2026-2031年中国婴幼儿保健品行业发展前景及投资风险预测报告

报告简介

随着我国经济的发展，消费观念也逐步改变，对婴幼儿保健品的认知度和接受度也在提高，对行业产生的推动作用，产能不断扩大，2019年，产能约为11.01万吨。婴幼儿保健品行业呈现低龄化、细分化、进口化、消费升级4大特点：

低龄化指的是消费者购买婴幼儿保健品的时间越来越有提前的趋势。我国有50%的宝宝父母在宝宝0-3个月阶段第一次购买婴幼儿保健品。

在需求细分化这一特点上，有98%的妈妈都选择了宝宝成长过程中，最关心的就是宝宝的全面营养，父母对宝宝不仅仅是基础的体格发育有要求，对免疫力、脑力智力的发育也希望通过食品全面改善。从最基础的保证骨骼健康的钙铁锌，到改善免疫力的益生菌，再到明目益智的DHA等成分，消费者都有更科学细致的关注。这种细致要求也体现在了父母们的购买过程中，产品包装上的成分原材料信息对消费者购买婴幼儿保健品时的影响比例，在营养品的购买决策树的重要度仅次于品牌。

进口化则更好理解，即海外婴幼儿保健品品牌增长迅速。海淘或海外购入婴幼儿产品的渠道渗透率从2017年的13%提升为14%。而对于曾经海外购入(非网上渠道)婴幼儿产品的消费者，购买过婴幼儿保健品的比例在2018年为24%，较2017年提升5个点。另外，天猫国际婴幼儿保健品的销售额占比前五名品类依次为钙铁锌、维生素、DHA核桃油、益生菌和鱼肝油。在国家跨境电商政策的利好下，这些小品类也有望为市场注入一剂良药。

婴幼儿保健品在消费升级上的表现在于，价格在婴幼儿保健品均价2倍以上的高端价格带产品(每KG价格在250元以上)占比同比增长46%，份额提升5%，而相反其余价格带产品仅有个位数的增幅，中低价产品份额下降。

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、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、多角度地对中国婴幼儿保健品市场进行了分析研究。报告在总结中国婴幼儿保健品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国婴幼儿保健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，为婴幼儿保健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

第一章 中国婴幼儿保健品行业发展环境分析 1

第一节 经济发展环境分析 1

一、中国gdp增长情况分析 1

二、工业经济发展形势分析 3

三、社会固定资产投资分析 5

四、全社会消费品零售总额 8

五、城乡居民收入增长分析 9

六、居民消费价格变化分析 10

第二节 婴幼儿保健品行业政策环境分析 11

一、行业监管管理体制 11

二、行业相关政策分析 12

三、上下游产业政策影响 17

四、进出口政策影响分析 19

第三节 婴幼儿保健品行业技术环境分析 20

一、行业技术发展概况 20

二、行业技术发展现状 21

第四节 婴幼儿保健品行业社会环境发展分析 21

第二章 2021-2026年中国婴幼儿保健品行业现状分析 29

第一节 婴幼儿保健品行业发展现状 29

一、婴幼儿保健品行业主要产品分类 29

二、婴幼儿保健品行业特性及重要性 30

第二节 婴幼儿保健品行业主要品牌及市占率 31

第三节 中国婴幼儿保健品行业产能概况 32

一、2021-2026年中国婴幼儿保健品行业产能分析 32

二、2026-2031年中国婴幼儿保健品行业产能预测 33

第四节 中国婴幼儿保健品行业市场容量分析 34

一、2021-2026年中国婴幼儿保健品行业市场容量分析 34

二、产能配置与产能利用率调查 35

三、2026-2031年中国婴幼儿保健品行业市场容量预测 36

第五节 影响婴幼儿保健品行业供需状况的主要因素 36

一、影响婴幼儿保健品行业供需状况的主要因素 36

二、2026-2031年中国婴幼儿保健品行业供需平衡趋势预测 37

第三章 中国婴幼儿保健品细分产品市场分析 38

第一节 乳铁蛋白 38

一、乳铁蛋白来源 38

二、乳铁蛋白功效 38

三、乳铁蛋白婴幼儿保健品类型 39

四、乳铁蛋白婴幼儿保健品主要品牌及竞争 39

五、乳铁蛋白婴幼儿保健品市场规模 39

六、乳铁蛋白婴幼儿保健品市场需求 40

七、乳铁蛋白婴幼儿保健品发展趋势与前景 40

第二节 免疫球蛋白 41

一、免疫球蛋白来源 41

二、免疫球蛋白功效 41

三、免疫球蛋白婴幼儿保健品类型 42

四、免疫球蛋白婴幼儿保健品主要品牌及竞争 42

五、免疫球蛋白婴幼儿保健品市场规模 43

六、免疫球蛋白婴幼儿保健品市场需求 43

七、免疫球蛋白婴幼儿保健品发展趋势与前景 43

第三节 dha 44

一、dha来源 44

二、dha功效 45

三、dha婴幼儿保健品类型 46

四、dha婴幼儿保健品主要品牌及竞争 46

五、dha婴幼儿保健品市场规模 46

六、dha婴幼儿保健品市场需求 47

七、dha婴幼儿保健品发展趋势与前景 47

第四节 益生菌 47

一、益生菌来源 47

二、益生菌功效 48

三、益生菌婴幼儿保健品类型 49

四、益生菌婴幼儿保健品主要品牌及竞争 49

五、益生菌婴幼儿保健品市场规模 50

六、益生菌婴幼儿保健品市场需求 50

七、益生菌婴幼儿保健品发展趋势与前景 51

第五节 维生素 51

一、维生素来源 51

二、维生素功效 52

三、维生素婴幼儿保健品类型 53

四、维生素婴幼儿保健品主要品牌及竞争 54

五、维生素婴幼儿保健品市场规模 54

六、维生素婴幼儿保健品市场需求 54

七、维生素婴幼儿保健品发展趋势与前景 55

第六节 矿物质 55

一、矿物质来源 55

二、矿物质功效 56

三、矿物质婴幼儿保健品类型 57

四、矿物质婴幼儿保健品主要品牌及竞争 57

五、矿物质婴幼儿保健品市场规模 58

六、矿物质婴幼儿保健品市场需求 58

七、矿物质婴幼儿保健品发展趋势与前景 58

第四章 中国婴幼儿保健品行业产业链分析 60

第一节 婴幼儿保健品行业产业链概述 60

一、上游行业影响及风险分析 60

二、下游行业风险分析及提示 60

第二节 婴幼儿保健品上游产业发展状况分析 61

一、乳铁蛋白婴幼儿保健品上游市场发展现状 61

1、上游原材料供给情况 61

2、原材料供给价格情况 62

3、原材料供给趋势分析 63

二、免疫球蛋白婴幼儿保健品上游市场发展现状 64

1、上游原材料供给情况 64

2、原材料供给价格情况 65

3、原材料供给趋势分析 65

三、dha婴幼儿保健品上游市场发展现状 65

1、上游原材料供给情况 65

2、原材料供给价格情况 66

3、原材料供给趋势分析 66

第三节 婴幼儿保健品下游应用需求市场分析 67

一、乳铁蛋白婴幼儿保健品下游需求市场分析 67

1、需求人群分析 67

2、需求规模预测 67

二、免疫球蛋白婴幼儿保健品下游需求市场分析 68

1、需求人群分析 68

2、需求规模预测 68

三、dha婴幼儿保健品下游需求市场分析 68

1、需求人群分析 68

2、需求规模预测 69

第五章 中国婴幼儿保健品行业进出口市场分析 70

第一节 婴幼儿保健品行业进出口状况综述 70

第二节 婴幼儿保健品行业进口市场分析 70

第三节 婴幼儿保健品行业出口市场分析 71

第四节 婴幼儿保健品行业进出口前景及建议 72

第六章 中国婴幼儿保健品行业渠道分析 74

第一节 渠道形式及对比 74

第二节 各类渠道对婴幼儿保健品行业的影响 75

第三节 主要婴幼儿保健品企业渠道策略研究 76

第七章 中国婴幼儿保健品产品价格走势及影响因素分析 78

第一节 婴幼儿保健品产品当前市场价格 78

一、主要乳铁蛋白婴幼儿保健产品品牌价格 78

二、主要免疫球蛋白婴幼儿保健产品品牌价格 78

三、主要dha婴幼儿保健产品品牌价格 78

第二节 婴幼儿保健品产品价格影响因素分析 79

第三节 2026-20315年婴幼儿保健品产品未来价格走势预测 82

第八章 中国婴幼儿保健品行业供需情况及集中度分析 83

第一节 婴幼儿保健品行业发展状况 83

一、婴幼儿保健品行业市场供给分析 83

二、婴幼儿保健品行业市场需求分析 84

三、婴幼儿保健品行业市场规模分析 84

第二节 婴幼儿保健品行业集中度分析 85

一、行业市场区域分布情况 85

二、行业市场集中度情况 85

三、行业企业集中度分析 85

第九章 中国婴幼儿保健品市场运行情况 86

第一节 行业最新动态分析 86

一、行业相关动态概述 86

二、行业发展热点聚焦 86

第二节 行业品牌现状分析 87

第十章 中国婴幼儿保健品行业主要数据监测分析 90

第一节 婴幼儿保健品行业总体数据分析 90

第二节 婴幼儿保健品行业不同规模企业数据分析 90

第三节 婴幼儿保健品行业不同所有制企业数据分析 90

第十一章 我国保健品市场发展分析 91

第一节 中国保健品行业相关政策解读 91

第二节 我国保健品市场发展综述 105

一、保健品市场容量及增长速度 105

二、我国保健品市场发展阶段分析 105

三、中国保健食品市场存在的问题 108

四、我国保健品行业健康发展情况分析 109

五、中国保健食品市场发展趋势 109

第三节 保健品市场的深度分析 111

一、保健食品行业基本情况分析 111

二、保健食品产业结构分析 112

三、市场容量及品牌集中度分析 113

四、产品功能分布情况分析 114

第四节 我国保健品行业发展中存在的突出问题 115

一、保健品行业的低水平竞争 115

二、保健品面临严重的信誉危机 115

三、企业重广告、轻研发 116

四、保健品缺乏市场分工 116

第五节 新保健品企业的四大错误观念 116

第六节 保健品销售渠道构成及变化 118

一、零售结构的变化 118

二、长窄型渠道向短宽型转变 119

三、保健品零售结构变化的趋势 119

第七节 保健品行业的发展趋势分析 120

一、市场将进一步扩大 120

二、价格总体水平将下降 123

三、新资源、高技术、方便剂型的保健品将成为主流 124

四、促销重点将从功效宣传转向保健知识宣传及品牌宣传 125

五、功能分散化，单种保健品功能专一化 125

第八节 医药保健品行业的低调转型之路 126

第十二章 中国婴幼儿保健品行业区域分析 127

第一节 华北地区婴幼儿保健品行业发展状况分析 127

第二节 华中地区婴幼儿保健品行业发展状况分析 127

第三节 华东地区婴幼儿保健品行业发展状况分析 127

第四节 华南地区婴幼儿保健品行业发展状况分析 128

第五节 西北地区婴幼儿保健品行业发展状况分析 128

第六节 东北地区婴幼儿保健品行业发展状况分析 128

第七节 西南地区婴幼儿保健品行业发展状况分析 129

第十三章 中国婴幼儿保健品行业竞争格局分析 130

第一节 行业总体市场竞争状况分析 130

一、婴幼儿保健品行业竞争结构分析 130

1、现有企业间竞争 130

2、潜在进入者分析 131

3、替代品威胁分析 131

4、供应商议价能力 132

5、客户议价能力 132

二、婴幼儿保健品行业企业间竞争格局分析 133

1、不同地域企业竞争格局 133

2、不同规模企业竞争格局 133

3、不同所有制企业竞争格局 133

三、婴幼儿保健品行业swot分析 134

1、婴幼儿保健品行业优势分析 134

2、婴幼儿保健品行业劣势分析 134

3、婴幼儿保健品行业机会分析 134

4、婴幼儿保健品行业威胁分析 135

第二节 婴幼儿保健品行业竞争力综述 135

一、婴幼儿保健品行业竞争力分析 135

1、婴幼儿保健品企业市场竞争的优势 135

2、国内婴幼儿保健品企业竞争能力提升途径 136

第十四章 婴幼儿保健品主要企业发展概述 137

第一节 evolution health(life space益倍适) 137

一、公司发展概况 137

二、公司主要产品及针对对象情况 137

三、婴幼儿保健产品特点 137

四、企业经营状况分析 138

五、企业销售网络布局 138

六、公司发展战略与规划 138

第二节 成都雅莱生物科技有限公司(金贝儿) 138

一、公司发展概况 138

二、公司主要产品及针对对象情况 139

三、婴幼儿保健产品特点 139

四、企业经营状况分析 140

五、企业销售网络布局 140

六、公司发展战略与规划 140

第三节 新西兰培芝公司 140

一、公司发展概况 140

二、公司主要产品及针对对象情况 141

三、婴幼儿保健产品特点 141

四、企业经营状况分析 142

五、企业销售网络布局 142

六、公司发展战略与规划 142

第四节 生命阳光集团 143

一、公司发展概况 143

二、公司主要产品及针对对象情况 143

三、婴幼儿保健产品特点 143

四、企业经营状况分析 143

五、企业销售网络布局 144

六、公司发展战略与规划 144

第五节 澳药集团(slaite新西特) 144

一、公司发展概况 144

二、公司主要产品及针对对象情况 145

三、婴幼儿保健产品特点 145

四、企业经营状况分析 146

五、企业销售网络布局 146

六、公司发展战略与规划 147

第六节 汤臣倍健 147

一、公司发展概况 147

二、公司主要产品及针对对象情况 147

三、婴幼儿保健产品特点 149

四、企业经营状况分析 149

五、企业销售网络布局 151

六、公司发展战略与规划 151

第七节 blackmores澳佳宝 152

一、公司发展概况 152

二、公司主要产品及针对对象情况 153

三、婴幼儿保健产品特点 153

四、企业经营状况分析 154

五、企业销售网络布局 155

六、公司发展战略与规划 156

第八节 童年传奇 156

一、公司发展概况 156

二、公司主要产品及针对对象情况 156

三、婴幼儿保健产品特点 156

四、企业经营状况分析 157

五、企业销售网络布局 157

六、公司发展战略与规划 157

第九节 澳大利亚活曼特乳业homart dairy (autili澳特力) 157

一、公司发展概况 157

二、公司主要产品及针对对象情况 158

三、婴幼儿保健产品特点 158

四、企业经营状况分析 158

五、企业销售网络布局 159

六、公司发展战略与规划 159

第十节 美国撒克逊食品科技有限公司(拉菲琦) 159

一、公司发展概况 159

二、公司主要产品及针对对象情况 159

三、婴幼儿保健产品特点 160

四、企业经营状况分析 161

五、企业销售网络布局 161

六、公司发展战略与规划 161

第十五章 2026-20315年中国婴幼儿保健品行业投资风险预警 163

第一节 婴幼儿保健品行业发展中存在的问题 163

第二节 婴幼儿保健品投资风险提示 164

一、政策和体制风险 164

二、技术发展风险 166

三、市场竞争风险 167

四、经营管理风险 167

第三节 针对婴幼儿保健品不同企业的投资建议 172

一、婴幼儿保健品总体投资建议 172

二、大型企业投资建议 173

三、中小型企业投资建议 173

第十六章 2026-20315年中国婴幼儿保健品行业发展前景预测分析 174

第一节 婴幼儿保健品行业未来发展预测分析 174

一、婴幼儿保健品行业发展方向及投资机会分析 174

二、婴幼儿保健品行业发展规模分析 174

三、婴幼儿保健品行业发展趋势分析 175

四、婴幼儿保健品行业"十三五"整体规划及预测 176

第二节 婴幼儿保健品行业供需预测 177

一、婴幼儿保健品行业供给预测 177

二、婴幼儿保健品行业需求预测 177

图表目录

图表：2021-2026年我国国内生产总值及其增长速度 2

图表：2021-2026年三次产业增加值占国内生产总值比重 2

图表：2021-2026年万元国内生产总值耗能降低率 3

图表：2021-2026年全员劳动生产率 3

图表：2021-2026年全部工业增加值及其增速 4

图表：2021-2026年主要工业产品产量及其增速 5

图表：2021-2026年三次产业投资占固定资产投资(不含农业)比重 6

图表：2021-2026年分行业固定资产投资(不含农业)增长速度 7

图表：2021-2026年固定资产投资新增主要生产与运营能力 7

图表：2021-2026年房地产开发和销售主要指标及其增速 8

图表：2021-2026年社会消费品零售总额 8

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增长速度 10

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及其构成 11

图表：我国保健品各管理机构的职责示意图 12

图表：2021-2026年研究与实验发展(r&d)经费支出及其增长速度 22

图表：2021-2026年专利申请、授权和有效专利情况 23

图表：2021-2026年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 24

图表：2021-2026年国内游客人次及其增长速度 25

图表：2021-2026年末卫生技术人员人数 26

图表：2021-2026年清洁能源消费占能源消费总量的比重 27

图表：2021-2026年我国部分重点婴幼儿保健品品牌市场占比 31

图表：2021-2026年我国婴幼儿保健品行业产能 32

图表：2026-2031年中国婴幼儿保健品行业产能预测 33

图表：2021-2026年中国婴幼儿保健品行业市场容量 34

图表：婴幼儿保健品产能利用率 35

图表：2026-2031年中国婴幼儿保健品行业市场容量预测 36

图表：2026-2031年中国婴幼儿保健品行业供需平衡趋势预测 37

图表：2021-2026年乳铁蛋白婴幼儿保健品市场规模 39

图表：2021-2026年免疫球蛋白婴幼儿保健品市场规模 43

图表：2021-2026年dha婴幼儿保健品市场规模 46

图表：益生菌婴幼儿保健品主要形态的品牌 50

图表：2021-2026年益生菌婴幼儿保健品市场规模 50

图表：维生素主要食物来源 52

图表：维生素功效 52

图表：2021-2026年维生素婴幼儿保健品市场规模 54

图表：矿物质食物来源 56

图表：2021-2026年矿物质婴幼儿保健品市场规模 58

图表：2021-2026年国内生鲜乳产量变化 62

图表：我国藻类海水产品产量情况 66

图表：2026-2031年中国乳铁蛋白婴幼儿保健品需求规模预测 67

图表：2026-2031年中国免疫球蛋白婴幼儿保健品需求规模预测 68

图表：2026-2031年中国dha婴幼儿保健品需求规模预测 69

图表：2021-2026年我国濒危鱼鱼肝油及其分离品进口量、进口额 70

图表：我国部分进口企业及进口规模 70

图表：2021-2026年我国濒危鱼鱼肝油及其分离品出口量、出口额 71

图表：我国部分出口企业及出口规模 71

图表：部分乳铁蛋白婴幼儿保健产品品牌价格 78

图表：部分免疫球蛋白婴幼儿保健产品品牌价格 78

图表：部分dha婴幼儿保健产品品牌价格 78

图表：传统保健品消费存在的“痛点” 81

图表：2021-2026年我国婴幼儿保健品行业市场供给 83

图表：2021-2026年我国婴幼儿保健品行业市场需求 84

图表：2021-2026年我国婴幼儿保健品行业市场规模 84

图表：婴幼儿保健品行业市场规模 90

图表：婴幼儿保健品行业市场规模 90

图表：婴幼儿保健品行业市场规模 90

图表：中国保健品市场规模及增速 105

图表：2021-2026年国内保健品各子版块占比情况 113

图表：2021-2026年中国保健品市场品牌集中度情况 114

图表：2021-2026年中国保健品细分品类发展情况(百万元，%) 115

图表：我国保健品各销售渠道增速 118

图表：2021-2026年中美两国各年龄段保健品渗透率对比 121

图表：全国主要地区人均保健品消费 122

图表：2021-2026年我国65岁及以上人口数量 123

图表：华北地区婴幼儿保健品行业市场规模 127

图表：华中地区婴幼儿保健品行业市场规模 127

图表：华东地区婴幼儿保健品行业市场规模 127

图表：华南地区婴幼儿保健品行业市场规模 128

图表：西北地区婴幼儿保健品行业市场规模 128

图表：东北地区婴幼儿保健品行业市场规模 128

图表：西南地区婴幼儿保健品行业市场规模 129

图表：汤臣倍健产品 148

图表：汤臣倍健产品 148

图表：2026-2031年婴幼儿保健品行业发展规模 174

图表：2021-2026年婴幼儿保健品行业供给预测 177

图表：2021-2026年婴幼儿保健品行业需求预测 177

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：164445

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20200423/164445.shtml

在线订购：点击这里