

2026-2031年健康保健食品行业竞争分析及发展趋势研究报告

报告简介

健康保健食品在美国一般称为“保健食品”或“健康食品”，也称营养食品，德国称作“改良食品”，日本先称“功能性食品”，1990年改为“特定保健用食品”，并纳入“特定营养食品”范畴。世界各国对保健食品的开发都非常重视，新功能、新产品、新造型和新的食用方法不断出现。健康保健食品的发展历史大体经历三个阶段或称为“三代”产品。

目前中国健康保健食品行业集中度较低，竞争较激烈。中国健康保健食品行业近几年供求比都稳定在95%左右，行业供给还是较为充足的。但是，结构性上看，就会出现很多供求缺口。如高端健康保健食品在供给方面远远比不上需求的扩张。

中国健康保健食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，中国健康保健食品产业发展空间巨大，市场前景较好。

随着国民收入水平的上升以及健康保健意识的不断增加，中国健康保健食品行业在这几年有着非常迅速的发展，远远高于同时期国民经济发展的水平，是国民经济增速较快的细分行业之一。

目前中国健康保健食品的功能多集中在免疫调节、抗衰老、抗疲劳等领域，而未来的发展趋势是产品功能分布将逐步发散，趋向合理，中药健康保健食品、老年健康保健食品、职业健康保健食品、昆虫健康保健食品、海洋健康保健食品、第三代健康保健食品等是中国健康保健食品未来的发展方向。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国健康保健食品市场进行了分析研究。报告在总结中国健康保健食品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国健康保健食品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰

富，既有深入的分析，又有直观的比较，为健康保健食品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 全球健康保健食品行业运行形势分析 1

第一节 全球健康保健食品行业发展历程 1

第二节 全球健康保健食品行业市场发展情况 2

一、全球健康保健食品行业供给情况分析 2

二、全球健康保健食品行业需求情况分析 2

第三节 全球健康保健食品行业主要国家及区域发展情况分析 2

第四节 全球健康保健食品行业市场发展趋势预测分析 5

第二章 2021-2026年中国健康保健食品行业发展环境分析 7

第一节 2021-2026年中国经济环境分析 7

一、宏观经济环境 7

二、国际贸易环境 15

第二节 2021-2026年健康保健食品的行业发展政策环境分析 17

一、行业政策影响分析 17

二、相关行业标准分析 18

第三节 2021-2026年健康保健食品的行业发展社会环境分析 21

第二部分 产业环境透视

第三章 中国健康保健食品行业市场总体运行情况分析 24

第一节 中国健康保健食品行业规模情况分析 24

一、行业单位规模情况分析 24

二、行业人员规模状况分析 25

三、行业资产规模状况分析 25

四、行业市场规模状况分析 26

第二节 市场壁垒 27

第三节 竞争情况分析 28

一、现有企业间竞争 28

二、潜在进入者分析 28

三、替代品威胁分析 29

第四节 市场集中度分析 29

第四章 2021-2026年中国健康保健食品行业供需情况分析 31

第一节 中国健康保健食品市场现状分析 31

第二节 中国健康保健食品产量分析 31

一、健康保健食品产业总体产能规模 31

二、健康保健食品生产区域分布 31

第三节 中国健康保健食品市场需求分析 33

第四节 行业供需平衡状况分析 34

一、健康保健食品行业供需平衡现状 34

二、影响行业供需平衡的因素分析 34

三、健康保健食品行业供需平衡走势预测 36

第三部分 市场全景调研

第五章 中国健康保健食品行业发展现状分析及市场规模分析 37

第一节 中国健康保健食品行业发展分析 37

一、2021-2026年中国健康保健食品行业发展态势分析 37

二、2021-2026年中国健康保健食品行业发展特点分析 37

三、2021-2026年中国健康保健食品行业市场供需分析 38

第二节 中国健康保健食品产业特征与行业重要性 38

第三节 健康保健食品行业特性分析 39

第四节 2021-2026年中国健康保健食品市场规模分析 39

第五节 2021-2026年中国健康保健食品区域市场规模分析 40

一、2021-2026年东北地区市场规模分析 40

二、2021-2026年华北地区市场规模分析 41

三、2021-2026年华东地区市场规模分析 41

四、2021-2026年华中地区市场规模分析 42

五、2021-2026年华南地区市场规模分析 42

六、2021-2026年西部地区市场规模分析 43

第六节 2026-2031年中国健康保健食品市场规模预测 43

第六章 健康保健食品行业产品价格分析 44

第一节 中国健康保健食品行业产品价格回顾 44

第二节 中国健康保健食品行业产品当前市场价格 45

一、产品当前价格分析 45

二、产品未来价格预测 45

第三节 中国健康保健食品行业产品价格影响因素分析 46

一、全球经济形式及影响 46

二、人民币汇率变化影响 49

三、其它 55

1、技术 55

2、政策 56

第七章 健康保健食品行业替代品及互补产品分析 57

第一节 健康保健食品行业替代品分析 57

一、替代品种类 57

二、主要替代品对健康保健食品行业的影响 58

三、替代品发展趋势分析 59

第二节 健康保健食品行业互补产品分析 59

一、行业互补产品种类 59

二、主要互补产品对健康保健食品行业的影响 60

三、互补产品发展趋势分析 60

第四部分 竞争格局分析

第八章 健康保健食品行业竞争格局及竞争策略分析 61

第一节 健康保健食品行业竞争格局分析 61

一、行业集中度分析 61

二、行业竞争格局 61

三、竞争群组 61

四、健康保健食品行业竞争关键因素分析 62

1、价格 62

2、渠道 62

3、产品/服务质量 63

4、品牌 63

第二节 健康保健食品行业市场竞争策略分析 64

一、行业国际竞争力比较 64

1、生产要素 64

2、需求条件 67

3、相关和支持性产业 67

4、企业战略、结构与竞争状态 67

二、健康保健食品企业竞争策略分析 68

1、提高健康保健食品企业核心竞争力的对策 68

2、影响健康保健食品企业核心竞争力的因素及提升途径 74

3、提高健康保健食品企业竞争力的策略 78

第九章 健康保健食品主要上下游产品分析 81

第一节 健康保健食品上下游分析 81

一、与行业上下游之间的关联性 81

二、上游原材料供应形势分析 81

三、下游产品解析 92

第二节 健康保健食品行业产业链分析 92

一、行业上游影响及风险分析 92

二、行业下游风险分析及提示 93

三、关联行业风险分析及提示 94

第十章 健康保健食品行业渠道与行业品牌分析 95

第一节 健康保健食品行业渠道分析 95

一、渠道格局 95

二、渠道形式 95

三、渠道要素对比 96

四、各区域主要代理商情况 97

第二节 健康保健食品行业品牌分析 98

一、品牌数量分析 98

二、品牌推广方式分析 99

三、品牌美誉度分析 99

四、品牌的选择情况 100

第十一章 健康保健食品行业重点企业竞争分析 101

第一节 北京同仁堂 101

一、企业基本概况 101

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 101

三、2021-2026年企业竞争优势分析 103

四、企业未来发展战略与规划 103

第二节 天狮集团 105

一、企业基本概况 105

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 106

三、2021-2026年企业竞争优势分析 106

四、企业未来发展战略与规划 106

第三节 完美(中国)有限公司 107

一、企业基本情况 107

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 108

三、2021-2026年企业竞争优势分析 109

四、企业未来发展战略与规划 109

第四节 安利 110

一、企业基本情况 110

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 111

三、2021-2026年企业竞争优势分析 111

四、企业未来发展战略与规划 112

第五节 健康元 113

一、企业基本情况 113

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 114

三、2021-2026年企业竞争优势分析 115

四、企业未来发展战略与规划 117

第六节 汤臣倍健 118

一、企业基本情况 118

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 119

三、2021-2026年企业竞争优势分析 121

四、企业未来发展战略与规划 122

第七节 无限极 123

一、企业基本情况 123

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 124

三、2021-2026年企业竞争优势分析 124

四、企业未来发展战略与规划 127

第八节 碧生源 128

一、企业基本概况 128

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 129

三、2021-2026年企业竞争优势分析 131

四、企业未来发展战略与规划 132

第九节 东阿阿胶 132

一、企业基本概况 132

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 133

三、2021-2026年企业竞争优势分析 134

四、企业未来发展战略与规划 135

第十节 康美药业 136

一、企业基本概况 136

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 138

三、2021-2026年企业竞争优势分析 139

四、企业未来发展战略与规划 143

第十一节 正官庄 144

一、企业基本概况 144

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 145

三、2021-2026年企业竞争优势分析 145

四、企业未来发展战略与规划 146

第十二节 康宝莱 146

一、企业基本概况 146

二、2021-2026年企业经营与财务状况分析 147

三、2021-2026年企业竞争优势分析 147

四、企业未来发展战略与规划 148

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年中国健康保健食品行业发展前景预测 149

第一节 未来健康保健食品行业发展趋势分析 149

一、未来健康保健食品行业发展分析 149

二、未来健康保健食品行业技术开发方向 150

三、总体行业“十四五”整体规划 150

1、国民营养计划 150

2、“健康中国”规划纲要 161

第二节 2026-2031年健康保健食品行业运行状况预测 188

一、2026-2031年健康保健食品行业工业总产值预测 188

二、2026-2031年健康保健食品行业销售收入预测 189

三、2026-2031年健康保健食品行业总资产预测 189

第六部分 发展战略研究

第十三章 健康保健食品行业风险与投资策略分析 190

第一节 健康保健食品行业风险分析 190

一、行业环境风险 190

二、行业产业链上下游风险 190

三、行业政策风险 190

四、行业市场风险 191

五、行业其他风险分析 193

第二节 健康保健食品投资策略分析 198

一、行业总体发展前景及市场机会分析 198

二、企业营销策略 200

三、企业投资策略 203

四、企业应对当前经济形势策略建议 204

图表目录

图表：国内生产总值增长速度(季度同比) 7

图表：规模以上工业增加值增速(月度同比) 8

图表：固定资产投资(不含农户)增速(累计同比) 10

图表：房地产开发投资增速(累计同比) 10

图表：居民消费价格上涨情况(月度同比) 12

图表：工业生产者出厂价格上涨情况(月度同比) 12

图表：2021-2026年中国最主要的23个贸易伙伴 15

图表：2021-2026年出口国别增速 16

图表：健康食品行业监管机构职能 18

图表：健康食品行业产业法律法规及相关标准 18

图表：2021-2026年中国健康保健食品行业企业数量 24

图表：2021-2026年中国健康保健食品行业企业性质分布 25

图表：2021-2026年中国健康保健食品行业从业人数 25

图表：2021-2026年中国健康保健食品行业资产规模	26
图表：2021-2026年中国健康保健食品行业市场规模	26
图表：2021-2026年中国健康保健食品行业前五企业市场销售份额	29
图表：2021-2026年中国健康保健食品市场需求区域结构	30
图表：2021-2026年中国健康保健食品行业工业总产值	31
图表：2021-2026年中国健康保健食品行业生产企业区域分布	32
图表：2021-2026年中国健康保健食品行业产地分布	32
图表：2021-2026年中国健康保健食品行业需求情况	33
图表：2021-2026年中国健康保健食品行业供求比	34
图表：2026-2031年中国健康保健食品行业供求比预测	36
图表：2021-2026年中国健康保健食品东北地区市场规模	40
图表：2021-2026年中国健康保健食品华北地区市场规模	41
图表：2021-2026年中国健康保健食品华东地区市场规模	41
图表：2021-2026年中国健康保健食品华中地区市场规模	42
图表：2021-2026年中国健康保健食品华南地区市场规模	42
图表：2021-2026年中国健康保健食品西部地区市场规模	43
图表：2026-2031年中国健康保健食品行业市场规模预测	43
图表：2021-2026年健康保健食品行业各价格区间销售额占比	44
图表：2021-2026年健康保健食品行业各价格区间销售额占比	45
图表：生产要素的内涵	65
图表：保健食品品牌认知度调查	99
图表：健康保健食品品牌市场占比	100

图表：北京同仁堂股份有限公司每股指标 101

图表：北京同仁堂股份有限公司成长能力指标 102

图表：北京同仁堂股份有限公司盈利能力指标 102

图表：北京同仁堂股份有限公司运营能力指标 102

图表：北京同仁堂股份有限公司财务风险指标 102

图表：天狮集团有限公司财务总览 106

图表：完美(中国)有限公司财务总览 108

图表：完美健康食品产品结构 109

图表：安利中国发展历程 110

图表：安利中国健康食品产品结构 111

图表：健康元药业集团股份有限公司每股指标 114

图表：健康元药业集团股份有限公司成长能力指标 114

图表：健康元药业集团股份有限公司盈利能力指标 115

图表：健康元药业集团股份有限公司运营能力指标 115

图表：健康元药业集团股份有限公司财务风险指标 115

图表：汤臣倍健股份有限公司每股指标 119

图表：汤臣倍健股份有限公司成长能力指标 120

图表：汤臣倍健股份有限公司盈利能力指标 120

图表：汤臣倍健股份有限公司运营能力指标 120

图表：汤臣倍健股份有限公司财务风险指标 120

图表：无限极(中国)有限公司财务总览 124

图表：碧生源控股有限公司每股指标 129

图表：碧生源控股有限公司盈利能力指标	129
图表：碧生源控股有限公司资本结构指标	129
图表：碧生源控股有限公司偿债能力指标	130
图表：碧生源控股有限公司成长能力指标	130
图表：碧生源控股有限公司营运能力指标	130
图表：东阿阿胶股份有限公司每股指标	133
图表：东阿阿胶股份有限公司成长能力指标	133
图表：东阿阿胶股份有限公司盈利能力指标	134
图表：东阿阿胶股份有限公司运营能力指标	134
图表：东阿阿胶股份有限公司财务风险指标	134
图表：康美药业股份有限公司每股指标	138
图表：康美药业股份有限公司成长能力指标	138
图表：康美药业股份有限公司盈利能力指标	139
图表：康美药业股份有限公司运营能力指标	139
图表：康美药业股份有限公司财务风险指标	139
图表：正官庄六年根商业(上海)有限公司财务总览	145
图表：康宝莱(中国)保健品有限公司财务总览	147
图表：康宝莱健康食品产品结构	147
图表：2026-2031年中国健康保健食品行业工业总产值预测	188
图表：2026-2031年中国健康保健食品行业收入预测	189
图表：2026-2031年中国健康保健食品行业总资产预测	189
图表：区域发展战略咨询流程图	218

图表：区域swot战略分析图 220

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：102702

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20181010/102702.shtml>

在线订购：[点击这里](#)