

中国保健食品行业运行分析及投资前景预测研究报告(2026-2031版)

报告简介

保健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。保健品无论是那种类型，它都有出自保健目的，不能速效的，但长时间服用可使人受益的特征。GB16740-97《保健(功能)食品通用标准(2026-

2031版)》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。根据国内的行业现状和国际惯例，国内保健品划分为营养补充剂和中草药、传统滋补类保健品两大类。

美国、日本、欧洲等地区是世界保健食品的主要消费市场。主要原因在于这些地区的人均收入较高，对具有保健功效的食品具有较高的期望，希望从中可以达到预防疾病和自我照顾的目的。另外，近年来亚洲尤其是中国和印度的保健食品市场发展很快，2010年至2016年间，行业平均年增长率在10%到15%之间，销售额从856亿元扩张到了2469亿元。截止到2016年底，中国已经超过日本成为全球第二大保健食品市场。随着经济的进一步发展，更多的新兴保健食品市场将占据越来越重要的位置。

中国保健品行业兴起于80年代，发展至今，经历了几次大起大落。随着社会进步和经济发展，人类对自身的健康日益关注。80年代末期到95年初，是保健食品行业的第一个高速发展时期。在这一阶段，由于保健食品的高额利润和相对较低的政策壁垒和技术壁垒，涌现出了3000多家保健食品生产企业。《保健食品注册与备案管理办法(2026-

2031版)》自2016年7月1日正式施行，严格定义：保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

过去保健品市场主要渗透中老年消费者，需求也以基础保健需求为主。近年来，新生代消费者群体的崛起叠加消费观念转型将有效扩容保健品市场整体需求。体重保持、消化调节等功效精准对接当代女性塑形保养等需求，含有葡萄籽、蔓越莓、胶原蛋白等成分的保健品受到女性消费者的青睐，“美丽经济”有望成为保健品行业的新增长点。此外，“全民健身”及“健康消费”潮流下，运动营养型保健品也从专业运动员渗透到消费大众，各大厂商纷纷顺势推出运动健康保健品。综合来看，可预见未来中国保健品的发展将呈现“老龄人群向中青年人群”、“基础保健向健康美丽”等变化。

本报告利用中道泰和长期对保健食品行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、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，采用与国际同步的科学分析模型，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、准确地把握整个保健食品行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国保健食品行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国保健食品行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助保健食品企业、学术科研单位、投资企业准确了解保健食品行业最新发展动向，及早发现保健食品行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点.....准确把握保健食品行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避保健食品行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

报告目录

第一章 保健食品行业相关基础概述及研究机构

第一节 保健食品的概念及分类

一、保健食品的界定

二、保健食品的分类

三、保健食品的特性

第二节 保健食品行业特点分析

一、市场特点分析

二、行业经济特性

三、行业发展周期分析

四、行业进入风险

五、行业成熟度分析

第三节 保健食品行业研究机构

一、保健食品行业介绍

二、保健食品行业研究优势

三、保健食品行业研究范围

第二章 2021-2026年中国保健食品行业市场发展环境分析

第一节 中国保健食品行业经济环境分析

一、中国经济运行情况

1、国民经济运行情况gdp

2、消费价格指数cpi、ppi

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

二、经济环境对行业的影响分析

第二节 中国保健食品行业政策环境分析

一、行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

二、行业政策分析

1、gb16740-97《保健(功能)食品通用标准》

2、《保健食品注册与备案管理办法》

3、行业“十四五”发展规划分析

三、政策环境对行业的影响分析

第三节 中国保健食品行业社会环境分析

一、行业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、居民消费观念和习惯

二、社会环境对行业的影响分析

第四节 中国保健食品行业技术环境分析

一、保健食品技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、中国保健食品行业新技术研究

二、保健食品技术发展水平

1、中国保健食品行业技术水平所处阶段

2、与国外保健食品行业的技术差距

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第三章 中国保健食品行业上、下游产业链分析

第一节 保健食品行业产业链概述

一、产业链概念

二、保健食品行业产业链

第二节 保健食品行业上游-原材料产业发展分析

一、原材料产业发展现状

二、原材料产业供给分析

三、原材料供给价格分析

四、原材料供给企业分析

第三节 保健食品行业下游-消费者消费情况分析

一、居民人均保健食品消费情况

二、保健食品消费者地域分布情况

三、消费升级下的保健食品消费市场

四、保健食品消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际保健食品行业市场发展分析

第一节 2021-2026年国际保健食品行业发展现状

一、国际保健食品行业发展现状

二、国际保健食品行业发展规模

三、国际保健食品主要技术水平

第二节 2021-2026年国际保健食品市场需求研究

一、国际保健食品市场需求特点

二、国际保健食品市场需求结构

三、国际保健食品市场需求规模

第三节 2021-2026年国际区域保健食品行业研究

一、欧洲

二、美国

三、日韩

第四节 2026-2031年国际保健食品行业发展展望

一、国际保健食品行业发展趋势

二、国际保健食品行业规模预测

三、国际保健食品行业发展机会

第五章 2021-2026年中国保健食品行业发展概述

第一节 中国保健食品行业发展状况分析

一、中国保健食品行业发展阶段

二、中国保健食品行业发展总体概况

三、中国保健食品行业发展特点分析

第二节 2021-2026年保健食品行业发展现状

一、2021-2026年中国保健食品行业发展热点

二、2021-2026年中国保健食品行业发展现状

三、2021-2026年中国保健食品企业发展分析

第三节 保健食品行业替代品及互补产品分析

一、保健食品行业替代品分析

1、替代品种类

2、主要替代品对保健食品行业的影响

3、替代品发展趋势分析

二、保健食品行业互补产品分析

1、行业互补产品种类

2、主要互补产品对保健食品行业的影响

3、互补产品发展趋势分析

第四节 中国保健食品行业细分市场概况

一、市场细分充分程度

二、细分市场结构分析

第五节 保健食品行业渠道与行业品牌分析

一、保健食品行业渠道分析

1、渠道形式

2、渠道要素对比

3、各区域主要代理商情况

二、保健食品行业品牌分析

1、品牌数量分析

2、品牌推广方式分析

3、品牌美誉度分析

4、品牌的选择情况

第五节 中国保健食品行业发展问题及对策建议

一、中国保健食品行业发展制约因素

二、中国保健食品行业存在问题分析

三、中国保健食品行业发展对策建议

第六章 中国保健食品行业运行指标分析及预测

第一节 中国保健食品行业企业数量分析

一、2021-2026年中国保健食品行业企业数量情况

二、2021-2026年中国保健食品行业企业竞争结构

第二节 2021-2026年中国保健食品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第三节 中国保健食品行业市场规模分析及预测

一、2021-2026年中国保健食品行业市场规模分析

二、2026-2031年中国保健食品行业市场规模预测

第四节 2021-2026年中国保健食品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第五节 中国保健食品行业市场供需分析及预测

一、中国保健食品行业市场供给分析

1、2021-2026年中国保健食品行业供给规模分析

2、2026-2031年中国保健食品行业供给规模预测

二、中国保健食品行业市场需求分析

1、2021-2026年中国保健食品行业需求规模分析

2、2026-2031年中国保健食品行业需求规模预测

第六节 2021-2026年中国保健食品行业产品价格分析

一、2021-2026年中国保健食品行业产品价格回顾

二、2021-2026年中国保健食品产品当前市场价格统计分析

三、2021-2026年中国保健食品产品价格影响因素分析

四、2026-2031年中国保健食品产品价格预测

第七节 保健食品行业进出口分析

一、出口分析

1、2021-2026年保健食品出口总况分析

2、2021-2026年保健食品出口量及增长情况

3、2021-2026年保健食品细分行业出口情况

4、出口流向结构

5、出口产品品牌分析

6、主要出口企业分析

7、出口价格特征分析

二、进口分析

1、2021-2026年保健食品进口总况分析

2、2021-2026年保健食品进口量及增长情况

3、2021-2026年保健食品细分行业进口情况

4、国家进口结构

5、进口产品结构

第七章 中国互联网+保健食品行业发展现状及前景

第一节 互联网给保健食品行业带来的冲击和变革分析

一、互联网时代保健食品行业大环境变化分析

二、互联网给保健食品行业带来的突破机遇分析

三、互联网给保健食品行业带来的挑战分析

四、互联网+保健食品行业渠道形势变革分析

五、互联网+保健食品行业营销模式变革分析

第二节 中国互联网+保健食品行业市场发展现状分析

一、中国互联网+保健食品行业投资布局分析

1、中国互联网+保健食品行业投资切入方式

2、中国互联网+保健食品行业投资规模分析

3、中国互联网+保健食品行业投资业务布局

二、保健食品行业目标客户互联网渗透率分析

三、中国互联网+保健食品行业市场规模分析

四、中国互联网+保健食品行业竞争格局分析

1、中国互联网+保健食品行业参与者结构

2、中国互联网+保健食品行业竞争者类型

3、中国互联网+保健食品行业市场占有率

五、中国保健食品垂直电商平台分析

1、天猫商城

2、淘宝商城

3、京东商城

六、中国保健食品企业互联网战略案例分析

第三节 中国互联网+保健食品行业市场前景分析

一、中国互联网+保健食品行业市场增长动力分析

二、中国互联网+保健食品行业市场发展瓶颈剖析

三、中国互联网+保健食品行业市场发展趋势分析

第八章 中国保健食品行业消费市场调查

第一节 保健食品市场消费需求分析

一、保健食品市场的消费需求变化

二、保健食品行业的需求情况分析

三、保健食品品牌市场消费需求分析

第二节 保健食品消费市场状况分析

一、保健食品行业消费特点

二、保健食品行业消费结构分析

三、保健食品行业消费的市场变化

四、保健食品市场的消费方向

第三节 保健食品行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、保健食品行业品牌忠诚度调查

五、消费者的消费理念调研

第九章 中国保健食品行业市场竞争格局分析

第一节 中国保健食品行业竞争格局分析

一、保健食品行业区域分布格局

二、保健食品行业企业规模格局

三、保健食品行业企业性质格局

第二节 中国保健食品行业竞争五力分析

一、保健食品行业上游议价能力

二、保健食品行业下游议价能力

三、保健食品行业新进入者威胁

四、保健食品行业替代产品威胁

五、保健食品行业现有企业竞争

第三节 中国保健食品行业竞争swot分析

一、保健食品行业优势分析(s)

二、保健食品行业劣势分析(w)

三、保健食品行业机会分析(o)

四、保健食品行业威胁分析(t)

第四节 中国保健食品行业投资兼并重组整合分析

一、投资兼并重组现状

二、投资兼并重组案例

第十章 中国保健食品行业领先企业竞争力分析

第一节 汤臣倍健股份有限公司竞争力分析

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业最新发展动态
- 六、企业发展战略分析

第二节 养生堂药业有限公司竞争力分析

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业最新发展动态
- 六、企业发展战略分析

第三节 哈药集团三精制药有限公司竞争力分析

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业最新发展动态
- 六、企业发展战略分析

第四节 北京同仁堂健康药业股份有限公司竞争力分析

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业最新发展动态
- 六、企业发展战略分析

第五节 山东东阿阿胶集团有限公司竞争力分析

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业最新发展动态
- 六、企业发展战略分析

第六节 天津天狮生物发展有限公司竞争力分析

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业最新发展动态
- 六、企业发展战略分析

第七节 无极限(中国)有限公司竞争力分析

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第八节 养生堂药业有限公司竞争力分析

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第九节 重庆太极实业(集团)股份有限公司竞争力分析

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第十节 广东太阳神集团有限公司竞争力分析

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第十一章 2026-2031年中国保健食品行业发展趋势与投资机会研究

第一节 2026-2031年中国保健食品行业市场发展潜力分析

一、中国保健食品行业市场空间分析

二、中国保健食品行业竞争格局变化

三、中国保健食品行业互联网+前景

第二节 2026-2031年中国保健食品行业发展趋势分析

一、中国保健食品行业品牌格局趋势

二、中国保健食品行业渠道分布趋势

三、中国保健食品行业市场趋势分析

第三节 2026-2031年中国保健食品行业投资机会与建议

一、中国保健食品行业投资前景展望

二、中国保健食品行业投资机会分析

三、中国保健食品行业投资建议

第十二章 2026-2031年中国保健食品行业投资分析与风险规避

第一节 中国保健食品行业关键成功要素分析

第二节 中国保健食品行业投资壁垒分析

第三节 中国保健食品行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、上游市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 中国保健食品行业融资渠道与策略

一、保健食品行业融资渠道分析

二、保健食品行业融资策略分析

第十三章 2026-2031年中国保健食品行业盈利模式与投资战略规划分析

第一节 国外保健食品行业投资现状及经营模式分析

一、境外保健食品行业成长情况调查

二、经营模式借鉴

三、国外投资新趋势动向

第二节 中国保健食品行业商业模式探讨

一、行业主要商业模式分析

二、保健食品行业商业模式创新分析

第三节 中国保健食品行业投资发展战略规划

一、战略优势分析

二、战略机遇分析

三、战略规划目标

四、战略措施分析

第四节 最优投资路径设计

一、投资对象

二、投资模式

三、预期财务状况分析

四、风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

第一节 研究结论

第二节 建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：保健食品行业特点

图表：保健食品行业生命周期

图表：保健食品行业产业链分析

图表：中国gdp增长情况

图表：中国cpi增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国保健品品牌排行榜

图表：中国保健品行业外资品牌市场占有率分析

图表：中国保健品产品市场渗透率分析

图表：2021-2026年中国保健品行业进口规模分析

图表：2021-2026年中国保健品行业出口规模分析

图表：中国保健品各个渠道销售占比分析

图表：中国保健品行业互联网渠道占比分析

图表：2021-2026年保健食品行业市场规模分析

图表：2026-2031年保健食品行业市场规模预测

图表：2021-2026年中国保健食品行业供给规模分析

图表：2026-2031年中国保健食品行业供给规模预测

图表：2021-2026年中国保健食品行业需求规模分析

图表：2026-2031年中国保健食品行业需求规模预测

图表：2021-2026年中国保健食品行业企业数量情况

图表：2021-2026年中国保健食品行业企业竞争结构

图表：中国保健食品行业盈利能力分析

图表：中国保健食品行业运营能力分析

图表：中国保健食品行业偿债能力分析

图表：中国保健食品行业发展能力分析

图表：中国保健食品行业经营效益分析

图表：2021-2026年保健食品行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国保健食品行业竞争力分析

图表：2026-2031年中国保健食品行业产能预测

图表：2026-2031年中国保健食品行业消费量预测

图表：2026-2031年中国保健食品市场价格走势预测

图表：2026-2031年中国保健食品行业发展趋势预测

图表：区域发展战略规划

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：189374

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20201117/189374.shtml>

在线订购：[点击这里](#)