

中国营养保健品行业市场发展分析与发展前景预测及投资咨询研究报告(2024-2029版)

报告简介

根据中国营养保健协会的数据显示，2009年至2019年保健品行业的敞亮在逐年上涨，增速在2012年小幅下滑后2013年有所回升，但是在2014年保健品产量增速大福下跌后呈小幅波动趋势，保持在10%左右。2019年中国保健品产量为62.7万吨，同比增速下落至5%。

近年来,中国药监局逐渐减少保健食品生产许可证的发放数量,营养保健品行业准入门槛提高,营养保健品行业负面舆情爆发促使中国政府开展一系列监管行动,颁布相关法律法规,行业监管力度加大。此外,中国营养保健品行业市场规模不断提升,营养保健品企业数量逐年递减,而规模以上保健品企业数量却保持稳定增长,中国保健品行业集中度将进一步提升。

2019年我国维生素和膳食补充剂市场规模达到1449.9亿元，市场产品类型丰富，但是从整体来看，同质化水平较高，可替代性也较强，维生素和膳食补充剂市场集中度不高，处于十分分散的状态。根据欧瑞数据，2019年市占率超过1%的维生素膳食补充剂企业仅有15家，占比最大的无极限市占率仅9%。

2019年，我国体重管理类保健品市场规模达134.25亿元。尽管和西方国家相比，我国份额肥胖率偏低，但是由于人口基数大，近几年身材管理趋势增长显著。体重管理保健品行业龙头产业份额较为集中，CR3达到62%。其中康宝莱一家独大，占据近一半体重管理市场份额。

整体来看我国营养保健品行业集中度较低。我国top10保健品企业仍以直销企业占主导。无限极凭借成熟且优异的直销模式和营销战略，2015以来，市占率首超安利(中国)，稳坐我国保健品行业龙头。而安利(中国)和完美(中国)新品开发缓慢，对市场日益变化的需求把握较为欠缺，电商渠道开拓不足，份额上分别有不同程度下滑。东阿阿胶则由于产品种类独特、品牌效应好，增长态势显著，攀升至第四名。汤臣倍健致力于促进渠道多元化，实施大单品战略以及电商2.0计划，近年来通过海外收购LSG、Pentavite等，拓宽覆盖品类，市占率逐年稳步提升，非直销龙头企业地位稳固。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国保健协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国营养保健品行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国营养保健品行业发展状况和特点，以及中国营养保健品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球营养保健品行业发展态势作了详细分析，并对营养保健品行业进行了趋向研判，是营养保健品生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前营养保健品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 营养保健品行业发展综述

第一节 营养保健品行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 营养保健品行业发展驱动因素

一、居民在医疗保健领域的消费支出

二、老龄化程度的不断加深

第三节 营养保健品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、营养保健品行业上游产业分析

1、上游产业主要原料市场分析

2、上游产业市场规模分析

3、上游产业价格变化趋势

4、上游产业对行业的影响

三、营养保健品行业下游产业分析

1、下游产业发展概况

2、下游产业市场规模分析

3、下游产业应用结构

4、下游产业对行业的影响

第二章 营养保健品行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 营养保健品行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、营养保健品行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、国内宏观经济形势分析

二、未来五年中国经济形势预测

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、营养保健品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、营养保健品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、营养保健品行业技术发展现状

二、营养保健品行业技术人才现状

三、营养保健品行业技术发展动态

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 国际营养保健品行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球营养保健品市场总体情况分析

一、全球营养保健品市场结构

二、全球营养保健品行业发展分析

三、全球营养保健品行业竞争格局

第二节 美国营养保健品行业发展经验借鉴

一、美国营养保健品行业发展历程分析

二、美国营养保健品行业市场现状分析

三、美国营养保健品行业发展趋势预测

四、美国营养保健品行业对中国的启示

第三节 日本营养保健品行业发展经验借鉴

一、日本营养保健品行业发展历程分析

二、日本营养保健品行业市场现状分析

三、日本营养保健品行业发展趋势预测

四、日本营养保健品行业对中国的启示

第四节 韩国营养保健品行业发展经验借鉴

一、韩国营养保健品行业发展历程分析

二、韩国营养保健品行业市场现状分析

三、韩国营养保健品行业发展趋势预测

四、韩国营养保健品行业对中国的启示

第二部分 市场深度调研

第四章 中国营养保健品行业运行现状分析

第一节 中国营养保健品行业发展状况分析

一、行业发展历程和阶段

二、行业发展概况及特点

三、行业发展存在的问题及对策

四、行业商业模式分析

第二节 2019-2023年营养保健品行业运行现状分析

一、行业资产规模分析

二、行业市场规模分析

三、行业市场发展特点

第三节 2019-2023年营养保健品市场经营情况分析

一、行业工业总产值

二、行业销售额分析

三、行业产销量分析

四、行业利润总额分析

第四节 2019-2023年中国营养保健品行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第五节 2019-2023年中国营养保健品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第六节 中国营养保健品市场价格走势分析

一、营养保健品市场定价机制组成

二、营养保健品市场价格影响因素

三、2019-2023年营养保健品价格走势分析

四、2024-2029年营养保健品价格走势预测

第五章 中国营养保健品市场供需形势分析

第一节 营养保健品行业生产分析

一、国内产品及原材料生产基地分布

二、产品及原材料产业集群发展分析

三、2019-2023年原材料产能情况分析

第二节 中国营养保健品市场供需分析

一、2019-2023年中国营养保健品行业供给情况

- 1、中国营养保健品行业供给分析
- 2、中国营养保健品行业产品产量分析
- 3、重点企业产能及占有份额

二、2019-2023年中国营养保健品行业需求情况

- 1、营养保健品行业需求市场
- 2、营养保健品行业客户结构
- 3、营养保健品行业需求的地区差异

三、2019-2023年中国营养保健品行业供需平衡分析

第三节 营养保健品产品市场应用及需求预测

一、营养保健品产品应用市场总体需求分析

- 1、营养保健品产品应用市场需求特征
- 2、营养保健品产品应用市场需求总规模

二、2024-2029年营养保健品行业领域需求量预测

- 1、营养保健品行业需求产品功能预测
- 2、营养保健品行业需求产品市场格局预测

三、重点行业营养保健品产品需求分析预测

第六章 营养保健品行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 营养保健品行业进出口市场分析

一、营养保健品行业进出口综述

- 1、中国营养保健品进出口的特点分析
- 2、中国营养保健品进出口地区分布状况
- 3、中国营养保健品进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国营养保健品进出口政策与国际化经营

二、营养保健品行业出口市场分析

1、2019-2023年行业出口整体情况

2、2019-2023年行业出口总额分析

3、2019-2023年行业出口产品结构

三、营养保健品行业进口市场分析

1、2019-2023年行业进口整体情况

2、2019-2023年行业进口总额分析

3、2019-2023年行业进口产品结构

第二节 中国营养保健品出口面临的挑战及对策

一、中国营养保健品出口面临的挑战

二、营养保健品行业进出口前景

三、营养保健品行业进出口发展建议

第三部分 市场全景调研

第七章 中国营养保健品细分市场分析及预测

第一节 中国营养保健品行业细分市场结构分析

一、营养保健品行业市场结构现状分析

二、营养保健品行业细分结构特征分析

三、营养保健品行业细分市场发展概况

四、营养保健品行业市场结构变化趋势

第二节 营养型市场分析

一、主要产品种类及特点

二、主要作用及功效

三、市场销售规模分析

四、市场竞争格局分析

五、市场发展趋势及前景

第三节 强化型市场分析

一、主要产品种类及特点

二、主要作用及功效

三、市场销售规模分析

四、市场竞争格局分析

五、市场发展趋势及前景

第四节 功能型市场分析

一、主要产品种类及特点

二、主要作用及功效

三、市场销售规模分析

四、市场竞争格局分析

五、市场发展趋势及前景

第五节 机能因子型市场分析

一、主要产品种类及特点

二、主要作用及功效

三、市场销售规模分析

四、市场竞争格局分析

五、市场发展趋势及前景

第四部分 竞争格局分析

第八章 2024-2029年营养保健品行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、营养保健品行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、营养保健品行业swot分析

1、营养保健品行业优势分析

2、营养保健品行业劣势分析

3、营养保健品行业机会分析

4、营养保健品行业威胁分析

第二节 营养保健品行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 营养保健品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 营养保健品行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、企业升级途径及并购重组风险分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第九章 中国营养保健品行业重点企业经营分析

第一节 东阿阿胶股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第二节 汤臣倍健股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第三节 养生堂药业有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四节 哈药集团三精制药有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第五节 北京同仁堂健康药业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第六节 江西汪氏蜜蜂园有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第七节 安利(中国)日用品有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第八节 杭州民生健康药业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第九节 辉瑞制药有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第十节 上海黄金搭档生物科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2024-2029年营养保健品行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年营养保健品市场发展前景

- 一、营养保健品市场发展潜力
- 二、营养保健品市场发展前景展望
- 三、营养保健品细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年营养保健品市场发展趋势预测

一、2024-2029年营养保健品行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2024-2029年营养保健品市场规模预测

1、营养保健品行业市场容量预测

2、营养保健品行业销售收入预测

三、2024-2029年营养保健品行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国营养保健品行业供需预测

一、2024-2029年中国营养保健品企业数量预测

二、2024-2029年中国营养保健品行业产量预测

三、2024-2029年中国营养保健品市场销量预测

四、2024-2029年中国营养保健品行业需求预测

五、2024-2029年中国营养保健品行业供需平衡预测

第十一章 2024-2029年营养保健品行业投资机会与风险防范

第一节 中国营养保健品行业投资特性分析

一、营养保健品行业进入壁垒分析

二、营养保健品行业盈利模式分析

三、营养保健品行业盈利因素分析

第二节 中国营养保健品行业投资情况分析

一、营养保健品行业总体投资及结构

二、营养保健品行业投资规模情况

三、营养保健品行业投资项目分析

第三节 中国营养保健品行业投资风险

- 一、营养保健品行业供求风险
- 二、营养保健品行业关联产业风险
- 三、营养保健品行业产品结构风险
- 四、营养保健品行业技术风险

第四节 营养保健品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、营养保健品行业投资机遇

第六部分 发展战略研究

第十二章 营养保健品行业发展战略研究

第一节 营养保健品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对中国营养保健品品牌的战略思考

- 一、营养保健品品牌的重要性
- 二、营养保健品实施品牌战略的意义

三、营养保健品企业品牌的现状分析

四、中国营养保健品企业的品牌战略

五、营养保健品品牌战略管理的策略

第三节 营养保健品行业经营策略分析

一、营养保健品市场细分策略

二、营养保健品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、营养保健品新产品差异化战略

第四节 营养保健品企业投资战略研究

一、2022年营养保健品行业投资战略

二、2024-2029年营养保健品行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

图表目录

图表：营养保健品行业生命周期

图表：营养保健品行业产业链结构

图表：2019-2023年营养保健品行业不同规模企业结构分析

图表：2019-2023年营养保健品行业不同性质企业结构分析

图表：2019-2023年全球营养保健品行业市场规模

图表：2019-2023年中国营养保健品行业市场规模

图表：2019-2023年营养保健品行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年营养保健品行业工业总产值

图表：2019-2023年营养保健品行业销售收入

图表：2019-2023年营养保健品行业利润总额

图表：2019-2023年营养保健品行业资产总计

- 图表：2019-2023年营养保健品行业竞争力分析
- 图表：2019-2023年营养保健品市场价格走势
- 图表：2019-2023年营养保健品行业主营业务收入
- 图表：2019-2023年营养保健品行业主营业务成本
- 图表：2019-2023年营养保健品行业产能分析
- 图表：2019-2023年营养保健品行业产量分析
- 图表：2019-2023年营养保健品行业需求分析
- 图表：2019-2023年营养保健品行业进口数据
- 图表：2019-2023年营养保健品行业出口数据
- 图表：2019-2023年营养保健品行业集中度
- 图表：2024-2029年营养保健品行业市场规模预测
- 图表：2024-2029年营养保健品行业销售收入预测
- 图表：2024-2029年营养保健品行业产量预测
- 图表：2024-2029年营养保健品行业竞争格局预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210709/217606.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)