

2026-2031年中国保健食品滋补品行业市场前景预测与投资分析报告

报告简介

养生保健在中国有着悠久的历史 and 深厚的文化积淀，特别是改革以来，随着我国经济持续稳定快速发展，人民生活水平大幅度提高，带动了养生保健业的快速发展，成为服务业中的重要组成部分，为提高人民生活质量发挥了重要作用。

对比中美保健品消费习惯可发现，中国市场仍有较大发展空间。美国的保健品渗透率达50%，而中国仅为20%；其中，美国有60%的保健品消费者属于粘性用户，而中国仅有10%；就人均消费金额而言，中国也仅为美国的1/8。

随着社会进步和经济发展，人类对自身的健康日益关注。90年代以来，全球居民的健康消费逐年攀升，对营养保健品的需求十分旺盛。在按国际标准划分的15类国际化产业中，医药保健是世界贸易增长最快的五个行业之一，保健食品的销售额每年以13%的速度增长。近年来，我国保健品产业发展十分迅速。中国保健食品产业尽管10年前规模很小，经过多年快速发展，已经逐渐壮大。虽然仍面临诸多挑战，但是，中国保健食品产业的发展前景是光明的。在市场需求、技术进步和管理更新的推动下，中国保健品产业发展空间巨大。未来发展将呈现消费者群体多元化、保健品销售模式专营化、宣传模式推陈出新以及保健品成日常消费四大趋势。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、中国医药行业协会、中国医药商业协会、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，对我国儿科用药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，并重点分析了我国儿科用药行业发展状况和特点，以及中国儿科用药行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的儿科用药行业发展态势作了详细分析，并对儿科用药行业进行了趋向研判，是儿科用药经营单位，科研、投资机构等单位准确了解目前儿科用药业发展动态，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 产业环境透视

第一章 保健食品滋补品行业发展概述

第一节 保健食品滋补品行业界定

一、保健食品滋补品定义

二、保健食品滋补品分类

三、行业经济特性

四、产业链结构分析

第二节 保健食品滋补品行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 保健食品滋补品市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、国内和国际市场

四、主要竞争因素

第二章 保健食品滋补品经济环境及产业发展环境分析

第一节 中国宏观经济运行环境环境

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

第二节 中国保健食品滋补品政策环境

一、行业主管部门

二、行业法律法规

三、行业政策规划

第三节 中国保健食品滋补品社会环境

一、人口环境分析

二、城乡居民收入

三、居民消费价格

四、中国城镇化率

五、人口老龄化趋势

第四节 中国保健食品滋补品技术环境

第三章 中国保健食品滋补品行业经济运行分析

第一节 保健食品滋补品所属行业发展分析

第二节 保健食品滋补品所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 保健食品滋补品所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 保健食品滋补品所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第五节 保健食品滋补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

第二部分 行业深度分析

第四章 中国保健食品滋补品产业经济效益分析

第一节 行业偿债能力分析

第二节 行业盈利能力分析

一、毛利率

二、销售利润率

三、总资产利润率

四、成本费用利润率

第三节 行业营运能力分析

一、应收账款周转率

二、流动资产周转率

三、总资产周转率

第四节 行业成长能力分析

第五章 中国保健食品滋补品行业市场运行分析

第一节 中国保健食品滋补品行业基本概况

- 一、保健食品滋补品市场分析
- 二、保健食品滋补品进出口分析
- 三、我国保健食品滋补品出口面临的挑战
- 四、保健食品滋补品大型高端产品发展情况

第二节 影响保健食品滋补品行业发展的因素

- 一、经济成长
- 二、保健消费支出
- 三、人口老龄化
- 四、亚健康人群增长

第三节 中国保健食品滋补品行业供需情况

- 一、保健食品滋补品企业的发展机遇
- 二、大型保健食品滋补品等产品自主研发情况
- 三、保健食品滋补品企业产业优化与战略调整情况
- 四、2026-2031年保健食品滋补品行业发展预测

第六章 保健食品滋补品销售市场分析

- 第一节 保健食品滋补品营销渠道对比分析
- 第二节 保健食品滋补品销售渠道竞争分析
- 第三节 保健食品滋补品重点销售区域分析
- 第四节 保健食品滋补品消费人群趋势分析

第七章 保健食品滋补品市场价格及走势分析

第一节 保健食品滋补品人参产品价格分析

第二节 保健食品滋补品虫草产品价格分析

第三节 保健食品滋补品燕窝产品市场分析

第四节 保健食品滋补品阿胶产品市场分析

第五节 保健食品滋补品价格变动影响因素

第三部分 竞争格局分析

第八章 国内保健食品滋补品行业重点企业分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第三节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第四节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第五节 海南椰岛股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第九章 保健食品滋补品消费者调查分析

第一节 保健食品滋补品市场调查对象情况分析

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、消费者年龄结构调查

三、消费者对保健品认知调查

第二节 保健食品滋补品消费者消费习惯调查

一、保健食品滋补品产品消费者购买频次调查

二、消费者对保健食品滋补品价格认同情况调查

三、消费者购买渠道情况调查

第三节 保健食品滋补品消费者品牌状况调查

一、消费者的消费理念调研

二、消费者对保健食品滋补品品牌偏好调查

1、综合营养滋补品

2、养颜滋补保健品

3、补血型保健品

4、补钙型保健品

5、补脑型保健品

6、补肾型保健品

三、消费者对保健食品滋补品品牌的首要认知渠道

第十章 保健食品滋补品企业竞争策略分析

第一节 保健食品滋补品市场竞争策略分析

- 一、保健食品滋补品市场增长潜力分析
- 二、保健食品滋补品主要潜力品种分析
- 三、保健食品滋补品产品竞争策略分析
- 四、典型企业产品竞争策略分析

第二节 保健食品滋补品企业竞争策略分析

- 一、对保健食品滋补品影响
- 二、中国保健食品滋补品市场竞争趋势
- 三、保健食品滋补品行业竞争格局展望
- 四、保健食品滋补品行业竞争策略分析
- 五、保健食品滋补品企业竞争策略分析

第十一章 2026-2031年保健食品滋补品行业竞争格局展望

第一节 保健食品滋补品行业的发展周期

- 一、保健食品滋补品行业的发展周期
- 二、保健食品滋补品行业的增长性
- 三、保健食品滋补品行业的成熟度

第二节 保健食品滋补品行业历史竞争格局综述

- 一、保健食品滋补品行业集中度分析
- 二、保健食品滋补品主要品牌分析
- 三、保健食品滋补品行业竞争程度

第三节 中国保健食品滋补品市行业SWOT分析与对策

一、优势

二、劣势

三、威胁

四、机遇

第四部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年中国保健食品滋补品行业发展趋势预测

第一节 保健食品滋补品行业销售收入预测

第二节 保健食品滋补品行业总资产预测

第三节 保健食品滋补品行业市场发展走向预测

第四节 中国保健食品滋补品企业面对市场竞争采取的措施

第十三章 2026-2031年保健食品滋补品行业发展趋势及投资战略研究

第一节 保健食品滋补品行业发展趋势分析

一、燕窝行业发展趋势

二、海参行业发展趋势

三、阿胶行业发展趋势

四、保健品行业发展趋势

第二节 保健食品滋补品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十四章 2026-2031年中国保健食品滋补品行业投资机会与风险分析

第一节 2026-2031年中国保健食品滋补品行业投资机会

第二节 保健食品滋补品行业投资效益分析

一、投资状况分析

二、投资效益分析

三、投资趋势预测

四、投资方向

五、投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响保健食品滋补品行业发展的主要因素

一、有利因素分析

二、稳定因素分析

三、不利因素分析

四、行业发展面临的挑战分析

五、行业发展面临的机遇分析

第四节 保健食品滋补品行业投资风险及控制策略分析

一、市场风险及控制策略

二、政策风险及控制策略

三、经营风险及控制策略

四、食品安全风险及控制策略

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：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2021-2026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：2021-2026年中国保健品行业产值分析

图表：2021-2026年鱼油价格变动趋势图

图表：2021-2026年中国保健食品产品畅销排行榜

图表：2021-2026年中国保健食品市场占有率分析

图表：2021-2026年中国保健食品滋补品畅销排行榜

图表：2021-2026年中国保健食品滋补品市场占有率分析

图表：2021-2026年中国保健酒产品畅销排行榜

图表：2021-2026年中国保健酒市场占有率分析

图表：2021-2026年中国保健饮料产品畅销排行榜

图表：2021-2026年中国保健食品滋补品市场占有率分析

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：2021-2026年中国保健品销售额及增长情况

图表：2021-2026年海南椰岛股份有限公司主营业务构成分析

图表：2021-2026年海南椰岛股份有限公司营业收入及增速统计

图表：2021-2026年海南椰岛股份有限公司营业利润及增速统计

图表：2021-2026年海南椰岛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

报告编号：88048

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170727/88048.shtml>

在线订购：[点击这里](#)