2026-2031年中国中药衍生品产业市场状况与重点案例分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中药衍生品产业发展概述
1.1 行业研究方法与统计标准
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 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
（1）麻黄草市场分析
1）麻黄草种植区域分布
2）麻黄草市场需求
（2）麻黄素提取方法
（3）麻黄素研究应用
（4）麻黄素出口分析
（5）麻黄素生产企业
（6）麻黄素市场前景
2.7.6 大豆异黄酮市场分析
（1）大豆市场分析
1）大豆种植面积及区域分析
2）大豆市场需求分析
（2）大豆异黄酮提取方法
（3）大豆异黄酮研究应用
（4）大豆异黄酮出口情况
（5）大豆异黄酮生产企业
（6）大豆异黄酮市场前景
2.7.7 当归提取物市场分析
（1）当归市场分析
1）当归种植面积及区域分布
2）当归市场需求分析
（2）当归提取物提取方法
（3）当归提取物研究应用
（4）当归提取物出口分析
（5）当归提取物生产企业
2.7.8 紫杉醇市场分析
（1）红豆杉种植面积及区域分布
（2）紫杉醇提取方法
（3）紫杉醇研究应用
（4）紫杉醇出口分析
（5）紫杉醇生产企业

2.7.9 葛根提取物市场分析
（1）葛根市场分析
1）葛根种植面积及区域分布
2）葛根出口市场分析
（2）葛根提取物提取方法
（3）葛根提取物研究应用
（4）葛根提取物出口分析
（5）葛根提取物生产企业
2.7.10 虎杖提取物市场分析
（1）虎杖种植区域分布
（2）白藜芦醇提取方法
（3）白藜芦醇研究应用
（4）白藜芦醇出口分析
（5）白藜芦醇生产企业
2.7.11 蓝莓/越橘提取物市场分析
（1）蓝莓/越橘市场分析
1）蓝莓/越橘种植面积及产地分布
2）蓝莓/越橘市场进出口分析
（2）蓝莓/越橘提取物提取方法
（3）蓝莓/越橘提取物研究应用
（4）蓝莓/越橘提取物出口分析
（5）蓝莓/越橘提取物生产企业
2.7.12 枸杞子提取物市场分析
（1）枸杞子市场分析
1）枸杞子种植面积及区域分布
2）枸杞子进出口市场分析
（2）枸杞子提取物提取方法
（3）枸杞子提取物研究应用
（4）枸杞子提取物出口分析
（5）枸杞子提取物生产企业
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
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
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 行业产销率分析
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
（1）主要品牌产品价格
（2）产品营销渠道
（3）产品消费调研
（4）产品市场前景
3.7.6 减肥保健食品市场
（1）主要品牌产品价格
（2）产品营销渠道
（3）产品消费调研
（4）产品市场前景
3.7.7 改善睡眠类产品市场
（1）主要品牌产品价格
（2）产品营销渠道
（3）产品的适用群体
（4）产品市场前景
3.7.8 降糖类保健品市场
（1）降糖类主要产品
（2）降糖保健产品分析
（3）产品营销渠道
（4）产品市场前景
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
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
3.8.3 主营业务与产品结构
3.8.4 销售渠道与网络
3.8.5 企业保健品市场分析
3.8.6 企业保健品研发分析
3.8.7 企业保健品发展战略分析

3.8.8 企业优劣势分析
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
（1）祛痘类药妆独特成分分析
（2）祛痘类药妆主要品牌分析
（3）祛痘类药妆消费需求分析
4.7.6 去角质类药妆市场分析
（1）去角质类药妆独特成分分析
（2）去角质类药妆主要品牌分析
（3）去角质类药妆消费需求分析
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
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
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3：2020-2025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4：2020-2025年植物提取物行业企业数量情况（单位：家）
图表5：2020-2025年植物提取物行业工业总产值变化趋势图（单位：亿元，%）
图表6：2020-2025年植物提取物行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表7：2020-2025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8：2020-2025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9：2020-2025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18：2020-2025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22：2020-2025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26：2020-2025年全国大豆种植面积及增长情况（单位：万公顷，%）
图表27：2020-2025年全国大豆产量及增长情况（单位：万吨，%）
图表28：2020-2025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
图表31：当归简介
图表32：当归提取物提取方法
图表33：紫杉醇主要生产企业及简介
图表34：葛根提取物主要生产企业及简介
图表35：白藜芦醇作用功效
图表36：蓝莓/越橘提取物作用功效
图表37：浙江康恩贝制药股份有限公司基本信息表
图表38：浙江康恩贝制药股份有限公司业务能力简况表
图表39：截至2025年浙江康恩贝制药股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
图表40：2020-2025年浙江康恩贝制药股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表41：2020-2025年浙江康恩贝制药股份有限公司营业收入与利润总额走势图（单位：万元，%）
图表42：2020-2025年浙江康恩贝制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表43：2025年浙江康恩贝制药股份有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）
图表44：2020-2025年浙江康恩贝制药股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表45：2020-2025年浙江康恩贝制药股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表46：2020-2025年浙江康恩贝制药股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表47：2025年浙江康恩贝制药股份有限公司的产品结构（单位：%）
图表48：2025年浙江康恩贝制药股份有限公司的主营业务地区分布（单位：%）
图表49：浙江康恩贝制药股份有限公司优劣势分析
图表50：2020-2025年营养保健品行业资产负债规模及增长情况（单位：万元，%）
图表51：2020-2025年营养保健品行业企业数量与从业人员数量情况（单位：家）
图表52：2020-2025年营养保健品行业工业总产值变化趋势图（单位：亿元，%）
图表53：2020-2025年营养保健品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表54：2020-2025年营养保健品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表55：2020-2025年营养保健品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表56：2020-2025年全国营养保健品行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表57：中国营养保健品销售区域分布（单位：%）
图表58：营养保健产品盈利因素
图表59：增强免疫力类保健产品四大类别
图表60：消费者购买洋参产品的类型分布（单位：%）
图表61：各种类型产品的特点
图表62：缓解疲劳类保健品类型
图表63：截至2025年缓解疲劳类保健品国产与进口比例（单位：种，%）
图表64：缓解疲劳类保健品细分层面
图表65：环节疲劳类保健产品结构
图表66：降血脂类保健品类型

图表67：截至2025年降血脂类保健品国产与进口比例（单位：%）
图表68：营养补充类细分保健产品
图表69：补钙保健产品类型
图表70：补血类产品类型
图表71：我国补血产品市场份额（单位：%）
图表72：2020-2025年我国补血产品市场规模及预测（单位：亿元）
图表73：2020-2025年补肾药市场中成药与保健品比例构成（单位：%）
图表74：2020-2025年全国细分市场规模（单位：百万元）
图表75：2020-2025年我国前十位补肾产品市场规模（单位：百万元）
图表76：2020-2025年我国主要补肾药品牌市场份额变化（单位：%）
图表77：2020-2025年我国12个中心城市补肾药市场规模和增长率（单位：百万元，%）
图表78：复合维生素主要产品定位
图表79：美容养颜保健类主要产品价格（单位：元）
图表80：美容养颜保健产品营销趋势
图表81：美容养颜保健类主要产品价格（单位：元）
图表82：截至2025年改善睡眠类产品数量及国产与进口比例（单位：种，%）
图表83：改善睡眠类主要产品
图表84：改善睡眠类产品营销渠道
图表85：2025年中、西药降糖产品市场份额（单位：%）
图表86：降糖类保健品主要产品
图表87：山东东阿阿胶股份有限公司基本信息表
图表88：2025年山东东阿阿胶股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图
图表89：2020-2025年山东东阿阿胶股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表90：2020-2025年山东东阿阿胶股份有限公司营业收入与利润总额走势图（单位：万元，%）
图表91：2025年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表92：2020-2025年山东东阿阿胶股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表93：2025年山东东阿阿胶股份有限公司分行业、产品情况表（单位：万元，%）
图表94：2020-2025年山东东阿阿胶股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表95：2020-2025年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表96：2020-2025年山东东阿阿胶股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表97：2025年山东东阿阿胶股份有限公司的产品结构（单位：%）
图表98：2025年山东东阿阿胶股份有限公司产品销售区域分布图（单位：%）
图表99：2020-2025年-2016年东阿阿胶提价情况及提价原因
图表100：2020-2025年-2016年东阿阿胶提价造成的影响
图表101：山东东阿阿胶股份有限公司优劣势分析
图表102：2020-2025年全球药妆市场规模及预测（单位：亿美元）
图表103：2020-2025年中国药妆市场规模及预测（单位：亿元）
图表104：中国药妆市场竞争层次
图表105：中国药妆市场竞争格局（单位：%）
图表106：法国薇姿在华发展历程
图表107：法国理肤泉在华发展历程
图表108：日本芙丽芳丝在华发展历程
图表109：英国清妍在华发展历程
图表110：资生堂DQ在华发展历程
图表111：药妆消费者人群主要类别
图表112：不同年龄层次对药妆的需求
图表113：药妆消费结构（单位：%）
图表114：消费者对药妆认知（单位：%）
图表115：消费者对国外药妆品牌知晓度（单位：%）
图表116：消费者对国内药妆品牌知晓度（单位：%）
图表117：消费者药妆购买动机（单位：%）
图表118：消费者药妆购买动机（单位：%）
图表119：消费者购买药妆考虑因素（单位：%）
图表120：消费者药妆购买渠道（单位：%）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！