

2025-2031年中国中药衍生品行业市场需求分析及 投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2025-2031年中国中药衍生品行业市场需求分析及投资策略研究报告》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/1140024.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

为了深入解读中药衍生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年中国中药衍生品行业市场需求分析及投资策略研究报告》（以下简称《报告》）。这份报告不仅是对中国中药衍生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》主要研究中国中药衍生品产业发展情况，细分市场包含营养保健品、药妆、茶饮料、植物提取物四大部分，涉及中药衍生品总产值、市场需求规模、销售收入、竞争格局等细分数据。

《报告》从国内外经济环境、国内政策、发展趋势等方面入手，全方位分析了中药衍生品产业发展状况，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。

中药衍生品是以传统中医药理论为基础，结合现代科学技术，对中药材进行提取、加工或深加工后形成的多元化产品。中药衍生品对中药材的依赖性较高，它是传统炮制工艺与现代技术的整合，涵盖治疗、保健、预防、美容等多种应用场景。中药衍生品根据产品形态、功能及技术路径可分为中药饮片、中成药、中药提取物、中药保健品、中药日化品、中药功能性食品等类别。

中国中药衍生品行业从传统经验积累到现代科技驱动，历经40余年产业化进程，经历了传统应用阶段（古代至20世纪中叶）、快速发展期（1990-2010年）、标准化和规范化，转型升级阶段（2011-2020年）、创新扩张阶段（2021年至今）四个发展阶段，目前，中药衍生品已成为中医药与大健康产业融合的核心领域。

中药衍生品因其源自天然中药材、具有保健养生功效，特别是对于一些慢性病、亚健康状态以及美容养生等方面的功效。随着人们生活水平的提高，消费者对健康与自然疗法的需求增加以及全球对传统医学的认识和接纳程度提升，中药衍生品越来越受到大家的青睐。同时，随着互联网技术的发展，先进的科学技术和工艺的不断进步，以及在政府政策的大力支持下，我国中药衍生品行业正不断进步和壮大。据统计，2023年，我国中药饮片市场规模2440.47亿元，较2022年增长316.9亿元；中成药市场规模5474亿元，较2022年增长336.6亿元；中医保健品市场规模1200亿元，较2022年增长22亿元。2024年，我国中药饮片市场规模约2568.12亿元，中成药市场规模约5734.3亿元，中医保健品市场规模约1225亿元。

随着人们对健康的关注度提高，中药衍生品在国内市场的需求持续增长。中医药文化的传承和推广也让更多人开始认识和接受中药衍生品的疗效。随着经济水平的提高和消费能力的增强，中药衍生品的市场潜力仍然很大。未来中药衍生品行业将围绕精准化、年轻化、国际化持续突破，重塑全球健康消费格局。中药衍生品行业具有广阔的市场前景和发展机遇。

中药衍生品行业上游原材料主要包括中药材（如植物、动物、矿物）、中药提取物、中药饮

片等，一些常见的中药材主要包括人参、枸杞、大黄、茯苓、车前子、山楂、甘草、山药、杜仲、黄芪等。中药材是中药衍生品的初级原材料，是我国传统药物的主要组成部分。在我国的辽阔大地和海域，分布着种类繁多、产量丰富的天然药材资源，包括植物、动物和矿物。据统计，2023年我国中药材产量539.8万吨，较2022年增加18.85万吨；2024年约为567.3万吨。

中药衍生品下游应用于医疗（治疗疾病）、保健（保健和调理身体）、食品（食品添加剂和保健食品）、日化（化妆品和洗涤剂等）等领域。中药药材在化妆品中的应用历史悠久，为化妆品开发提供了重要的资源支持。随着人们消费水平的提高，越来越多的年轻消费者倾向于选择“绿色”、“有机”的护肤品。近年来，中国化妆品行业正呈现出独有的韧性和创新潜力。2023年，中国化妆品类成交额从2019年的262.01亿元增长至301.69亿元，2024年化妆品类成交额约350亿元。

中药衍生品行业的竞争格局呈现出多元化的趋势。头部企业凭借强大的研发实力和品牌影响力占据优势地位，同时新兴玩家凭借创新产品和精准营销在市场中崭露头角。此外，国内外企业也在积极寻求合作，共同开拓中药衍生品的国际市场。目前，中药衍生品行业代表企业包括云南白药、扬子江药业、片仔癀、石药集团、以岭药业等。

同仁堂主营业务为中成药的生产与销售，拥有包括中药材种植、中药材加工、中成药研发、中成药生产、医药物流配送、药品批发和零售在内的完整产业链条。同仁堂常年生产的中成药超过400个品规，产品剂型丰富，覆盖内科、外科、妇科、儿科等类别。据企业公告数据显示，据统计，2023年同仁堂补益类产品产量3662.71万盒，较2022年增加1564.98万盒；销量3611.89万盒，较2022年增1953.75万盒。

智研咨询研究团队围绕中国中药衍生品产业规模、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，并针对中药衍生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1章 中药衍生品产业发展概述

1.1 行业研究方法 with 统计标准

1.1.1 研究背景及方法

1.1.2 行业数据来源

1.1.3 行业数据统计标准

1.2 中药衍生品产业研究范围界定

1.3 中药衍生品种类

第2章 植物提取物行业发展状况与重点案例分析

2.1 植物提取物行业发展规模分析

2.1.1 资产负债规模

2.1.2 企业数量

2.2 植物提取物行业供求平衡分析

2.2.1 供给情况分析

(1) 总产值分析

(2) 产成品分析

2.2.2 需求情况分析

(1) 销售收入分析

(2) 销售产值分析

2.2.3 所属行业产销率分析

2.3 植物提取物行业竞争格局分析

2.3.1 国际竞争格局

2.3.2 国内竞争格局

2.4 植物提取物行业发展特点分析

2.4.1 区域自然资源优势明显

2.4.2 营销模式由被动型转为主动型

2.4.3 小企业多，未形成龙头优势企业

2.4.4 产品繁多，具有竞争力的品种极少

2.5 植物提取物行业经营模式分析

2.6 植物提取物行业进入壁垒分析

2.6.1 技术门槛

2.6.2 品牌和产品质量

2.6.3 成本控制

2.6.4 销售渠道

2.6.5 规模经营

2.6.6 相关许可证的取得

2.7 植物提取物主要产品市场分析

2.7.1 银杏提取物市场分析

(1) 银杏市场分析

1) 银杏种植面积及区域分布

2) 银杏市场需求分析

(2) 银杏提取物提取方法

- (3) 银杏提取物研究应用
- (4) 银杏提取物所属行业出口分析
- (5) 银杏提取物生产企业
- (6) 银杏提取物市场前景

2.7.2 绿茶提取物市场分析

- (1) 绿茶市场分析
 - 1) 绿茶种植面积及区域分析
 - 2) 绿茶市场竞争格局分析
- (2) 绿茶提取物提取方法
- (3) 绿茶提取物产品功效
- (4) 绿茶提取物研究进展
- (5) 绿茶提取物生产企业
- (6) 绿茶提取物市场分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 产品市场结构分析
 - 3) 品牌市场结构分析
 - 4) 区域市场结构分析
 - 5) 渠道市场结构分析
- (7) 绿茶提取物市场前景

2.7.3 人参提取物市场分析

- (1) 人参市场分析
 - 1) 人参种植面积及区域分析
 - 2) 人参市场需求分析
 - 3) 人参市场价格走势
 - 4) 人参所属行业进出口情况
- (2) 人参提取物研究应用
- (3) 人参提取物生产企业
- (4) 人参提取物市场前景

2.7.4 甘草提取物市场分析

- (1) 甘草市场分析
 - 1) 甘草种植区域分布
 - 2) 甘草市场供求状况
 - 3) 甘草市场行情分析
- (2) 甘草提取物应用领域
- (3) 甘草提取物研究进展

- (4) 甘草提取物生产企业
- (5) 甘草提取物市场前景
- 2.7.5 麻-黄素市场分析
- 2.7.6 大豆异黄酮市场分析
- 2.7.7 当归提取物市场分析
- 2.7.8 紫杉醇市场分析
- 2.7.9 葛根提取物市场分析
- 2.7.10 虎杖提取物市场分析
- 2.7.11 蓝莓/越橘提取物市场分析
- 2.7.12 枸杞子提取物市场分析
- 2.8 植物提取物行业发展战略分析
- 2.8.1 植物提取物产业化发展策略
 - (1) 先期迎合市场，后期培育市场
 - (2) 改进工艺技术，提高科技附加值
 - (3) 改进检测技术、提高产品质量
 - (4) 保护中药资源，防止掠夺收购
- 2.8.2 植物提取物集群化发展策略
- 2.9 康恩贝植物提取物发展案例分析
- 2.9.1 企业发展简况分析
- 2.9.2 企业经营状况分析
- 2.9.3 企业产品结构及新产品动向
- 2.9.4 企业销售渠道与网络
- 2.9.5 企业植物提取物市场分析
- 2.9.6 企业植物提取物研发分析
- 2.9.7 企业经营状况优劣势分析

第3章 营养保健品行业发展状况与重点案例分析

- 3.1 营养保健品行业发展规模分析
- 3.1.1 资产负债规模
- 3.1.2 企业数量
- 3.2 营养保健品行业供求平衡分析
- 3.2.1 供给情况分析
 - (1) 总产值分析
 - (2) 产成品分析
- 3.2.2 需求情况分析

- (1) 销售收入分析
- (2) 销售产值分析
- 3.2.3 所属行业业产销率分析
- 3.3 营养保健品行业竞争格局分析
- 3.4 营养保健品行业盈利因素分析
- 3.5 营养保健品行业经营模式分析
- 3.6 营养保健品行业进入壁垒分析
 - 3.6.1 生产环节壁垒
 - 3.6.2 渠道流通壁垒
 - 3.6.3 品牌壁垒
- 3.7 营养保健品主要产品市场分析
 - 3.7.1 增强免疫力类保健品市场
 - (1) 主要产品类别
 - (2) 产品结构
 - 3.7.2 缓解疲劳类产品市场
 - (1) 主要产品类别
 - (2) 产品结构
 - 3.7.3 降血脂类产品市场
 - (1) 主要产品类别
 - (2) 产品结构
 - 3.7.4 营养补充类产品市场
 - (1) 健脑益智产品市场
 - (2) 补钙类保健品市场
 - (3) 补血类产品市场
 - (4) 补-肾壮阳类产品市场
 - (5) 维生素类产品市场
 - 3.7.5 美容养颜保健食品市场
 - 3.7.6 减肥保健食品市场
 - 3.7.7 改善睡眠类产品市场
 - 3.7.8 降糖类保健品市场
- 3.8 东阿阿胶保健品发展案例
 - 3.8.1 企业发展简况
 - 3.8.2 企业经营情况

第4章 药妆行业发展状况与重点案例分析

4.1 药妆行业发展规模分析

4.1.1 国际药妆市场规模分析

4.1.2 国内药妆行业市场规模

4.2 药妆行业竞争格局分析

4.2.1 竞争层次

4.2.2 竞争地位

4.2.3 国际药妆品牌在华竞争分析

(1) 法国薇姿

(2) 法国理肤泉

(3) 法国雅漾

(4) 法国依泉

(5) 日本芙丽芳丝

(6) 英国清妍

(7) 资生堂DQ

4.3 药妆行业消费者分析

4.3.1 药妆市场消费者消费行为分析

(1) 药妆行业消费特点

(2) 药妆消费人群分析

(3) 药妆消费结构分析

4.3.2 药妆消费者调研

(1) 消费者对药妆认知分析

1) 消费者对药妆认知

2) 消费者品牌知晓度

(2) 消费者行为分析

1) 购买动机

2) 购买考虑因素

3) 消费者购买渠道

4) 消费者新产品知晓方式

4.4 药妆行业影响因素分析

4.5 药妆行业经营模式分析

4.6 药妆行业进入壁垒分析

4.7 药妆产品市场需求现状

4.7.1 保湿类药妆市场分析

(1) 保湿类药妆独特成分分析

(2) 保湿类药妆主要品牌分析

(3) 保湿类药妆消费需求分析

4.7.2 祛斑类药妆市场分析

(1) 祛斑类药妆独特成分分析

(2) 祛斑类药妆消费需求分析

4.7.3 美白类药妆市场分析

(1) 美白类药妆独特成分分析

(2) 美白类药妆主要品牌分析

(3) 美白类药妆消费需求分析

4.7.4 抗衰老类药妆市场分析

(1) 抗衰老类药妆独特成分分析

(2) 抗衰老类药妆主要品牌分析

(3) 抗衰老类药妆消费需求分析

4.7.5 祛痘类药妆市场分析

4.7.6 去角质类药妆市场分析

4.7.7 其它药妆产品市场分析

4.8 药妆行业发展战略分析

4.9 中药企业涉足药妆领域

4.10 马应龙药妆发展案例分析

4.10.1 企业发展简况分析

4.10.2 企业经营状况分析

4.10.3 企业组织架构分析

4.10.4 企业产品结构分析

4.10.5 企业销售渠道与网络

4.10.6 企业药妆研发分析

4.10.7 企业药妆发展规划分析

4.10.8 企业经营状况优劣势分析

第5章 茶饮料行业发展状况与重点案例分析

5.1 茶饮料行业发展规模分析

5.1.1 资产负债规模

5.1.2 企业数量

5.2 茶饮料行业供求平衡分析

5.2.1 供给情况分析

(1) 总产值分析

(2) 产成品分析

5.2.2 需求情况分析

(1) 销售收入分析

(2) 销售产值分析

5.2.3 行业产销率分析

5.3 茶饮料行业竞争格局分析

5.4 茶饮料行业影响因素分析

5.5 茶饮料行业经营模式分析

5.6 茶饮料行业进入壁垒分析

5.7 茶饮料产品市场需求分析

5.7.1 纯茶饮料

5.7.2 红茶饮料

5.7.3 绿茶饮料

5.7.4 汽茶饮料

5.7.5 凉茶饮料

5.8 茶饮料行业发展战略分析

5.9 加多宝凉茶饮料发展案例

5.9.1 企业发展简况分析

5.9.2 企业产品结构分析

5.9.3 企业销售渠道与网络

5.9.4 企业凉茶饮料市场规模

5.9.5 企业凉茶饮料战略布局

5.9.6 企业凉茶饮料竞争策略分析

5.9.7 企业经营状况优劣势分析

图表目录：

图表1：中药衍生品研究背景

图表2：中药衍生品种类

图表3：2020-2024年植物提取物行业资产负债规模及增长情况（单位：万元，%）

图表4：2020-2024年植物提取物行业企业数量情况（单位：家）

图表5：2020-2024年植物提取物行业工业总产值变化趋势图（单位：亿元，%）

图表6：2020-2024年植物提取物行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表7：2020-2024年植物提取物行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表8：2020-2024年植物提取物行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表9：2020-2024年全国植物提取物行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表10：全球植物提取物市场区域分布情况（单位：%）

图表11：中国植物提取物市场区域分布

图表12：中国植物提取物市场竞争格局（单位：%）

图表13：植物提取物行业经营模式分析

图表14：我国银杏分布情况

图表15：银杏提取物提取方法

图表16：绿茶提取物产品功效

图表17：我国茶提取物主要出口企业

图表18：2020-2024年我国茶提取物行业收入情况（单位：万元，%）

图表19：我国茶提取物产品市场结构图（单位：%）

图表20：我国茶提取物区域市场结构图（按产量计）（单位：%）

图表21：我国茶提取物区域市场结构图（单位：%）

图表22：2020-2024年未列名人参进出口状况表（单位：万美元，%）

图表23：甘草种植区域分布

图表24：甘草种植区域分布

图表25：大豆种植区域分布

图表26：2020-2024年全国大豆种植面积及增长情况（单位：万公顷，%）

图表27：2020-2024年全国大豆产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表28：2020-2024年中国大豆消费总量（单位：万吨）

图表29：大豆异黄酮提取方法

图表30：大豆异黄酮作用功效

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1140024.html>