

# 2025-2031年中国中医药保健品行业市场发展模式 及战略咨询研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2025-2031年中国中医药保健品行业市场发展模式及战略咨询研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202011/910324.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-600-8596、400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

为了深入解读中医药保健品行业发展现状以及研判未来走向，智研咨询精心编撰并推出了《2025-2031年中国中医药保健品行业市场发展模式及战略咨询研究报告》（以下简称《报告》）。这份报告不仅是对中国中医药保健品市场的一次全面而细致的梳理，更是智研咨询多年来持续追踪、实地踏访、深入研究与精准分析的结晶。它旨在帮助行业精英和投资者们更加精准地把握市场脉搏，洞察行业趋势，为未来的决策提供有力支持。

《报告》主要研究中国中医药保健品产业发展情况，细分市场包含人参类中药保健品、虫草类中药保健品、银杏叶类中药保健品、保健茶、月见草油类中药保健品、固元膏六大部分，涉及中医药保健品市场规模、产品结构、消费人群等细分数据。

《报告》从国内外经济环境、国内政策、发展趋势等方面入手，全方位分析了中医药保健品产业发展状况，对业界厂商掌握产业动态与未来创新趋势提供相应的建议和决策支持。

中药类保健食品是指具有特定保健功能的产品，它是以中医理论为指导，以中药材（含植物、动物、矿物等）或其提取物为主要原料，通过现代工艺加工而成的具有特定保健功能的产品。

目前中药保健品（纯中药及含中药成分）的种类，主要以改善睡眠，增强免疫力、缓解体力疲劳、缓解视疲劳、改善营养性贫血、辅助降血脂、保肝、改善记忆，减肥辅助降血糖、通便、祛黄褐斑、清咽等。因此，中医药保健品可细分为补钙型保健品、补肾型保健品、改善睡眠保健品、儿童膳食补充剂、滋补养颜保健品等。

健康是人类社会永不衰败的一个话题，每个人都渴望远离疾病，拥有较高的生活质量。保健品作为大健康产业的重要组成部分，随着社会经济的高速发展，人民的生活水平在不断提高，健康意识逐渐增强，保健食品需求日益旺盛，市场规模稳定增长。

随着消费者需求的多样化，保健品市场产品更为丰富。中医药保健品采用中医药理念，利用符合中药配伍规律的中药配方进行保健品的研发和生产，符合我国居民养生保健需求，中医药保健用品和其他保健用品越来越受到人们的青睐。近年来，我国中医营养保健品市场规模逐步扩大。2024年我国中医营养保健品市场规模约为1380亿元。其中，人参类中药保健品市场规模为125.7亿元，虫草类中药保健品市场规模为134.2亿元，银杏叶类中药保健品市场规模为52.8亿元，保健茶市场规模为378.5亿元，月见草油类中药保健品市场规模为25.2亿元，固元膏市场规模为168.4亿元，其他中医药保健品规模为495.2亿元。

中医药保健品行业产业链上游是各种原材料生产商，主要原材料包括中药材、中药材提取物和其他食品添加剂成分等，其中，中药材的价格对中药保健品行业的生产和成本影响较大；行业中游为中医药保健品生产，生产企业主要负责生产加工和包装等；行业下游主要通过商超、药店、连锁店、电商等渠道进行销售，终端是广大消费者。

据统计，中老年人群中使用中医药保健品的集中在50—75岁这个年龄段，随着人们生活质

量的不断提高，中老年人的保健意识在不断增强，中医药保健品的应用也在不断扩大。据统计，2024年，我国60周岁及以上3.1亿人，较2023年增加0.04亿人；65周岁及以上2.2亿人，较2023年增加0.03亿人。随着我国老龄人口逐渐增多，中药保健品下游需求将会保持稳步提升，为行业发展提供了巨大的发展空间。

目前，国内大部分保健食品的功能大多集中在免疫调节、降血脂、缓解体力疲劳三个方面，产品同质化严重，导致产品间的竞争较为激烈。随着市场的激烈竞争，国内中医药保健品行业逐渐呈现头部集中化，中小企业分化的态势。目前，我国中医药保健品行业主要企业包括东阿阿胶、健康元药业、九芝堂

、启迪古汉、云南白药、恒康医疗、康美药业、交大昂立、汤臣倍健、同仁堂、白云山等。昂立股份保健品板块的主要业务是保健品、保健食品和保健品原料的研发、生产、销售。保健品主要是以肠道微生物制剂益生菌和中草药植物提取物为核心，开发具有改善肠道菌群失调、增强免疫力、抗疲劳、抗氧化、调节血脂、调节血糖、对化学性肝损伤有一定保护作用等多种功能的系列产品，从不同角度满足不同人群的健康需求。据企业公告数据显示，2023年昂立股份保健品营业收入1.35亿元，较2022年减少0.56亿元。

智研咨询研究团队围绕中国中医药保健品产业规模、产业结构、重点企业情况、产业发展趋势等方面进行深入分析，并针对中医药保健品产业发展中存在的问题提出建议，为各地政府、产业链关联企业、投资机构提供参考。

报告目录：

## 第一章 中医药保健品行业相关概述

### 第一节 中医药保健品行业相关概述

#### 一、中医药保健品定义

#### 二、中医药保健品种类

#### 三、中医药保健品开发现状

### 第二节 中医药保健品行业经营模式分析

#### 一、采购模式

#### 二、销售模式

## 第二章 中医药保健品行业发展环境分析

### 第一节 中国经济发展环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

### 三、社会固定资产投资分析

### 四、全社会消费品零售总额

### 五、城乡居民收入增长分析

### 六、居民消费价格变化分析

## 第二节 中国中医药保健品行业政策环境分析

### 一、中医保健食品行业监管体制

### 二、中医保健食品行业政策法规

### 三、中医保健食品所属行业进出口政策

### 四、中医保健食品“十四五”规划

## 第三节 中国中药保健食品行业技术环境分析

## 第三章 中国保健食品所属行业经济运行分析

### 第一节 中国保健食品所属行业主要经济指标

### 第二节 中国保健食品所属行业规模分析

#### 一、保健食品所属行业企业规模分析

#### 二、保健食品所属行业资产增长分析

#### 三、保健食品所属行业销售收入分析

#### 四、保健食品所属行业利润总额分析

### 第三节 中国保健食品所属行业经营效益分析

#### 一、偿债能力分析

#### 二、盈利能力分析

#### 三、运营能力分析

### 第四节 中国保健食品所属行业成本费用分析

#### 一、销售成本统计

#### 二、主要费用统计

## 第四章 中国中医药保健品市场现状分析

### 第一节 中国保健品市场分析

#### 一、中国保健品市场现状

#### 二、中国保健品市场规模

#### 三、中国保健品产品结构

#### 四、中国保健品重点品牌

### 第二节 中国中医药保健品市场规模分析

#### 一、中医药保健品市场规模分析

#### 二、中医药保健品重点品牌分析

### 三、中医药保健品市场规模预测

#### 第三节 中国中医药保健品细分市场分析

- 一、补钙型保健品
- 二、补肾型保健品
- 三、改善睡眠保健品
- 四、儿童膳食补充剂
- 五、滋补养颜保健品

#### 第四节 中国中医药保健品重点产品分析

- 一、冬虫夏草类产品
- 二、月见草油类产品
- 三、人参类产品
- 四、银杏叶类产品
- 五、保健茶类产品
- 六、固元膏产品

### 第五章 中国中医药保健品市场消费群体分析

#### 第一节 老年消费群体分析

- 一、老年中医药保健品消费人群
- 二、老年中医药保健品消费特征
- 三、老年中医药保健品产品结构
- 四、老年中医药保健品消费潜力

#### 第二节 女性中医药保健品市场机会分析

- 一、女性中医药保健品消费人群
- 二、女性中医药保健品消费特征
- 三、女性中医药保健品产品结构
- 四、女性中医药保健品消费潜力

#### 第三节 男性中医药保健品市场机会分析

- 一、男性中医药保健品消费人群
- 二、男性中医药保健品消费特征
- 三、男性中医药保健品消费潜力

#### 第四节 亚健康中医药保健品市场机会分析

- 一、亚健康中医药保健品消费人群
- 二、亚健康中医药保健品消费特征
- 三、亚健康中医药保健品消费潜力

## 第六章 中国中医药保健品市场渠道分析

### 第一节 中医药保健品渠道现状分析

### 第二节 中医药保健品行业渠道发展策略

## 第七章 中国中医药保健品行业产业链分析

### 第一节 中医药保健品行业产业链概述

### 第二节 中医药保健品上游产业发展状况分析

#### 一、中药材产品种类分析

#### 二、中药材播种面积分析

#### 三、中药材销量情况分析

#### 四、中药材价格情况分析

### 第三节 中医药保健品下游应用需求市场分析

#### 一、人口规模结构分析

#### 二、居民保健意识提升

#### 三、居民医疗保健支出

#### 四、疾病护理及亚健康保健

## 第八章 中国中医药保健品所属行业进出口数据分析

### 第一节 中医药保健品所属行业进出口情况分析

#### 一、中医药保健品所属行业进口规模分析

#### 二、中医药保健品所属行业出口规模分析

### 第二节 影响中国中医药保健品所属行业出口的因素分析

#### 一、政策及标准差异

#### 二、技术水平的差异

#### 三、中西文化的差异

#### 四、国际信誉的影响

### 第三节 中国中医药保健品所属行业出口对策及建议

## 第九章 国内中医药保健品生产厂商竞争力分析

### 第一节 东阿阿胶股份有限公司

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、公司经营情况分析

#### 四、企业经济指标分析

### 第二节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

第三节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

第四节 汤臣倍健股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

第五节 北京同仁堂股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

第六节 广州白云山医药集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

第十章 中国中医药保健品行业发展趋势与前景分析

第一节 中国中医药保健品行业投资前景分析

一、保健品行业发展前景分析

二、中医药保健品市场趋势分析

第二节 中国中医药保健品行业投资风险分析

一、政策监管风险分析

二、市场竞争风险分析

三、原料市场风险分析

四、食品安全风险分析

第三节 中医药保健品行业投资策略及建议



## 第十一章 中医药保健品企业投资战略与客户策略分析

### 第一节 中医药保健品企业发展战略规划背景意义

### 第二节 中医药保健品企业战略规划制定依据

#### 一、国家产业政策

#### 二、行业发展规律

#### 三、企业资源与能力

#### 四、可预期的战略定位

### 第三节 中医药保健品企业战略规划策略分析

### 第四节 中医药保健品企业重点客户战略实施

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/910324.html>