2026-2031年中国滋补保健行业市场深度分析与投资咨询报告

报告简介

保健品是保健食品的通俗说法。GB16740-97《保健(功能)食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为："保健(功能)食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。"所以在产品的宣传上，也不能出现有效率、成功率等相关的词语。保健食品的保健作用在当今的社会中，也正在逐步被广大群众所接受。滋补品是补充人体所缺乏的营养物质，提高人体抗病能力，消除虚弱症之物品。因为身体缺乏某种必需物质后容易患病或引起身体虚弱，进用滋补品后，补足能力，可以使疾病康复。常用的补品有人参、鹿茸、海参、蜂乳、蜂蜜、蛤士蟆、龙眼肉、阿胶、银耳、燕窝、西洋参、鳖等。

随着现代工作强度的上升，“亚健康”几乎成了常态，为了维持良好状态，滋补保健品消费开始成为固定支出。滋补保健品销售有明显的淡旺季，旺季主要跟着春节、中秋等节日走。这说明现在滋补保健品消费还有明显的人情消费特点。现在选择滋补保健品进行自我保健的人越来越多，且年龄呈现出明显的低龄化趋势。近年来，我国人民生活水平不断提高，国民购买力快速增长，人均医疗保健支出也随之增长，国民营养健康状况明显改善，滋补保健也因此迎来了爆发期。

随着保健食品渗透率和人均消费量的提升，保健食品的销售渠道逐步向非直销的药店、商超、专卖店延伸，此外随着消费者结构和习惯的变化，电商渠道将是未来滋补保健品市场争夺的焦点。

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、多角度地对中国滋补保健市场进行了分析研究。报告在总结中国滋补保健行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国滋补保健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，为中国滋补保健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 中国滋补保健行业概况分析 1

第一节 滋补保健行业定义统计标准 1

一、滋补保健定义、分类及主要生产地 1

二、滋补保健行业统计部门和统计口径 5

三、滋补保健行业产业链结构分析 7

四、滋补保健行业发展周期分析 8

第二节 行业经济指标分析 10

一、赢利性 10

二、成长速度 11

三、附加值的提升空间 11

四、进入壁垒/退出机制 11

五、风险性 13

六、竞争激烈程度指标 14

七、当前行业发展所属周期阶段的判断 14

第三节 滋补保健行业经济环境分析 14

一、国际宏观经济分析 14

二、国内宏观经济分析 29

三、滋补保健行业在食品制造行业地位分析 34

第四节 中国滋补保健行业社会环境分析 35

一、我国人口因素及对滋补保健行业影响 35

二、滋补保健人均消费及发展影响 38

三、国内生活方式及对滋补保健行业影响 39

第五节 中国滋补保健行业技术环境分析 40

一、行业生产技术 40

二、行业生产技术发展趋势 40

第二章 2021-2026年全球滋补保健行业市场发展状况分析 44

第一节 2021-2026年世界滋补保健行业发展状况 44

一、世界滋补保健行业生产情况 44

二、世界滋补保健消费及趋势分析 44

三、世界滋补保健行业发展趋势分析 45

第二节 美国滋补保健行业现状分析 47

一、美国滋补保健行业的市场现状 47

二、美国滋补保健行业的市场特征 47

第三节 日本滋补保健行业现状分析 48

一、日本滋补保健行业的市场规模 48

二、日本滋补保健行业的市场特征 48

第四节 欧洲滋补保健行业市场状况 48

一、欧洲滋补保健行业的市场现状 48

二、欧洲滋补保健行业的市场特征 50

第三章 2021-2026年我国滋补保健行业现状及市场发展分析 51

第一节 2021-2026年我国滋补保健行业发展现状 51

一、滋补保健行业市场规模 51

二、滋补保健行业产品发展现状 51

三、滋补保健行业消费市场现状 52

第二节 2021-2026年滋补保健行业发展特点分析 54

一、市场格局特点 54

二、产品创新特点 54

三、营销服务特点 54

四、市场品牌特点 55

第三节 2021-2026年滋补保健市场结构和价格走势分析 55

一、2021-2026年我国滋补保健市场结构和价格走势概述 55

二、2021-2026年我国滋补保健市场结构分析 55

三、2021-2026年我国滋补保健市场价格走势分析 56

第四节 2021-2026年重点城市滋补保健市场发展情况 56

第二部分 行业深度分析

第四章 2021-2026年中国滋补保健行业财务指标与供需情况分析 58

第一节 2021-2026年中国滋补保健行业经济运行主要特点 58

第二节 2021-2026年全国滋补保健行业供给情况分析 59

一、全国滋补保健行业总产值分析 59

二、各地区滋补保健行业供给情况分析 59

第三节 2021-2026年全国滋补保健行业需求情况分析 61

一、全国滋补保健行业销售产值分析 61

二、全国滋补保健行业销售收入分析 62

三、各地区滋补保健行业需求情况分析 62

四、全国滋补保健行业产销率分析 63

第四节 2021-2026年中国滋补保健行业进出口分析 63

一、行业出口分析 63

二、行业进口分析 65

第五章 滋补保健区域市场情况分析 67

第一节 华北地区 67

一、2021-2026年行业发展现状分析 67

二、2021-2026年市场需求情况分析 67

三、2021-2026年市场规模情况分析 68

第二节 东北地区 68

一、2021-2026年行业发展现状分析 68

二、2021-2026年市场需求情况分析 69

三、2021-2026年市场规模情况分析 69

第三节 华东地区 70

一、2021-2026年行业发展现状分析 70

二、2021-2026年市场需求情况分析 70

三、2021-2026年市场规模情况分析 71

第四节 华南地区 71

一、2021-2026年行业发展现状分析 71

二、2021-2026年市场需求情况分析 72

三、2021-2026年市场规模情况分析 72

第五节 华中地区 73

一、2021-2026年行业发展现状分析 73

二、2021-2026年市场需求情况分析 73

三、2021-2026年市场规模情况分析 74

第六节 西南地区 74

一、2021-2026年行业发展现状分析 74

二、2021-2026年市场需求情况分析 75

三、2021-2026年市场规模情况分析 75

第七节 西北地区 76

一、2021-2026年行业发展现状分析 76

二、2021-2026年市场需求情况分析 76

三、2021-2026年市场规模情况分析 77

第六章 中国滋补保健行业消费市场分析 78

第一节 中国滋补保健消费者收入分析 78

一、我国市民生活习惯分析 78

二、2021-2026年消费者收入水平 78

三、2021-2026年消费者信心指数分析 79

第二节 滋补保健行业产品目标客户群体调查 80

一、不同收入水平消费者偏好调查 80

二、不同年龄的消费者偏好调查 80

三、不同地区的消费者偏好调查 81

第三节 滋补保健市场消费需求分析 81

一、滋补保健市场的消费需求变化 81

二、滋补保健行业的需求情况分析 81

三、2021-2026年滋补保健品牌市场消费需求趋势 82

第四节 滋补保健消费市场状况分析 82

一、滋补保健行业消费特点 82

二、滋补保健消费者分析 83

三、滋补保健消费结构分析 83

四、滋补保健消费的市场变化 84

五、滋补保健市场的消费方向 84

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 85

一、价格敏感程度 85

二、品牌的影响 85

三、购买方便的影响 86

四、广告的影响程度 86

五、包装的影响程度 87

第六节 滋补保健行业产品的品牌市场调查 87

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 87

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 88

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 88

四、消费者经常购买的品牌调查 89

五、滋补保健行业品牌忠诚度调查 89

六、滋补保健行业品牌市场占有率调查 89

七、消费者的消费理念调研 90

第七节 消费者调研小结 91

一、消费者基本信息 91

二、消费者对滋补品价格偏好 93

三、消费者滋补品信息获得渠道 100

四、滋补品消费趋势及预测 101

五、消费者滋补品种类偏好 102

六、消费者滋补品消费习惯偏好 103

七、OTC现状和未来发展趋势 105

八、网络医疗保健市场份额及未来潜力 109

九、传统医疗保健市场份额及未来潜力 110

十、参类市场份额及未来潜力 111

第三部分 竞争格局分析

第七章 滋补保健行业竞争格局与竞争策略分析 113

第一节 波特五力模型分析 113

一、现有企业间竞争 113

二、潜在进入者分析 113

三、替代品威胁分析 114

四、供应商议价能力 116

五、客户议价能力 116

第二节 行业集中度分析 116

一、市场集中度分析 116

二、企业集中度分析 117

三、区域集中度分析 117

第三节 2021-2026年滋补保健行业竞争格局分析 118

一、2021-2026年国内外滋补保健竞争分析 118

二、2021-2026年我国滋补保健市场竞争分析 119

三、2021-2026年我国滋补保健市场集中度分析 119

四、2026-2031年国内主要滋补保健企业动向 119

五、2021-2026年国内滋补保健拟在建项目分析 124

第四节 滋补保健市场竞争策略分析 125

一、2021-2026年滋补保健市场增长潜力分析 125

二、2021-2026年滋补保健主要潜力品种分析 125

三、现有滋补保健产品竞争策略分析 125

四、典型企业品牌竞争策略分析 127

第五节 滋补保健企业竞争策略分析 128

一、滋补保健行业竞争格局的影响因素分析 128

二、2026-2031年我国滋补保健市场竞争趋势 128

三、2026-2031年滋补保健行业竞争策略分析 129

四、2026-2031年滋补保健企业竞争策略分析 143

第八章 主要滋补保健企业竞争分析 149

第一节 汤臣倍健 149

一、企业概况 149

二、竞争优势分析 150

三、企业经营状况 151

四、企业发展战略 152

第二节 金达威 156

一、企业概况 156

二、竞争优势分析 156

三、企业经营状况 157

四、企业发展战略 157

第三节 瑞年国际 158

一、企业概况 158

二、竞争优势分析 159

三、企业经营状况 160

四、企业发展战略 161

第四节 碧生源 163

一、企业概况 163

二、竞争优势分析 165

三、企业经营状况 165

四、企业发展战略 166

第五节 中生联合 167

一、企业概况 167

二、竞争优势分析 168

三、企业经营状况 168

四、企业发展战略 169

第六节 交大昂立 169

一、企业概况 169

二、竞争优势分析 170

三、企业经营状况 171

四、企业发展战略 172

第七节 康比特 173

一、企业概况 173

二、竞争优势分析 174

三、企业经营状况 174

四、企业发展战略 175

第八节 善元堂 176

一、企业概况 176

二、竞争优势分析 176

三、企业经营状况 178

四、企业发展战略 179

第九节 康美药业 180

一、企业概况 180

二、竞争优势分析 182

三、企业经营状况 186

四、企业发展战略 187

第十节 东阿阿胶 189

一、企业概况 189

二、竞争优势分析 189

三、企业经营状况 190

四、企业发展战略 191

第四部分 发展前景展望

第九章 滋补保健行业发展趋势与前景预测 193

第一节 我国滋补保健行业前景与机遇分析 193

一、我国滋补保健行业发展前景 193

二、我国滋补保健发展机遇分析 193

第二节 2026-2031年中国滋补保健市场趋势分析 194

一、2021-2026年滋补保健市场趋势总结 194

二、2026-2031年滋补保健市场发展空间 194

三、2026-2031年滋补保健产业政策趋向 194

四、2026-2031年滋补保健技术革新趋势 195

五、2026-2031年滋补保健价格走势分析 199

六、2026-2031年国际环境对行业的影响 200

七、2026-2031年滋补保健发展趋势分析 200

第三节 未来滋补保健需求与消费预测 200

一、2026-2031年滋补保健产品消费预测 200

二、2026-2031年滋补保健市场规模预测 200

三、2026-2031年滋补保健行业总产值预测 201

四、2026-2031年滋补保健行业销售收入预测 202

第四节 2026-2031年中国滋补保健行业供需预测 202

一、2026-2031年中国滋补保健供给预测 202

二、2026-2031年中国滋补保健需求预测 203

三、2026-2031年中国滋补保健供需平衡预测 203

四、2026-2031年主要滋补保健产品进出口预测 204

第十章 滋补保健行业投资现状与投资环境分析 205

第一节 2021-2026年滋补保健行业投资情况分析 205

一、2021-2026年总体投资及结构 205

二、2021-2026年投资规模及增长率分析 206

三、2021-2026年分行业投资分析 206

四、2021-2026年分地区投资分析 207

五、2021-2026年外商投资情况 207

第二节 我国融资环境分析 208

一、服务于中小企业的融资方式全面萎缩 208

二、原先服务中小企业的融资方式陆续转型，脱离服务中小企业职能 211

第十一章 滋补保健行业投资机会与风险分析 214

第一节 滋补保健行业投资效益分析 214

一、2021-2026年滋补保健行业投资状况分析 214

二、2026-2031年滋补保健行业投资效益分析 214

三、2026-2031年滋补保健行业投资趋势预测 214

四、2026-2031年滋补保健行业的投资方向 215

五、2026-2031年滋补保健行业投资的建议 215

六、新进入者应注意的障碍因素分析 216

第二节 影响滋补保健行业发展的主要因素 216

一、2026-2031年影响滋补保健行业运行的有利因素分析 216

二、2026-2031年影响滋补保健行业运行的不利因素分析 217

三、2026-2031年我国滋补保健行业发展面临的挑战分析 217

四、2026-2031年我国滋补保健行业发展面临的机遇分析 217

第三节 滋补保健行业投资风险及控制策略分析 218

一、2026-2031年滋补保健行业市场风险及控制策略 218

二、2026-2031年滋补保健行业政策风险及控制策略 219

三、2026-2031年滋补保健行业经营风险及控制策略 220

四、2026-2031年滋补保健行业原材料价格波动风险及控制策略 222

五、2026-2031年滋补保健行业人力成本上升带来的风险 222

六、2026-2031年滋补保健行业其他风险及控制策略 223

第五部分 发展战略研究

第十二章 滋补保健行业投资战略研究 229

第一节 滋补保健行业发展战略研究 229

一、战略综合规划 229

二、技术开发战略 230

三、业务组合战略 232

四、区域战略规划 234

五、产业战略规划 235

六、营销品牌战略 235

七、竞争战略规划 236

第二节 对我国滋补保健品牌的战略思考 238

一、企业品牌的重要性 238

二、滋补保健实施品牌战略的意义 239

三、滋补保健企业品牌的现状分析 240

四、我国滋补保健企业的品牌战略 241

五、滋补保健品牌战略管理的策略 243

第三节 滋补保健经营策略分析 247

一、滋补保健市场细分策略 247

二、滋补保健市场创新策略 248

三、滋补保健品牌定位与品类规划 251

四、滋补保健新产品差异化战略 263

第十三章 中道泰和投资战略研究 266

第一节 2021-2026年滋补保健行业投资战略 266

第二节 2026-2031年滋补保健行业投资战略 266

图表目录

图表：保健食品标志 1

图表：产业生命周期一览表 8

图表：食品行业生命周期的判断 10

图表：全球制造业和服务业pmi走势 15

图表：发达国家与新兴市场经济增长对比 15

图表：主要国家当前所处经济周期阶段分布示意图 16

图表：发达国家oecd先行指标 17

图表：各国经济超预期指数 17

图表：美国gdp分项构成示意图 18

图表：美国实际gdp环比增速贡献 18

图表：美国居民消费同比增速 19

图表：美国住宅与非住宅投资同比增速 19

图表：美国新屋房价/家庭收入比值(6个月均值) 20

图表：美国耐用品订单同比增速 21

图表：美国经济衰退概率 21

图表：美国家庭部门净资产规模 22

图表：美国新屋销量与30年抵押贷款利率 23

图表：美国企业债务占盈利、营业净收入比例 24

图表：美国企业不同评级债券规模变化 24

图表：欧元区实际gdp同比增速分项贡献 25

图表：欧元区私人部门信贷增速 26

图表：日本名义和实际薪资同比增速 27

图表：日本企业资本支出同比增速 27

图表：2021-2026年规模以上工业增加值增速 30

图表：2021-2026年全国粮食产量 31

图表：2021-2026年固定资产投资增速 32

图表：2021-2026年房地产开发投资增速 32

图表：2021-2026年居民消费价格上涨情况 33

图表：2021-2026年工业生产者出厂价格上涨情况 34

图表：2021-2026年中国大陆人口总数情况 35

图表：2021-2026年中国大陆15-64岁人口规模及占比 36

图表：2021-2026年中国大陆65岁及以上人口数及占比 37

图表：2021-2026年中国大陆15岁以下人口数及比重 38

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出结构 39

图表：2021-2026年中国滋补保健行业市场规模 51

图表：2021-2026年中国人均可支配收入及实际增速 53

图表：2021-2026年我国滋补保健品价格指数走势 56

图表：阿胶品牌市场占有率 57

图表：2021-2026年中国滋补保健行业总产值 59

图表：中国人参主要产区产量结构 59

图表：我国人参主要产区分布 60

图表：2021-2026年我国阿胶品牌市场占有率 61

图表：2021-2026年全国滋补保健行业销售产值 61

图表：2021-2026年全国滋补保健行业销售收入 62

图表：2021-2026年各地区滋补保健行业需求情况(单位：亿元) 62

图表：2021-2026年中国滋补保健行业产销率 63

图表：2021-2026年中国滋补保健品出口情况 63

图表：2021-2026年中国滋补保健品出口产品结构 64

图表：2021-2026年中国滋补保健行业进口情况 65

图表：2021-2026年华北地区滋补保健行业销售收入 67

图表：2021-2026年华北地区滋补保健行业需求情况 67

图表：2021-2026年华北地区滋补保健行业市场规模 68

图表：2021-2026年东北地区滋补保健行业销售收入 68

图表：2021-2026年东北地区滋补保健行业需求情况 69

图表：2021-2026年华北地区滋补保健行业市场规模 69

图表：2021-2026年华东地区滋补保健行业销售收入 70

图表：2021-2026年华东地区滋补保健行业需求情况 70

图表：2021-2026年华东地区滋补保健行业市场规模 71

图表：2021-2026年华南地区滋补保健行业销售收入 71

图表：2021-2026年华南地区滋补保健行业需求情况 72

图表：2021-2026年华南地区滋补保健行业市场规模 72

图表：2021-2026年华中地区滋补保健行业销售收入 73

图表：2021-2026年华中地区滋补保健行业需求情况 73

图表：2021-2026年华中地区滋补保健行业市场规模 74

图表：2021-2026年西南地区滋补保健行业销售收入 74

图表：2021-2026年西南地区滋补保健行业需求情况 75

图表：2021-2026年西南地区滋补保健行业市场规模 75

图表：2021-2026年西北地区滋补保健行业销售收入 76

图表：2021-2026年西北地区滋补保健行业需求情况 76

图表：2021-2026年西北地区滋补保健行业市场规模 77

图表：2021-2026年我国人均可支配收入 78

图表：2021-2026年中国费者信心指数 79

图表：各收入水平(月均收入)消费者对滋补保健品的偏好 80

图表：各年龄阶段消费者对滋补保健品的偏好 80

图表：各地区消费者对滋补保健品的偏好 81

图表：滋补保健重点品牌排名 82

图表：滋补保健品单次消费价格分布 85

图表：滋补保健行业购买渠道分布 86

图表：滋补保健广告的影响程度 86

图表：滋补保健包装效果分析 87

图表：消费者对滋补保健品牌认知度调查 87

图表：滋补保健消费者偏好品牌更换频率 88

图表：滋补保健消费者购买信息渠道分布 88

图表：滋补保健行业品牌忠诚度 89

图表：滋补保健消费者购买影响因素 90

图表：2021-2026年我国部分三线城市居民人均可支配收入情况 91

图表：2021-2026年我国部分三线城市居民人均消费情况 92

图表：2021-2026年我国部分三线城市居民人均保健品消费占比 92

图表：京东商城2021-2026年红参产品按销量排行top10 93

图表：天猫商城2021-2026年红参产品按销量排行top10 94

图表：天猫商城2021-2026年高丽参产品按销量排行top10 95

图表：京东商城2021-2026年高丽参产品按销量排行top10 96

图表：天猫商城2021-2026年燕窝产品按销量排行top10 97

图表：京东商城2021-2026年燕窝产品按销量排行top10 98

图表：天猫商城2021-2026年石斛产品按销量排行top10 99

图表：京东商城2021-2026年石斛产品按销量排行top10 100

图表：消费者滋补品信息获得渠道占比 101

图表：2021-2026年滋补品市场规模及增速 101

图表：2026-2031年滋补品市场规模预测 102

图表：消费者滋补品种类偏好 102

图表：消费者重复购买滋补品的时间段分布 103

图表：消费者滋补品购买渠道占比 104

图表：消费者购买滋补品单次消费金额占比 104

图表：消费者选择颗粒状滋补品价格占比 105

图表：2021-2026年中国OTC行业市场规模 105

图表：2026-2031年中国otc行业市场规模预测 106

图表：2021-2026年中国网络医疗保健市场规模 109

图表：2026-2031年中国网络医疗保健市场规模预测 110

图表：2021-2026年中国传统医疗保健市场规模 110

图表：2026-2031年中国传统医疗保健市场规模预测 111

图表：2021-2026年中国参类产品市场规模 111

图表：2026-2031年中国参类产品市场规模预测 112

图表：滋补保健市场格局 113

图表：2021-2026年滋补滋补保健品区域消费规模集中度 117

图表：滋补保健品媒介策略 138

图表：2021-2026年汤臣倍健主营业务情况 152

图表：2021-2026年金达威经营情况 157

图表：2021-2026年瑞年国际有限公司主要会计数据与财务指标 160

图表：2021-2026年瑞年国际有限公司资产负债表 161

图表：2021-2026年碧生源主要财务指标情况 165

图表：2021-2026年中生联合主要财务指标情况 168

图表：2021-2026年交大昂立主要经营财务指标情况 172

图表：2021-2026年康比特主要财务指标情况 175

图表：2021-2026年善元堂主要财务指标情况 179

图表：2021-2026年康美药业主营业务情况 186

图表：2021-2026年康美药业主要财务指标 187

图表：2021-2026年东阿阿胶主营业务情况 190

图表：2021-2026年东阿阿胶主要财务指标情况 191

图表：2026-2031年中国滋补保健行业市场规模预测 201

图表：2026-2031年中国滋补保健行业总产值预测 201

图表：2026-2031年中国滋补保健行业销售收入预测 202

图表：2026-2031年中国滋补保健行业供给规模预测 202

图表：2026-2031年中国滋补保健行业需求规模预测 203

图表：2026-2031年中国滋补保健行业供需平衡预测 203

图表：2026-2031年主要滋补保健产品进出口总额预测 204

图表：2021-2026年滋补保健行业总体投资规模 205

图表：2021-2026年滋补保健行业主要投资领域占比情况 205

图表：2021-2026年中国滋补保健行业投资规模及增速 206

图表：2021-2026年滋补保健主要细分行业投资金额(单位：亿元) 206

图表：2021-2026年中国滋补保健行业区域投资占比 207

图表：2021-2026年中国滋补保健行业外商投资情况 207

图表：四种基本的品牌战略 246

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

报告编号：122749

本文地址：https://www.51baogao.cn/sc/20190607/122749.shtml

在线订购：点击这里