

## 2024-2029年健康保健食品行业竞争分析及发展趋势预测报告

## 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。

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，近几年年均增长率达到15.52%，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 2019-2023年中国健康保健食品行业发展环境分析 7

第一节 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年健康保健食品的行业发展社会环境分析 21

第二部分 总体情况分析

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 2019-2023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	35
第三部分 市场规模分析	
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	36
第一节 中国健康保健食品行业发展分析	36
一、2019-2023年中国健康保健食品行业发展态势分析	36
二、2019-2023年中国健康保健食品行业发展特点分析	36
三、2019-2023年中国健康保健食品行业市场供需分析	37
第二节 中国健康保健食品产业特征与行业重要性	37
第三节 健康保健食品行业特性分析	38
第四节 2019-2023年中国健康保健食品市场规模分析	38
第五节 2019-2023年中国健康保健食品区域市场规模分析	39
一、2019-2023年东北地区市场规模分析	39
二、2019-2023年华北地区市场规模分析	39
三、2019-2023年华东地区市场规模分析	40
四、2019-2023年华中地区市场规模分析	40
五、2019-2023年华南地区市场规模分析	41
六、2019-2023年西部地区市场规模分析	41

第六节 2024-2029年中国健康保健食品市场规模预测	42
第六章 健康保健食品行业产品价格分析	43
第一节 中国健康保健食品行业产品价格回顾	43
第二节 中国健康保健食品行业产品当前市场价格	44
一、产品当前价格分析	44
二、产品未来价格预测	44
第三节 中国健康保健食品行业产品价格影响因素分析	45
一、全球经济形式及影响	45
二、人民币汇率变化影响	48
三、其它	54
1、技术	54
2、政策	55
第七章 健康保健食品行业替代品及互补产品分析	56
第一节 健康保健食品行业替代品分析	56
一、替代品种类	56
二、主要替代品对健康保健食品行业的影响	57
三、替代品发展趋势分析	58
第二节 健康保健食品行业互补产品分析	58
一、行业互补产品种类	58
二、主要互补产品对健康保健食品行业的影响	59
三、互补产品发展趋势分析	59
第四部分 竞争格局策略	
第八章 健康保健食品行业竞争格局及竞争策略分析	60
第一节 健康保健食品行业竞争格局分析	60

- 一、行业集中度分析 60
- 二、行业竞争格局 60
- 三、竞争群组 60
- 四、健康保健食品行业竞争关键因素分析 61
  - 1、价格 61
  - 2、渠道 61
  - 3、产品/服务质量 62
  - 4、品牌 62
- 第二节 健康保健食品行业市场竞争策略分析 63
  - 一、行业国际竞争力比较 63
    - 1、生产要素 63
    - 2、需求条件 66
    - 3、相关和支持性产业 66
    - 4、企业战略、结构与竞争状态 66
  - 二、健康保健食品企业竞争策略分析 67
    - 1、提高健康保健食品企业核心竞争力的对策 67
    - 2、影响健康保健食品企业核心竞争力的因素及提升途径 73
    - 3、提高健康保健食品企业竞争力的策略 77
- 第九章 健康保健食品主要上下游产品分析 80
  - 第一节 健康保健食品上下游分析 80
    - 一、与行业上下游之间的关联性 80
    - 二、上游原材料供应形势分析 80
    - 三、下游产品解析 91
  - 第二节 健康保健食品行业产业链分析 91

一、行业上游影响及风险分析	91
二、行业下游风险分析及提示	92
三、关联行业风险分析及提示	93
第五部分 行业渠道品牌	
第十章 健康保健食品行业渠道与行业品牌分析	94
第一节 健康保健食品行业渠道分析	94
一、渠道格局	94
二、渠道形式	94
三、渠道要素对比	95
四、各区域主要代理商情况	96
第二节 健康保健食品行业品牌分析	97
一、品牌数量分析	97
二、品牌推广方式分析	98
三、品牌美誉度分析	98
四、品牌的选择情况	99
第十一章 健康保健食品行业重点企业竞争分析	100
第一节 北京同仁堂	100
一、企业基本概况	100
二、2019-2023年企业经营与财务状况分析	101
三、2019-2023年企业竞争优势分析	101
四、企业未来发展战略与规划	101
第二节 天狮集团	103
一、企业基本概况	103
二、2019-2023年企业经营与财务状况分析	104

三、2019-2023年企业竞争优势分析 104

四、企业未来发展战略与规划 105

第三节 完美(中国)有限公司 105

一、企业基本概况 105

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 107

三、2019-2023年企业竞争优势分析 107

四、企业未来发展战略与规划 108

第四节 安利 108

一、企业基本概况 108

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 109

三、2019-2023年企业竞争优势分析 110

四、企业未来发展战略与规划 111

第五节 健康元 111

一、企业基本概况 111

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 112

三、2019-2023年企业竞争优势分析 113

四、企业未来发展战略与规划 115

第六节 汤臣倍健 116

一、企业基本概况 116

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 117

三、2019-2023年企业竞争优势分析 118

四、企业未来发展战略与规划 119

第七节 无限极 120

一、企业基本概况 120

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 121

三、2019-2023年企业竞争优势分析 121

四、企业未来发展战略与规划 124

第八节 碧生源 125

一、企业基本情况 125

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 126

三、2019-2023年企业竞争优势分析 127

四、企业未来发展战略与规划 128

第九节 东阿阿胶 128

一、企业基本情况 128

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 129

三、2019-2023年企业竞争优势分析 130

四、企业未来发展战略与规划 130

第十节 康美药业 131

一、企业基本情况 131

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 133

三、2019-2023年企业竞争优势分析 134

四、企业未来发展战略与规划 138

第十一节 正官庄 139

一、企业基本情况 139

二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 140

三、2019-2023年企业竞争优势分析 140

四、企业未来发展战略与规划 140

第十二节 康宝莱 141



- 一、企业基本情况 141
- 二、2019-2023年企业经营与财务状况分析 142
- 三、2019-2023年企业竞争优势分析 142
- 四、企业未来发展战略与规划 143
- 第六部分 发展前景预测
- 第十二章 2024-2029年中国健康保健食品行业发展前景预测 144
- 第一节 未来健康保健食品行业发展趋势分析 144
- 一、未来健康保健食品行业发展分析 144
- 二、未来健康保健食品行业技术开发方向 145
- 三、总体行业“十四五”整体规划 145
- 1、国民营养计划(2017—2030年) 145
- 2、“健康中国2030”规划纲要 156
- 第二节 2024-2029年健康保健食品行业运行状况预测 183
- 一、2024-2029年健康保健食品行业工业总产值预测 183
- 二、2024-2029年健康保健食品行业销售收入预测 184
- 三、2024-2029年健康保健食品行业总资产预测 184
- 第十三章 健康保健食品行业风险与投资策略分析 185
- 第一节 健康保健食品行业风险分析 185
- 一、行业环境风险 185
- 二、行业产业链上下游风险 185
- 三、行业政策风险 185
- 四、行业市场风险 186
- 五、行业其他风险分析 188
- 第二节 健康保健食品投资策略分析 193

一、行业总体发展前景及市场机会分析 193

二、企业营销策略 195

三、企业投资策略 198

四、企业应对当前经济形势策略建议 199

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：2019-2023年上半年中国最主要的23个贸易伙伴 15

图表：2019-2023年1-6月出口国别增速 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：2015-2018上半年中国健康保健食品行业企业数量(家) 24

图表：2019-2023年中国健康保健食品行业企业性质分布 25

图表：2015-2018上半年中国健康保健食品行业从业人数 25

图表：2019-2023年中国健康保健食品行业资产规模(亿元) 26

图表：2019-2023年中国健康保健食品行业市场规模(亿元) 26

图表：2019-2023年中国健康保健食品行业前五企业市场销售份额 29

图表：2019-2023年中国健康保健食品市场需求区域结构 30

图表：2019-2023年中国健康保健食品行业工业总产值(亿元) 31

图表：2019-2023年中国健康保健食品行业生产企业区域分布 32

- 图表：2019-2023年中国健康保健食品行业产地分布 32
- 图表：2019-2023年中国健康保健食品行业需求情况(亿元) 33
- 图表：2024-2029年中国健康保健食品行业供求比预测 35
- 图表：2019-2023年中国健康保健食品东北地区市场规模 39
- 图表：2019-2023年中国健康保健食品华北地区市场规模 39
- 图表：2019-2023年中国健康保健食品华东地区市场规模 40
- 图表：2019-2023年中国健康保健食品华中地区市场规模 40
- 图表：2019-2023年中国健康保健食品华南地区市场规模 41
- 图表：2019-2023年中国健康保健食品西部地区市场规模 41
- 图表：2024-2029年中国健康保健食品行业市场规模预测 42
- 图表：2019-2023年12月至2019-2023年4月健康保健食品行业各价格区间销售额占比 43
- 图表：2019-2023年6月健康保健食品行业各价格区间销售额占比 44
- 图表：生产要素的内涵 64
- 图表：保健食品品牌认知度调查 98
- 图表：健康保健食品品牌市场占比 99
- 图表：北京同仁堂股份有限公司财务指标 101
- 图表：天狮集团有限公司财务总览 104
- 图表：完美(中国)有限公司财务总览 107
- 图表：完美健康食品产品结构 107
- 图表：安利中国发展历程 108
- 图表：安利中国健康食品产品结构 109
- 图表：健康元药业集团股份有限公司财务指标 112
- 图表：汤臣倍健股份有限公司财务指标 117
- 图表：无限极(中国)有限公司财务总览 121

- 图表：碧生源控股有限公司财务指标 126
- 图表：东阿阿胶股份有限公司财务指标 129
- 图表：康美药业股份有限公司每股指标 133
- 图表：正官庄六年根商业(上海)有限公司财务总览 140
- 图表：康宝莱(中国)保健品有限公司财务总览 142
- 图表：康宝莱健康食品产品结构 142
- 图表：2024-2029年中国健康保健食品行业工业总产值预测(亿元) 183
- 图表：2024-2029年中国健康保健食品行业收入预测(亿元) 184
- 图表：2024-2029年中国健康保健食品行业总资产预测(亿元) 184
- 图表：区域发展战略咨询流程图 213
- 图表：区域swot战略分析图 215

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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20190225/108405.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)