

2026-2031年营养补充剂市场现状调查及供需格局分析预测报告

报告简介

营养补充剂，又称营养补充品、营养剂、

饮食补充剂等，是作为饮食的一种辅助手段，用来补充人体所需的氨基酸、微量元素、维生素、矿物质等。营养补充剂可以由氨基酸、多不饱和脂肪酸、矿物质与维生素组成，或仅由一种或多种维生素组成，也可以是由一种或多种膳食成分组成，其中除氨基酸、维生素、矿物质等营养素之外，还可以有草本植物或其它植物成分，或以上成分的浓缩物、提取物或组合物组成。

营养补充剂所用原料主要取自天然物种，也有通过化学或生物技术生产的安全可靠的物质，比如动植物提取物、维生素、矿物质、氨基酸等。一般来说其所含有的功能成分的理化性质比较稳定，化学结构比较明确，作用机理得到一定程度的科学论证，其安全性、功能性、质量可控性达到管理的标准。营养补充剂主要以类似药品的产品形态存在，使用的剂型主要包括：硬胶囊、软胶囊、片剂、口服液、颗粒剂、粉剂等。包装形态有瓶装、桶(盒)装、袋装、铝塑泡罩板状等预包装形式。

营养补充剂在中国尚未成为一个法律定义，而是针对中国营养补益产业的实际情况，由中国保健协会市场工作委员会委研究机构经过长期的调研形成的一个业内概念，并快速得到各方的认可，我国营养补充剂的产品竞争力强大，市场需求巨大，我国营养补充剂行业发周期处于成长期。

随着人口结构及消费者消费意识的改变，当前益生菌产品、骨关节健康、运动营养美容相关产品、眼健康产品是市场热销产品，单品类鱼油胶囊、蛋白粉、维生素类产品、膳食纤维等产品属于畅销产品。从零售药店的渠道来说，维生素类产品、通便、增加骨密度、增强免疫力类产品销售良好，目前厂商产能因主要受市场消费、渠道影响、品牌因素比较大。

法律：营养补充剂在中国尚未成为一个法律定义，而在美国是一个法定概念。内涵：营养补充剂在我国是一个横跨了保健食品、普通食品的产品集，而美国的营养补充剂则是一类区别于普通食品和药品的第三类产品。原料：中国的营养补充剂的原料必须是人体必需的营养素，或者构效关系相对明确的生物活

性物质，而美国的营养补充剂则没有如此定义。目的：中国的营养补充剂的目的是提高机体健康水平和降低疾病风险，而美国的营养补充剂目的是补充膳食成分。声称：在中国营养补充剂因具有保健食品身份，因此可声称辅助降血脂功能、祛黄褐斑功能等，而美国的营养补充剂则不能这样声称。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员进行长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个营养补充剂行业的市场走向和发展趋势。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 营养补充剂行业发展概述 1

第一节 营养补充剂的概念 1

一、营养补充剂的界定 1

二、营养补充剂的特点 1

第二节 营养补充剂行业发展成熟度 2

一、营养补充剂行业发展周期分析 2

二、营养补充剂行业中外市场成熟度对比 2

第二章 2021-2026年中国营养补充剂行业运行环境分析 3

第一节 2021-2026年中国宏观经济环境分析 3

第二节 2021-2026年中国营养补充剂行业发展政策环境分析 4

一、国内宏观政策发展建议 4

1、从保障居民消费力着眼 4

2、金融财税政策快速联动，助力疫情防控 4

3、宏观政策逆向调节需要加强针对性 7

二、营养补充剂行业政策分析 9

三、相关行业政策影响分析 10

第三节 2021-2026年中国营养补充剂行业发展社会环境分析 12

第二部分 行业市场现状

第三章 2021-2026年中国营养补充剂行业市场发展分析 13

第一节 营养补充剂行业市场发展现状 13

一、市场发展概况 13

二、发展热点回顾 13

三、市场存在问题及策略分析 15

第二节 营养补充剂行业技术发展 16

一、技术特征现状分析 16

二、新技术研发及应用动态 16

三、技术发展趋势 17

第三节 中国营养补充剂行业消费市场分析 18

一、消费特征分析 18

二、消费需求趋势 18

三、品牌市场消费结构 18

第四节 营养补充剂行业产销数据统计分析 19

一、整体市场规模 19

二、区域市场数据统计情况 19

第五节 2026-2031年营养补充剂行业市场发展趋势 19

第四章 中国营养补充剂行业供给情况及趋势 21

第一节 2021-2026年中国营养补充剂行业市场供给分析 21

一、营养补充剂整体供给情况分析 21

二、营养补充剂重点区域供给分析 21

第二节 营养补充剂行业供给关系因素分析 21

一、需求变化因素 21

二、厂商产能因素 22

三、原料供给状况 22

四、技术水平提高 22

五、政策变动因素 23

第三节 2026-2031年中国营养补充剂行业市场供给趋势 23

一、营养补充剂整体供给情况趋势分析 23

二、营养补充剂重点区域供给趋势分析 23

三、影响未来营养补充剂供给的因素分析 23

第五章 营养补充剂行业产品价格分析 25

第一节 中国营养补充剂行业产品历年价格回顾 25

第二节 中国营养补充剂行业产品当前市场价格 25

一、产品当前价格分析 25

二、产品未来价格预测 25

第三节 中国营养补充剂行业产品价格影响因素分析 26

一、全球经济形式及影响 26

二、人民币汇率变化影响 26

三、其它 27

第六章 营养补充剂主要上下游产品分析 28

第一节 营养补充剂上下游分析 28

一、与行业上下游之间的关联性 28

二、上游原材料供应形势分析 28

三、下游产品解析 28

第二节 营养补充剂行业产业链分析 29

一、行业上游影响及风险分析 29

二、行业下游风险分析及提示 29

三、关联行业风险分析及提示 29

第七章 2021-2026年中国营养补充剂行业渠道分析及策略 30

第一节 营养补充剂行业渠道分析 30

一、渠道形式及对比 30

二、各类渠道对营养补充剂行业的影响 30

三、主要营养补充剂企业渠道策略研究 31

四、各区域主要代理商情况 32

第二节 营养补充剂行业用户分析 32

一、用户认知程度分析 32

二、用户需求特点分析 32

三、用户购买途径分析 33

第三节 营养补充剂行业营销策略分析 34

一、中国营养补充剂营销概况 34

二、营养补充剂营销策略探讨 34

三、营养补充剂营销发展趋势 35

第八章 2021-2026年中国营养补充剂行业主要指标监测分析 36

第一节 2021-2026年中国营养补充剂产业工业总产值分析 36

一、2021-2026年中国营养补充剂产业工业总产值分析 36

二、不同规模企业工业总产值分析 36

三、不同所有制企业工业总产值比较 37

第二节 2021-2026年中国营养补充剂产业主营业务收入分析 37

一、2021-2026年中国营养补充剂产业主营业务收入分析 37

二、不同规模企业主营业务收入分析 38

三、不同所有制企业主营业务收入比较 38

第三节 2021-2026年中国营养补充剂产业产品成本费用分析 39

一、2021-2026年中国营养补充剂产业销售成本分析 39

二、不同规模企业销售成本比较分析 39

三、不同所有制企业销售成本比较分析 40

第四节 2021-2026年中国营养补充剂产业利润总额分析 40

一、2021-2026年中国营养补充剂产业利润总额分析 40

二、不同规模企业利润总额比较分析 41

三、不同所有制企业利润总额比较分析 41

第五节 2021-2026年中国营养补充剂产业资产负债分析 42

一、2021-2026年中国营养补充剂产业资产负债分析 42

二、不同规模企业资产负债比较分析 42

三、不同所有制企业资产负债比较分析 43

第六节 2021-2026年中国营养补充剂行业财务指标分析 43

一、行业盈利能力分析 43

二、行业偿债能力分析 43

三、行业营运能力分析 44

四、行业发展能力分析 44

第三部分 行业竞争现状

第九章 中国营养补充剂行业区域市场分析 45

第一节 华北地区营养补充剂行业分析 45

一、2021-2026年行业发展现状分析 45

二、2021-2026年市场规模情况分析 45

三、2026-2031年市场需求情况分析 46

四、2026-2031年行业发展前景预测 46

五、2026-2031年行业投资风险预测 47

第二节 东北地区营养补充剂行业分析 47

一、2021-2026年行业发展现状分析 47

二、2021-2026年市场规模情况分析 48

三、2026-2031年市场需求情况分析 48

四、2026-2031年行业发展前景预测 49

五、2026-2031年行业投资风险预测 49

第三节 华东地区营养补充剂行业分析 50

一、2021-2026年行业发展现状分析	50
二、2021-2026年市场规模情况分析	50
三、2026-2031年市场需求情况分析	51
四、2026-2031年行业发展前景预测	51
五、2026-2031年行业投资风险预测	52
第四节 华南地区营养补充剂行业分析	52
一、2021-2026年行业发展现状分析	52
二、2021-2026年市场规模情况分析	53
三、2026-2031年市场需求情况分析	53
四、2026-2031年行业发展前景预测	54
五、2026-2031年行业投资风险预测	54
第五节 华中地区营养补充剂行业分析	55
一、2021-2026年行业发展现状分析	55
二、2021-2026年市场规模情况分析	55
三、2026-2031年市场需求情况分析	56
四、2026-2031年行业发展前景预测	56
五、2026-2031年行业投资风险预测	57
第六节 西南地区营养补充剂行业分析	57
一、2021-2026年行业发展现状分析	57
二、2021-2026年市场规模情况分析	58
三、2026-2031年市场需求情况分析	58
四、2026-2031年行业发展前景预测	59

五、2026-2031年行业投资风险预测 59

第七节 西北地区营养补充剂行业分析 60

一、2021-2026年行业发展现状分析 60

二、2021-2026年市场规模情况分析 60

三、2026-2031年市场需求情况分析 61

四、2026-2031年行业发展前景预测 61

五、2026-2031年行业投资风险预测 62

第十章 公司对营养补充剂行业竞争格局分析 63

第一节 行业竞争结构分析 63

一、现有企业间竞争 63

二、潜在进入者分析 63

三、替代品威胁分析 63

四、供应商议价能力 63

五、客户议价能力 63

第二节 行业集中度分析 64

一、市场集中度分析 64

二、企业集中度分析 64

三、区域集中度分析 64

第三节 行业国际竞争力比较 65

一、生产要素 65

二、需求条件 65

三、支援与相关产业 65

四、企业战略、结构与竞争状态 66

五、政府的作用 66

第四节 2021-2026年营养补充剂行业竞争格局分析 66

一、2021-2026年国内外营养补充剂竞争分析 66

二、2021-2026年我国营养补充剂市场竞争分析 67

三、2026-2031年国内主要营养补充剂企业动向 67

第十一章 营养补充剂企业竞争策略分析 69

第一节 营养补充剂市场竞争策略分析 69

一、营养补充剂市场增长潜力分析 69

二、营养补充剂主要潜力品种分析 69

三、现有营养补充剂产品竞争策略分析 70

四、潜力营养补充剂品种竞争策略选择 70

五、典型企业产品竞争策略分析 72

第二节 营养补充剂企业竞争策略分析 73

第三节 营养补充剂行业产品定位及市场推广策略分析 73

一、营养补充剂行业产品市场定位 73

二、营养补充剂行业广告推广策略 73

三、营养补充剂行业产品促销策略 74

四、营养补充剂行业招商加盟策略 76

五、营养补充剂行业网络推广策略 81

第十二章 营养补充剂企业竞争分析 83

第一节 诺天源(中国)贸易有限公司 83

一、企业基本情况 83

二、企业经营情况 83

三、企业发展战略 84

第二节 健安喜(上海)贸易有限公司 84

一、企业基本情况 84

二、企业销售收入及盈利水平分析 85

三、企业资产及负债情况分析 85

四、企业成本费用情况 86

第三节 造物游传北京电子商务有限公司 88

一、企业基本情况 88

二、企业经营分析 89

三、发展战略 90

第四节 pipingrock(朴诺) 90

一、企业基本情况 90

二、企业销售收入及盈利水平分析 95

三、发展战略 95

第五节 杭州海王生物工程有限公司 95

一、企业基本情况 95

二、经营情况 96

三、发展战略 97

第六节 裴礼康perriconemd 97

一、企业基本情况 97

二、企业销售收入及盈利水平分析 98

三、发展战略 98

第七节 abbott博士 99

一、企业基本情况 99

二、企业销售收入及盈利水平分析 101

三、企业资产及负债情况分析 101

四、企业成本费用情况 103

第八节 luckyvitamin 103

一、企业基本情况 103

二、企业经营情况 103

三、企业发展战略 104

第九节 上海康麦斯保健品有限公司 104

一、企业基本情况 104

二、企业经营情况 104

三、企业发展战略 105

第十节 thompson's 105

一、企业基本情况 105

二、企业经营情况 105

三、企业发展战略 109

第四部分 行业投资战略

第十三章 营养补充剂行业投资战略研究 110

第一节 营养补充剂行业发展战略研究 110

一、战略综合规划 110

二、技术开发战略 111

三、业务组合战略 113

四、区域战略规划 115

五、产业战略规划 116

六、营销品牌战略 116

七、竞争战略规划 119

第二节 对我国营养补充剂品牌的战略思考 120

一、企业品牌的重要性 120

二、营养补充剂实施品牌战略的意义 121

三、营养补充剂企业品牌的现状分析 122

四、我国营养补充剂企业的品牌战略 123

五、营养补充剂品牌战略管理的策略 125

第三节 营养补充剂行业投资战略研究 129

附录 132

附录一 《“健康中国”规划纲要》 132

附录二 《国民营养计划》 158

图表目录

图表：营养补充剂行业发展周期 2

图表：2021-2026年营养补充剂行业政策 9

图表：中国人口发展 12

图表：营养补充剂品牌市场消费结构 18

图表：2021-2026年营养补充剂行业市场规模	19
图表：2021-2026年营养补充剂行业区域市场规模	19
图表：2021-2026年营养补充剂行业供给规模	21
图表：2021-2026年营养补充剂重点区域供给分析	21
图表：2026-2031年营养补充剂行业供给规模	23
图表：天猫营养补充剂价格和销量占比	25
图表：营养保健品销售渠道占比	33
图表：我国养补充剂营销渠道	34
图表：2021-2026年中国营养补充剂产业工业总产值分析	36
图表：不同规模企业工业总产值	36
图表：不同所有制企业工业总产值占比	37
图表：2021-2026年中国营养补充剂产业主营业务收入分析	37
图表：不同规模企业主营业务收入分析	38
图表：不同所有制企业主营业务收入比较	38
图表：2021-2026年中国营养补充剂产业销售成本分析	39
图表：不同规模企业销售成本比较分析	39
图表：不同所有制企业销售成本比较分析	40
图表：2021-2026年中国营养补充剂产业利润总额分析	40
图表：不同规模企业利润总额比较分析	41
图表：不同所有制企业利润总额比较分析	41
图表：2021-2026年中国营养补充剂产业资产负债分析	42
图表：不同规模企业资产负债比较分析	42

图表：不同所有制企业资产负债比较分析 43

图表：2021-2026年中国营养补充剂行业盈利能力分析 43

图表：2021-2026年中国营养补充剂行业偿债能力分析 43

图表：2021-2026年中国营养补充剂行业营运能力分析 44

图表：2021-2026年中国营养补充剂行业发展能力分析 44

图表：中国华北地区营养补充剂人均消费(元) 45

图表：华北地区营养补充剂市场规模(亿元) 45

图表：中国华北地区人均医疗保健支出预测(元) 46

图表：中国华北地区市场规模预测(亿元) 46

图表：华北地区投资风险预测 47

图表：中国东北地区营养补充剂人均消费(元) 47

图表：中国东北地区营养补充剂市场规模(亿元) 48

图表：中国东北地区人均医疗保健支出预测(元) 48

图表：中国东北地区市场规模预测(亿元) 49

图表：中国东北地区投资风险预测 49

图表：中国华东地区营养补充剂人均消费(元) 50

图表：中国华东地区营养补充剂市场规模(亿元) 50

图表：中国华东地区人均医疗保健支出预测(元) 51

图表：中国华东地区市场规模预测(亿元) 51

图表：中国华东地区投资风险预测 52

图表：中国华南地区营养补充剂人均消费(元) 52

图表：中国华南地区营养补充剂市场规模(亿元) 53

图表：中国华南地区人均医疗保健支出预测(元) 53

图表：中国华南地区市场规模预测(亿元) 54

图表：中国华南地区投资风险预测 54

图表：中国华中地区营养补充剂人均消费(元) 55

图表：中国华中地区营养补充剂市场规模(亿元) 55

图表：中国华中地区人均医疗保健支出预测(元) 56

图表：中国华中地区市场规模预测(亿元) 56

图表：中国华中地区投资风险预测 57

图表：中国西南地区营养补充剂人均消费(元) 57

图表：中国西南地区营养补充剂市场规模(亿元) 58

图表：中国西南地区人均医疗保健支出预测(元) 58

图表：中国西南地区市场规模预测(亿元) 59

图表：中国西南地区投资风险预测 59

图表：中国西北地区营养补充剂人均消费(元) 60

图表：中国西北地区营养补充剂市场规模(亿元) 60

图表：中国西北地区人均医疗保健支出预测(元) 61

图表：中国西北地区市场规模预测(亿元) 61

图表：中国西北地区投资风险预测 62

图表：2021-2026年营养补充剂潜力品种 69

图表：2021-2026年gnc营业情况 85

图表：2021-2026年gnc资产负债表(美元) 85

图表：2021-2026年企业各项成本(单位：美元) 86

图表：公司品牌 89

图表：2021-2026年雅培盈利情况 101

图表：2021-2026年雅培资产负债表(美元) 101

图表：2021-2026年雅培成本情况 103

图表：四种基本的品牌战略 129

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：171868

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20200617/171868.shtml>

在线订购：[点击这里](#)