

2024-2029年中国保健品市场现状调研与发展前景趋势分析报告

报告简介

目前国内保健食品市场呈现出“三分天下”的格局：即以中医理论为基础，以药用植物为原料的产品；以营养学理论为基础，以各类营养物质为资源的营养补充剂；以生物学为理论基础，通过生物转化生成的产品。在中国，养生保健一直是传统文化中的重要元素。随着国内经济文化水平的不断提高，大众对自身的健康越来越关注，自我保健意识也越来越强，越来越科学理性。国家将重点推动研发和生产优质蛋白食品、膳食纤维食品、新功能保健食品等。这些政策无疑为健康产业发展的注入新的动力，提供了机制性保障。健康养生已越来越为世人所重视，消费人群数量的不断增长拉动了市场需求，同时，消费者需求的多样化和多元化，也促进了细分市场的逐步建立和完善。

保健品研究报告对保健品行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的保健品资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。保健品报告绝对如实地反映客观情况，叙述、说明、推断、引用均恰如其分。文字、用词应力求准确。研究报告的文字也简单、明了、通顺、流畅，既明白如话，又把研究的效果准确地、科学地表达出来。保健品研究报告以行业为研究对象，并基于行业的现状，行业经济运行数据，行业供需现状，行业竞争格局，重点企业经营分析，行业产业链分析，市场集中度等现实指标，分析预测行业的发展前景和投资价值。通过最深入的数据挖掘，对行业进行严谨分析，从多个角度去评估企业市场地位，准确挖掘企业的成长性，已经为众多企业带来了最专业的研究和最有价值的咨询服务过程。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外保健品行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对保健品下游行业的发展进行了探讨，是保健品及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握保健品行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 2019-2023年中国保健品行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国保健品行业环境分析

一、保健品行业特性，发展方向

二、国外保健品行业发展分析

三、国内保健品行业发展分析

第二节 2019-2023年中国保健品政策环境分析

- 一、《食品安全法》首次纳入保健品监管
- 二、《食品安全法》对保健品行业的影响
- 三、药监局严查保健品行业
- 四、保健品广告法规分析

第三节 2019-2023年中国保健品社会环境分析

- 一、人口规模及结构分析
- 二、中国人口老龄化及健康意识
- 三、居民收入与消费分析

第四节 2019-2023年中国保健品技术环境分析

- 一、技术发展现状
- 二、保健食品技术审评水平
- 三、保健品生产技术研究发展动向

第五节 2019-2023年中国保健品市场环境变化分析

- 一、广告对购买决策的影响力变化
- 二、行业的信任危机对需求的影响
- 三、产品同质化对需求的影响分析

第二章 保健品行业产业链分析

第一节 保健品产业链模型及特点

- 一、产业链模型介绍
- 二、产业链空间分布特点
 - 1、完整性
 - 2、层次性
 - 3、指向性

三、保健品行业产业链介绍

第二节 上游行业分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

三、上游行业对保健品行业的影响

第三节 下游行业分析

一、下游行业发展现状

二、下游行业发展趋势

三、下游行业对保健品行业的影响

第二部分 行业运行分析

第三章 2019-2023年中国保健品行业运行态势分析

第一节 2019-2023年中国保健品行业运行总况

一、中国保健品行业发展三阶段

二、保健品行业困境之中被迫转型

三、产品功能分布情况

四、主要产品概念诉求

第二节 2019-2023年中国保健品行业发展状况分析

一、中国保健品行业产值分析

二、在新医改春风下保健品市场成香饽饽

三、保健品市场进入“冰封”时期

四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节 2019-2023年中国保健品行业原材料分析

一、我国保健产品主要原料

二、主要原料产品分布概况

三、水溶性膳食纤维分析及预测

四、全球鱼油消费量及价格分析

第四节 2019-2023年中国保健品行业的问题及对策分析

一、中国保健品企业发展应返璞归真

二、中国保健品企业的研发策略浅析

三、保健品企业成功开发产品的四大动力

第四章 2019-2023年中国保健品行业细分产品市场监测

第一节 2019-2023年中国保健药品市场运行分析

一、保健药品功能分布

二、保健药品市场开始“清理门户”

第二节 2019-2023年中国保健食品市场产品竞争排名情况

一、保健食品企业竞争力

二、保健食品产品畅销排名

三、保健食品市场占有率

第三节 2019-2023年中国保健茶市场产品竞争排名情况

一、保健茶企业竞争力

二、保健茶产品畅销排名

三、保健茶市场占有率

第四节 2019-2023年中国保健酒市场产品竞争排名情况

一、保健酒企业竞争力

二、保健酒产品畅销排名

三、保健酒市场占有率

第五节 2019-2023年中国保健饮料市场产品竞争排名情况

一、保健饮料企业竞争力

二、保健饮料产品畅销排名

三、保健饮料市场占有率

第五章 2019-2023年中国保健品需求与消费状况分析

第一节 2019-2023年中国保健品需求与消费状况分析

一、辅食、保健品消费市场分析

二、中国保健品消费量高价位盘整

第二节 2019-2023年中国保健品市场消费动向分析

一、保健品市场消费者跟风现象

二、保健品市场两极分化趋势

三、保健品消费者购买行为分析

第三节 2019-2023年中国保健品消费者分析

一、老年保健品市场发展分析

二、女性保健品市场发展分析

三、儿童保健品市场发展分析

四、保健品消费人群变化情况

第六章 2019-2023年中国保健品进出口贸易市场综述

第一节 2019-2023年中国保健品进出口贸易简况

一、保健品贸易情况分析

二、中国保健品年销售额及增长情况

三、保健品B2C电子商务行业分析

第二节 2019-2023年我国医药保健品进出口形势分析

一、医药保健品出口“甲流概念”成亮点

二、2019-2023年中国医药保健品进出口统计

三、医药保健品进出口分省市统计

第七章 2019-2023年中国保健品市场营销解析

第一节 保健品营销的三大要素

- 一、概念设计
- 二、产品利益的挖掘
- 三、产品效果感设计
- 四、保健品广告的四大要素

第二节 2019-2023年中国保健品营销总体概况

- 一、浅谈保健品服务营销
- 二、如何打造保健品专卖店营销
- 三、如何创新保健品营销
- 四、减肥保健品市场营销分析
- 五、医药保健品营销转型
- 六、中国保健品营销模式

第三节 2019-2023年中国保健品行业的直销分析

- 一、直销法的实施给保健品市场带来的影响
- 二、直销有助于保健品行业发展
- 三、传统模式与直销模式在保健品领域应用的差异
- 四、医药保健品的直销分析
- 五、保健品企业直销案例分析
 - 1、安利保健品的直销
 - 2、天狮集团保健品直销

第四节 未来中国保健品营销趋势透视

- 一、价值营销将走入保健品行业发展主流
- 二、医药保健品营销八大趋势
- 三、医药保健品营销发展的几个新方向

1、渠道专业化和广泛化

2、网路销售模式成新宠

3、健康指导专业化演进

四、保健品企业营销未来方向探析

1、好产品嫁接科技概念

2、挖掘传统精髓倡导养生文化

3、打造拳头王牌产品实施多品一牌战略

第三部分 行业竞争格局

第八章 2019-2023年中国保健品行业竞争格局分析

第一节 2019-2023年中国保健品竞争总况

一、医药保健产业格局将面临激烈震荡

二、保健酒市场竞争分析

第二节 从OEM观看保健品行业违规竞争

一、OEM是保健品企业必然的选择

二、从OEM透析保健食品行业违规操作的根源

三、保健品行业发展要走出急功近利的误区

第三节 主要产品市场竞争分析

一、各大补血产品品牌竞争回顾

二、补血保健品市场竞争格局

三、减肥保健品市场竞争概况

四、美容养颜类保健品市场竞争分析

第九章 中国保健品重点企业竞争力同比分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第二节 东阿阿胶股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第三节 哈药集团股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第四节 海南椰岛(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第五节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第六节 北京双鹭药业股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第七节 海王生物

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第八节 浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第九节 天津天士力股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第十节 贵州益佰制药股份有限公司

一、企业概况

二、2019-2023年7月经营状况分析

三、发展战略分析

第四部分 行业发展前景

第十章 2024-2029年中国保健品行业发展预测分析

第一节 中国保健品行业发展预测

一、中国保健品发展前景分析

二、中国保健品市场规模将扩大

三、保健品行业主要企业发展前景

四、保健品的药店销售前景分析

第二节 保健品行业总体发展趋势分析

一、保健品行业发展呈现四大趋势

二、细分领域是保健品市场未来发展走向

三、保健品大众化逐渐成新趋势

四、白领将成为保健品消费主力

第三节 保健品主要热门种类发展趋势

一、保健品行业绿色天然产品发展空间巨大

二、中药保健品将成国际市场上的新宠

三、美容养颜类保健品市场发展趋势分析

四、氨基酸类保健品市场发展预测

五、中国减肥市场四大发展趋势

六、中国保健酒行业前景预测

七、中草药保健茶市场前景分析

八、孕妇保健品市场前景广阔

第五部分 行业投资战略

第十一章 保健品行业投资战略研究

第一节 品牌战略思考

一、保健品品牌的重要性

二、保健品实施品牌战略的意义

三、企业的品牌战略

四、品牌的竞争趋势

五、品牌战略管理的策略

第二节 企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第三节 行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 企业经营策略分析

一、保健品市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、保健品新产品差异化战略

1、品牌差异化定位

2、提炼品牌核心价值

3、建立品牌识别系统

第十二章 研究结论及发展建议

第一节 保健品行业研究结论

第二节 保健品行业投资价值评估

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

1、老年保健品发展建议

2、补钙保健品发展建议

3、维生素类保健品发展建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：保健食品管理分类分级表

图表：保健食品与普通食品主要区别

图表：保健食品与药品主要区别

图表：2019-2023年1-6月全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2019-2023年中国城镇居民消费支持及其构成

图表：保健品消费者年龄与消费的关系

图表：消费者年龄与购买目的的关系

图表：2019-2023年6月中国保健品行业产值分析

图表：2019-2023年鱼油价格变动趋势图

图表：2019-2023年中国保健食品产品畅销排行榜

图表：2019-2023年6月中国保健食品市场占有率分析

图表：2019-2023年中国保健茶产品畅销排行榜

图表：2019-2023年6月中国保健茶市场占有率分析

图表：2019-2023年中国保健酒产品畅销排行榜

图表：2019-2023年6月中国保健酒市场占有率分析

图表：2019-2023年中国保健饮料产品畅销排行榜

图表：2019-2023年6月中国保健饮料市场占有率分析

图表：消费者对于辅食、保健品消费环境评价分析

图表：购买保健品的关注点

图表：保健品信息渠道差异分析

图表：经常购买的渠道分析

图表：保健品销售季节特征

图表：2019-2023年6月中国保健品销售额及增长情况

图表：2019-2023年1-12月健康元药业集团股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月健康元药业集团股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月健康元药业集团股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月健康元药业集团股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月东阿阿胶股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月东阿阿胶股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月东阿阿胶股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月东阿阿胶股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月哈药集团股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月哈药集团股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月哈药集团股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月哈药集团股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月海南椰岛(集团)股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月海南椰岛(集团)股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月海南椰岛(集团)股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月海南椰岛(集团)股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月上海交大昂立股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月上海交大昂立股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月上海交大昂立股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月上海交大昂立股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月北京双鹭药业股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月北京双鹭药业股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月北京双鹭药业股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月北京双鹭药业股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月深圳市海王生物工程股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月深圳市海王生物工程股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月深圳市海王生物工程股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月深圳市海王生物工程股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月浙江康恩贝制药股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月浙江康恩贝制药股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月浙江康恩贝制药股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月浙江康恩贝制药股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月天士力制药集团股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月天士力制药集团股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月天士力制药集团股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月天士力制药集团股份有限公司净利润及增速统计

图表：2019-2023年1-12月贵州益佰制药股份有限公司主营业务构成分析

图表：2019-2023年1-7月贵州益佰制药股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2019-2023年1-7月贵州益佰制药股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2019-2023年1-7月贵州益佰制药股份有限公司净利润及增速统计

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170214/43851.shtml>

在线订购：[点击这里](#)