1079482203.93	1679482203.93
每股未分配利润(元)	1.28	1.4832	1.8407	1.7041	1.4867	1.3821	1.2997	1.3368	1.2843	/	
稀释每股收益(元)	1.03	0.75	0.82	0.39	0.23	0.3242	0.3167	0.4182	0.3475	0.1689	0.1689
归属净利润(元)	471031522.79	651809785.1	712254464.85	336479563.54	192146815.99	272309874.61	270696505.84	357985434.12	297411075.45	144601666.94	204541666.94
扣非每股收益(元)	1.01	0.7	/	/	0.18	0.2976	/	/	/	/	
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
经营现金流/营业收入	0.4485	0.7044	0.1748	0.4899	0.9792	0.7012	0.4209	0.5831	0.1269	/	

九芝堂股份有限公司竞争优势

▪ 竞争优势

九芝堂拥有中成药、贵细饮片、生物制药、大健康系列产品，形成以疏血通注射液、驴胶补血颗粒、六味地黄丸、阿胶、安宫牛黄丸、足光散、补肾固齿丸、裸花紫珠片、斯奇康等产品为核心驱动的发展引擎，品类覆盖心脑血管、补肾、补血、妇儿、五官科等各个领域，全方位、全生命周期守护大众健康。

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，并应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，在未详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

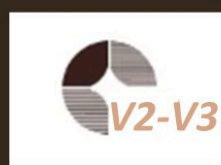
企业标准版



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



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588