

2024-2029年中国营养保健品行业市场前景预测与投资规划研究分析报告

报告简介

营养保健品是指主要适宜伤残者、老年人的，含肉、鱼、水果、蔬菜、奶、麦精、钙等均质配料的营养、保健食品。营养保健品主要包括以下三大类：肉的配制食品、蔬菜的配制食品、水果或坚果的配制食品；各种配制混合食品(营养、保健补品)；其他未列明的营养食品。从产品同质化方面来看，我国大部分营养保健食品的功能大多集中在免疫调节、降血脂、缓解体力疲劳三个方面，产品同质化严重，导致产品间的竞争较为激烈。“老龄化社会”的到来将为保健品市场带来一个庞大的消费市场。中老年消费者普遍反映买不到能满足中老年特殊需要、质量信誉过硬的产品。而且随着中国人口年龄结构的老龄化，慢性疾病的发病率明显上升，健康品需求将会大大增加。伴随人口老龄化，心脑血管等各种慢性病发病率越来越高，这绝不是单靠药物所能解决的，具有各种功能的保健品必将受到人们的欢迎。近年来，随着经济的发展，人们收入水平和生活质量的提高，消费观念也逐渐成熟。随着市场需求的不断扩大，我国营养保健品行业市场规模不断扩大，2015年，我国营养保健品行业市场规模突破2000亿元。追求产品功效和品牌已成为营养保健品的主要消费特点。而保健品品牌塑造难度较大，产品开发技术含量较高，因此提高了该行业的进入门槛。此外，国家出台各种政策加大了对保健品的监管措施，也从一定程度上提高了该行业的进入门槛，从而降低了行业的潜在进入者威胁。中国营养保健品产业经过多年快速发展，已经逐渐壮大。虽然仍面临诸多挑战，但在市场需求、技术进步和管理更新的推动下，中国营养保健品产业发展空间巨大，市场前景较好。

营养保健品行业研究报告主要分析了营养保健品行业的市场规模、营养保健品市场供需状况、营养保健品市场竞争状况和营养保健品主要企业经营情况、营养保健品市场主要企业的市场占有率，同时对营养保健品行业的未来发展做出科学的预测。中道泰和凭借多年的行业研究经验，总结出完整的产业研究方法，建立了完善的产业研究体系，提供研究覆盖面最为广泛、数据资源最为强大、市场研究最为深刻的行业研究报告系列。报告在公司多年研究结论的基础上，结合中国行业市场的发展现状，通过公司资深研究团队对市场各类资讯进行整理分析，并且依托国家权威数据资源和长期市场监测的中道泰和数据库，进行全面、细致的研究，是中国市场上最权威、有效的研究产品。营养保健品行业研究报告可以帮助投资者合理分析行业的市场现状，为投资者进行投资作出行业前景预判，挖掘投资价值，同时提出行业投资策略、生产策略、营销策略等方面的建议。

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、国内外相关报刊杂志的基础信息以及营养保健品专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国营养保健品行业作了详尽深入的分析，为营养保健品产业投资者寻找新的投资机会。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 营养保健品行业相关概述

1.1 营养保健品行业定义及特点

1.1.1 营养保健品行业的定义

1.1.2 营养保健品行业产品分类

1.2 营养保健品行业特点及行业特性

1.2.1 营养保健品行业特点

1.2.2 营养保健品行业消费特征

1.2.3 营养保健品行业产品结构特征

第二章 营养保健品行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

第三章 2019-2023年中国营养保健品行业发展环境分析

3.1 营养保健品行业政治法律环境

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.2 营养保健品行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

1、国家GDP增长情况

2、消费价格指数

3、全国居民收入情况

4、工业发展形势

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 营养保健品行业社会环境分析

3.3.1 营养保健品产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

3.3.2 社会环境对行业的影响

第四章 全球营养保健品行业发展概述

4.1 2019-2023年全球营养保健品行业发展情况概述

4.1.1 全球营养保健品行业发展现状

4.1.2 全球营养保健品行业发展特征

4.1.3 全球营养保健品行业市场规模

4.2 2019-2023年全球主要地区营养保健品行业发展状况

4.2.1 欧洲

4.2.2 美国

4.2.3 日本

4.3 2024-2029年全球营养保健品行业发展前景预测

4.3.1 全球营养保健品行业发展前景

4.3.2 全球营养保健品行业发展趋势

4.4 全球营养保健品行业重点企业发展动态分析

第五章 中国营养保健品行业发展概述

5.1 中国营养保健品行业发展状况分析

5.1.1 中国营养保健品行业发展阶段

5.1.2 中国营养保健品行业发展总体概况

5.1.3 中国营养保健品行业发展特点分析

5.2 2019-2023年营养保健品行业发展现状

5.2.1 2019-2023年中国营养保健品行业市场规模

5.2.2 2019-2023年中国营养保健品行业发展分析

5.2.3 2019-2023年中国营养保健品企业发展分析

5.3 2024-2029年中国营养保健品行业面临的困境及对策

5.3.1 中国营养保健品行业面临的困境及对策

5.3.2 中国营养保健品企业发展困境及策略分析

第六章 中国营养保健品行业市场运行分析

6.1 2019-2023年中国营养保健品行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2019-2023年中国营养保健品行业产销情况分析

- 6.2.1 中国营养保健品行业总产值
- 6.2.2 中国营养保健品行业销售产值
- 6.2.3 中国营养保健品行业产销率
- 6.3 2019-2023年中国营养保健品行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国营养保健品行业供给分析
 - 6.3.2 中国营养保健品行业需求分析
 - 6.3.3 中国营养保健品行业供需平衡
- 6.4 2019-2023年中国营养保健品行业财务指标总体分析
 - 6.4.1 行业盈利能力分析
 - 6.4.2 行业偿债能力分析
 - 6.4.3 行业营运能力分析
 - 6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国营养保健品行业区域市场分析

- 7.1 华北地区
 - 7.1.1 市场发展现状概述
 - 7.1.2 行业市场需求分析
 - 7.1.3 行业市场前景分析
- 7.2 东北地区
 - 7.2.1 市场发展现状概述
 - 7.2.2 行业市场需求分析
 - 7.2.3 行业市场前景分析
- 7.3 华东地区
 - 7.3.1 市场发展现状概述
 - 7.3.2 行业市场需求分析

7.3.3 行业市场前景分析

7.4 华中地区

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场需求分析

7.4.3 行业市场前景分析

7.5 华南地区

7.5.1 市场发展现状概述

7.5.2 行业市场需求分析

7.5.3 行业市场前景分析

7.6 西部地区

7.6.1 市场发展现状概述

7.6.2 行业市场需求分析

7.6.3 行业市场前景分析

第八章 中国营养保健品行业上、下游产业链分析

8.1 营养保健品行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 营养保健品行业产业链

8.2 营养保健品行业主要上游产业发展分析

8.2.1 营养保健品行业原料结构

8.2.2 保健品植物类原料市场分析

8.2.3 保健品动物类原料市场分析

1、动物保健品行业原料市场供给

2、动物保健品行业原料价格

8.2.4 保健品菌类原料市场分析

- 1、保健品真菌/益生菌原料市场供给
- 2、保健品真菌/益生菌原料市场价格
- 8.2.5 保健品生物活性物质类原料市场分析
 - 1、蛋白质氨基酸类原料市场分析
 - 2、维生素E原料市场分析
 - 3、矿物质原料市场分析
 - 4、低聚糖原料市场分析
- 8.3 营养保健品行业主要下游产业发展分析
 - 8.3.1 下游(应用行业)产业发展现状
 - 8.3.2 下游(应用行业)产业需求分析
 - 8.3.3 下游(应用行业)主要需求企业分析
 - 8.3.4 下游(应用行业)最具前景产品/行业分析
- 第九章 中国营养保健品行业消费市场分析
 - 9.1 营养保健品市场消费需求分析
 - 9.1.1 营养保健品市场的消费需求变化
 - 9.1.2 营养保健品行业的需求情况分析
 - 9.2 营养保健品行业产品的品牌市场分析
 - 9.2.1 消费者对行业品牌认知度
 - 9.2.2 消费者对行业产品的品牌偏好
 - 9.2.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 9.2.4 消费者经常购买的品牌
 - 9.3 营养保健品用户关注因素
 - 9.3.1 功能
 - 9.3.2 质量

9.3.3 价格

9.3.4 外观

第十章 中国营养保健品行业领先企业竞争力分析

10.1 山东东阿阿胶股份有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 汤臣倍健股份有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 浙江康恩贝制药股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 北京同仁堂健康药业股份有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 哈药集团有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 九芝堂股份有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 海南养生堂药业有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 杭州赛诺菲民生健康药业有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 江西汪氏蜜蜂园有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 上海黄金搭档生物科技有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2024-2029年中国营养保健品行业发展趋势与前景分析

11.1 2024-2029年中国营养保健品市场发展前景

11.1.1 2024-2029年营养保健品市场发展潜力

11.1.2 2024-2029年营养保健品市场发展前景展望

11.1.3 2024-2029年营养保健品细分行业发展前景分析

11.2 2024-2029年中国营养保健品市场发展趋势预测

11.2.1 2024-2029年营养保健品行业发展趋势

11.2.2 2024-2029年营养保健品市场规模预测

11.2.3 2024-2029年营养保健品行业应用趋势预测

11.2.4 2024-2029年细分市场发展趋势预测

11.3 2024-2029年中国营养保健品行业供需预测

11.3.1 2024-2029年中国营养保健品行业供给预测

11.3.2 2024-2029年中国营养保健品行业需求预测

11.3.3 2024-2029年中国营养保健品供需平衡预测

第十二章 2024-2029年中国营养保健品行业投资前景

12.1 营养保健品行业投资现状分析

12.1.1 营养保健品行业投资规模分析

12.1.2 营养保健品行业投资资金来源构成

12.1.3 营养保健品行业投资项目建设分析

12.1.4 营养保健品行业投资资金用途分析

12.2 营养保健品行业投资特性分析

12.2.1 营养保健品行业进入壁垒分析

12.2.2 营养保健品行业盈利模式分析

12.2.3 营养保健品行业盈利因素分析

12.3 营养保健品行业投资机会分析

12.3.1 产业链投资机会

12.3.2 细分市场投资机会

12.3.3 重点区域投资机会

12.4 营养保健品行业投资风险分析

12.4.1 营养保健品行业政策风险

12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 产品结构风险

12.4.6 技术研发风险

12.4.7 其他投资风险

第十三章 2024-2029年中国营养保健品企业投资战略分析

13.1 营养保健品企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 营养保健品企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 营养保健品企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 中道泰和建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：营养保健品行业特点

图表：营养保健品行业生命周期

图表：营养保健品行业产业链分析

图表：2019-2023年营养保健品行业市场规模

图表：2024-2029年营养保健品行业市场规模预测

图表：2019-2023年营养保健品行业供给规模

图表：2019-2023年营养保健品行业需求规模

图表：2019-2023年营养保健品行业企业数量

图表：2019-2023年营养保健品行业从业人数

图表：2019-2023年营养保健品行业资产规模

图表：中国营养保健品行业盈利能力分析

图表：中国营养保健品行业运营能力分析

图表：中国营养保健品行业偿债能力分析

图表：中国营养保健品行业发展能力分析

图表：中国营养保健品行业经营效益分析

图表：2019-2023年营养保健品重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国营养保健品行业销售情况分析

图表：2019-2023年中国营养保健品行业利润情况分析

图表：2019-2023年中国营养保健品行业资产情况分析

图表：2024-2029年中国营养保健品市场价格走势预测

图表：中道泰和投资建议

图表：区域发展战略规划

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/20180327/99714.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)