2024-2029年中国保健食品行业市场深入分析与消费者需求调研报告

报告简介

保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

可见我国保健品行业已经正式进入到了国家重点发展的视野之中，随着我国对于保健食品的法规日渐完善，我国保健品行业已经渐渐进入健康发展时期，而随着我国居民生活水平的提高，人们对于保健品的需求和消费能力也在不断提升，可以预料未来我国保健品行业的发展前景是非常巨大的。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国保健食品行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国保健食品行业发展状况和特点，以及中国保健食品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球保健食品行业发展态势作了详细分析，并对保健食品行业进行了趋向研判，是保健食品生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前保健食品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分行业运行现状

第一章保健食品行业发展回顾

第一节 国内保健食品行业发展历程

第二节 2019-2023年保健食品行业发展成就回顾

一、2019-2023年保健食品行业市场规模分析

二、2019-2023年保健食品行业企业数量分析

三、2019-2023年保健食品行业营业收入分析

四、2019-2023年保健食品行业产销情况分析

五、2019-2023年保健食品行业产品价格走势分析

第三节 2019-2023年保健食品行业热点事件回顾

一、主要热点事件回顾

二、热点事件影响分析

第四节 2019-2023年保健食品行业运行中存在的问题分析

一、2019-2023年保健食品行业面临的问题分析

二、2019-2023年保健食品行业企业面对的困境分析

三、2019-2023年保健食品行业企业的发展出路分析

第二章中国保健食品行业运行效益

第一节 2019-2023年中国保健食品行业盈利能力分析

一、2019-2023年中国保健食品行业总资产利润率分析

二、2019-2023年中国保健食品行业营收利润率分析

三、2019-2023年中国保健食品行业毛利率分析

第二节 2019-2023年中国保健食品行业偿债能力分析

一、2019-2023年中国保健食品行业速动比率分析

二、2019-2023年中国保健食品行业流动比率分析

三、2019-2023年中国保健食品行业资产负债率分析

第三节 2019-2023年中国保健食品行业运营能力分析

一、2019-2023年中国保健食品行业总资产周转率分析

二、2019-2023年中国保健食品行业应收账款周转率分析

三、2019-2023年中国保健食品行业存货周转率分析

第四节 2019-2023年中国保健食品行业成长能力分析

一、2019-2023年中国保健食品行业总资产增长率分析

二、2019-2023年中国保健食品行业营收增长率分析

三、2019-2023年中国保健食品行业利润增长率分析

第五节 2019-2023年中国保健食品行业成本费用分析

一、中国保健食品成本构成分析

二、2019-2023年中国保健食品行业成本费用分析

三、中国保健食品行业成本费用对于行业利润的影响分析

第三章中国保健食品行业经营模式及渠道分析

第一节 中国保健食品行业经营模式分析

第二节 中国保健食品行业盈利模式分析

一、中国保健食品行业盈利模式

二、影响中国保健食品企业盈利的因素分析

第三节 中国保健食品行业渠道分布

一、中国保健食品行业渠道结构分布

二、主流渠道的优劣势对比分析

三、2024-2029年中国保健食品行业渠道结构变化趋势预测

第四节 电子商务在中国保健食品行业渠道中的应用现状

一、中国电子商务发展现状

二、中国电子商务相比传统渠道的优势分析

三、电子商务在中国保健食品行业的应用现状

四、电子商务在中国保健食品行业的应用趋势

第四章保健食品行业背景环境分析

第一节 保健食品行业宏观经济背景分析

一、2019-2023年国内宏观经济运行分析

二、2024-2029年宏观经济预测

三、宏观经济对保健食品行业的支持分析

第二节 保健食品行业政策背景分析

一、保健食品行业管理体制及相关标准分析

二、2019-2023年国内政策环境分析

三、2024-2029年政策环境预测

四、政策环境对保健食品行业的支持分析

第三节 保健食品行业社会背景分析

一、2019-2023年国内社会背景分析

二、2024-2029年社会背景预测

三、社会背景对保健食品行业的支持分析

第四节 保健食品行业技术背景分析

一、2019-2023年保健食品行业专利技术情况

二、2019-2023年保健食品行业技术水准评估

三、2019-2023年保健食品行业技术发展趋势

第二部分消费者研究分析

第五章消费者属性分析

第一节 消费者的首要认知渠道结构

第二节 消费者的细分属性调研

一、消费者年龄构成

二、消费者收入构成

三、消费者职业构成

四、消费者群体规模分析

第三节 影响消费者购买的因素对比

一、价格

二、包装

三、外观

四、品牌

五、广告

六、其他

第六章消费行为研究

第一节 保健食品市场消费需求分析

一、保健食品市场的消费需求变化

二、保健食品行业的需求情况分析

三、2019-2023年保健食品品牌市场消费需求分析

第二节 保健食品消费市场状况分析

一、保健食品行业消费特点

二、保健食品行业消费分析

三、保健食品行业消费结构分析

四、保健食品行业消费的市场变化

五、保健食品市场的消费方向

第三节 2024-2029年消费者行为变化趋势

第四节 2019-2023年中国保健食品行业舆情环境分析

一、2019-2023年舆情现状

二、2019-2023年舆论关注度

三、2019-2023年舆情环境分析

四、2019-2023年舆情特点及发展趋势

第七章市场品牌现状分析

第一节 保健食品行业市场品牌现状

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者经常购买的品牌调查

四、保健食品行业品牌忠诚度调查

五、消费者的消费理念调研

第二节 保健食品行业品牌排行

一、TOP10保健食品行业品牌排行

二、TOP10保健食品行业品牌市场占有率排行

第三部分市场竞争分析

第八章区域品牌情况分析

第一节 华北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第二节 东北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第三节 华东地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第四节 华南地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第五节 华中地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第六节 西南地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第七节 西北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第九章重点企业经营现状

第一节 南京中脉科技发展有限公司

一、企业概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第二节 上海黄金搭档生物科技有限公司

一、企业概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第三节 天狮集团有限公司

一、企业概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第四节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第五节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第六节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第七节 哈药集团三精制药有限公司

一、企业概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第八节 汤臣倍健股份有限公司

一、企业概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第十章市场竞争格局与趋势

第一节 竞争五力模型

一、现有企业竞争

二、潜在进入者

三、替代品威胁

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 市场集中度分析

一、市场集中度评价

二、区域集中度分析

第三节 国内外保健食品企业竞争力对比分析

一、国内保健食品企业竞争优势分析

二、国内外保健食品企业的竞争格局

1、国内市场国内外保健食品企业竞争格局

2、全球市场国内外保健食品企业竞争格局

三、构建中国保健食品企业竞争力的策略建议

第四节 中国保健食品行业竞争趋势预测

一、未来竞争格局及特点预测

二、竞争趋势分析

第四部分产业前景与投资

第十一章未来影响中国保健食品行业发展的因素分析

第一节 未来影响中国保健食品行业发展的主要因素

一、有利因素

二、稳定因素

三、不利因素

第二节 未来中国保健食品行业面对的挑战与机遇

一、2024-2029年中国保健食品行业面临的挑战分析

二、2024-2029年中国保健食品行业面临挑战的解决策略建议

三、2024-2029年中国保健食品行业面临的机遇分析

第三节 未来中国保健食品行业企业面对的困境与解决策略

一、2024-2029年中国保健食品行业企业面对的困境分析

二、重点企业面对的困境与解决策略

三、中小企业面对的困境与解决策略

第十二章保健食品行业前景与投资建议

第一节 保健食品行业发展前景预测

一、2024-2029年保健食品行业数据预测

1、2024-2029年保健食品行业市场规模预测

2、2024-2029年保健食品行业营业收入预测

3、2024-2029年保健食品行业产销预测

二、2024-2029年保健食品行业发展趋势分析

三、2024-2029年保健食品行业发展前景展望

第二节 保健食品行业发展策略分析

一、重点客户策略

1、保健食品行业实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、保健食品行业实施重点客户战略要重点解决的问题

4、重点客户管理功能

二、品牌策略

1、保健食品行业品牌的重要性

2、保健食品行业实施品牌战略的意义

3、保健食品行业企业品牌的现状分析

4、我国企业的品牌战略

5、品牌战略管理的策略

第三节 2024-2029年保健食品行业投资机会分析

一、产业链投资机会分析

二、细分市场投资机会分析

三、区域投资机会分析

第四节 2024-2029年保健食品行业投资建议

一、投资项目建议

二、投资区域建议

三、投资方式建议

图表目录

图表：2019-2023年保健食品行业市场规模分析

图表：2019-2023年保健食品行业企业数量分析

图表：2019-2023年保健食品行业营业收入分析

图表：2019-2023年保健食品行业产销情况分析

图表：2019-2023年保健食品行业产品价格走势分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业总资产利润率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业营收利润率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业毛利率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业速动比率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业流动比率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业资产负债率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业总资产周转率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业应收账款周转率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业存货周转率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业总资产增长率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业营收增长率分析

图表：2019-2023年中国保健食品行业利润增长率分析

图表：2024-2029年保健食品行业市场规模预测

图表：2024-2029年保健食品行业营业收入预测

图表：2024-2029年保健食品行业产销预测

把握投资 决策经营！

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

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170619/84359.shtml

在线订购：点击这里