

中国保健品行业发展分析及投资风险预测报告(2026-2031版)

报告简介

保健品也称保健食品，是指具有特定保健功能，或以补充维生素、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，不以治病为目的，且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。保健食品按食用对象不同分为两大类：一类以健康人群为对象，主要为了补充营养素，满足生命周期不同阶段的需求；另一类主要供给某些生理功能有问题的人食用，强调其在预防疾病和促进康复方面的调节功能。

2013-

2020年间，我国保健品市场高速增长，从2013年的993亿增长到2020年的2503亿，同比增速保持在10%-

15%，复合增长率为14.12%。2016年由于多项保健品相关政策的出台以及双轨制正式启动，导致保健品市场管理趋严，市场同比增速放缓，但随后恢复稳步增长。2020年我国保健品市场需求旺盛，行业市场规模为2503亿元，同比增长12.39%。按照过去几年的复合增长率计算，预计2021年保健品行业规模达2856亿元。

从市场规模角度看，2020年老年保健品市场规模达1501.8亿元，占保健品整体规模的5成以上，是保健品市场最重要的品类。并且近年来，老年保健品市场增长较快，2014-

2020年老年保健品市场年化复合增长率达13%。不仅如此，随着经济增长，人们日益重视保健，我国老年人的保健品人均花费不断增长，从2014年的340元增长至2020年的592元。

由于地区收入、消费观念、人口密度、地区政策支持等因素，我国保健品市场在地区结构上呈现了集中化的趋势，其中，天津市、广东省和山东省销售占比位于前三，比重分别为33.79%、20.77%和7.69%。整体看来，行业销售收入区域分布较为集中，排名前五的省市区销售占比达70.95%。

随着我国人均收入水平不断提升和对营养医疗的不断重视，中国营养保健品市场规模不断壮大。从品种结构上看，膳食补充类保健品占据主流;从功能结构看，提高免疫力、缓解体力疲劳、改善睡眠等普适类产品市场较大。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先分析了国内外保健品行业的发展，接着对中国保健品行业的运营状况进行了细致的透析，然后具体介绍了细分等市场的发展。随后，报告对保健品企业经营、行业竞争格局等进行了重点分析，最后分析了保健品行业的发展趋势并提出投融资建议。本报告数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对保健品行业有个系统深入的了解、或者想投资保健品行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录

第一章 保健品行业发展综述

第一节 保健品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

第二节 保健品行业特征分析

一、产业链分析

二、保健品行业在国民经济中的地位

三、保健品行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、保健品行业生命周期

第三节 最近3-5年中国保健品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、竞争激烈程度指标

七、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 保健品市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 我国保健品行业运行分析

第一节 我国保健品行业发展状况分析

一、我国保健品行业发展阶段

二、我国保健品行业发展总体概况

三、我国保健品行业发展特点分析

四、我国保健品行业商业模式分析

第二节 2021-2026年保健品行业发展现状

一、2021-2026年我国保健品行业市场规模

二、2021-2026年我国保健品行业发展分析

三、2021-2026年中国保健品企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、2021-2026年重点省市市场分析

第四节 保健品细分产品市场分析

一、细分产品特色

二、2021-2026年细分产品市场规模及增速

三、重点细分产品市场前景预测

第五节 保健品产品价格分析

一、2021-2026年保健品价格走势

二、影响保健品产品价格的关键因素分析

三、2026-2031年保健品产品价格变化趋势

四、主要保健品企业价位及价格策略

第三章 我国保健品行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国保健品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

第二节 2021-2026年中国保健品行业产销情况分析

一、我国保健品行业工业总产值

二、我国保健品行业工业销售产值

三、我国保健品行业产销率

第三节 2021-2026年中国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

第四章 我国保健品行业供需形势分析

第一节 保健品行业生产分析

一、2021-2026年保健品行业生产规模及增速

二、保健品行业区域生产分析

第二节 2021-2026年我国保健品行业需求情况

一、保健品行业需求市场

二、保健品行业客户结构

三、保健品行业需求的地区差异

第三节 保健品产品市场应用及需求预测

一、保健品产品应用市场总体需求分析

二、2026-2031年保健品行业领域需求量预测

1、2026-2031年保健品行业领域需求产品功能预测

2、2026-2031年保健品行业领域需求产品市场格局预测

第五章 我国保健品行业进出口结构分析

第一节 保健品行业进出口市场分析

一、保健品行业进出口综述

1、中国保健品进出口的特点分析

2、中国保健品进出口地区分布状况

3、中国保健品进出口政策与国际化经营

二、保健品行业出口市场分析

1、2021-2026年行业出口整体情况

2、2021-2026年行业出口总额分析

3、2021-2026年行业出口产品结构

三、保健品行业进口市场分析

1、2021-2026年行业进口整体情况

2、2021-2026年行业进口总额分析

3、2021-2026年行业进口产品结构

第二节 中国保健品进出口面临的挑战及对策

一、中国保健品进出口面临的挑战

二、中国保健品行业未来进出口展望

三、中国保健品产品进出口对策

四、保健品行业进出口前景及建议

第六章 保健品行业产业结构分析

第一节 保健品产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链条的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国保健品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 我国保健品行业渠道分析及策略

第一节 保健品行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对保健品行业的影响

三、主要保健品企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 保健品行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 保健品行业营销策略分析

一、中国保健品营销概况

二、保健品营销策略探讨

三、保健品营销发展趋势

第八章 我国保健品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、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

二、保健品行业企业间竞争格局分析

三、保健品行业集中度分析

四、保健品行业swot分析

第二节 中国保健品行业竞争格局综述

一、保健品行业竞争概况

1、中国保健品行业竞争格局

2、保健品行业未来竞争格局和特点

3、保健品市场进入及竞争对手分析

二、中国保健品行业竞争力分析

1、我国保健品行业竞争力剖析

2、我国保健品企业市场竞争的优势

3、国内保健品企业竞争能力提升途径

三、2021-2026年我国保健品市场竞争分析

四、2026-2031年国内主要保健品企业动向

五、保健品市场竞争策略分析

1、2021-2026年保健品市场增长潜力分析

2、现有保健品行业竞争策略分析

第三节 保健品行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业综合竞争力对比分析

四、保健品企业竞争策略分析

1、2026-2031年我国保健品市场竞争趋势

2、2026-2031年保健品行业竞争格局展望

3、2026-2031年保健品行业竞争策略分析

第九章 保健品行业领先企业经营形势分析

第一节 swisse【斯维诗】

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业保健品在华销售情况

六、经营战略

第二节 healthycare

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业保健品在华销售情况

六、经营战略

第三节 fancl芳珂

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业保健品在华销售情况

六、经营战略

第四节 gnc健安喜

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业保健品在华销售情况

六、经营战略

第五节 doppelherz(双心)

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业保健品在华销售情况

六、经营战略

第六节 nutrilite纽崔莱

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业保健品在华销售情况

六、经营战略

第七节 汤臣倍健股份有限公司

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业未来发展规划

六、经营战略

第八节 无限极(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业未来发展规划

六、经营战略

第九节 东阿阿胶股份有限公司

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业未来发展规划

六、经营战略

第十节 养生堂药业有限公司

一、企业概况

二、企业保健品产品结构

三、企业保健品经营优势

四、企业保健品在全球中的地位

五、企业未来发展规划

六、经营战略

第十章 2021-2026年保健品行业投资现状分析

第一节 保健品行业投资情况分析

一、总体投资及结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分行业投资分析

五、分地区投资分析

六、外商投资情况

第二节 2021-2026年保健品行业投资情况分析

一、2021-2026年投资及结构

二、2021-2026年投资规模情况

三、2021-2026年投资增速情况

四、2021-2026年细分行业投资分析

五、2021-2026年各地区投资分析

六、2021-2026年外商投资情况

第十一章 2026-2031年保健品行业投资前景

第一节 2026-2031年保健品市场发展前景

一、2026-2031年保健品市场发展潜力

二、2026-2031年保健品市场发展前景展望

三、2026-2031年保健品细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年保健品市场发展趋势预测

一、2026-2031年保健品行业发展趋势

二、2026-2031年保健品市场规模预测

三、2026-2031年保健品行业总资产预测

四、2026-2031年保健品行业应用趋势预测

五、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国保健品行业供需预测

一、2026-2031年中国保健品行业供给预测

二、2026-2031年中国保健品需求预测

三、2026-2031年中国保健品供需平衡预测

四、2026-2031年中国保健品行业产量预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2026-2031年保健品行业投资环境分析

第一节 保健品行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 保健品行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

第三节 保健品行业社会环境分析

一、保健品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 保健品行业技术环境分析

一、保健品技术分析

二、保健品技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第十三章 2026-2031年保健品行业投资机会与风险

第一节 保健品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 保健品行业投资效益分析

一、2021-2026年保健品行业投资状况分析

二、2026-2031年保健品行业投资效益分析

三、2026-2031年保健品行业投资趋势预测

四、2026-2031年保健品行业的投资方向

五、2026-2031年保健品行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 2026-2031年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

第四节 影响保健品行业发展的主要因素

一、2026-2031年影响保健品行业运行的有利因素分析

二、2026-2031年影响保健品行业运行的不利因素分析

三、2026-2031年我国保健品行业发展面临的挑战分析

四、2026-2031年我国保健品行业发展面临的机遇分析

第五节 2026-2031年保健品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第十四章 保健品行业投资战略研究

第一节 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 对我国保健品品牌的战略思考

- 一、保健品品牌的重要性
- 二、保健品实施品牌战略的意义
- 三、保健品企业品牌的现状分析
- 四、我国保健品企业的品牌战略

五、保健品品牌战略管理的策略

第三节 保健品经营策略分析

一、保健品市场细分策略

二、保健品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、保健品新产品差异化战略

第四节 保健品行业投资战略研究

一、2021-2026年保健品行业投资战略

二、2026-2031年保健品行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 保健品行业研究结论

第二节 保健品行业投资价值评估

第三节 中道泰和保健品行业投资建议

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：全球各地主要地区对保健品的定义及规范法律

图表：保健品产业链

图表：行业发展周期

图表：行业生命周期图

图表：国内主要保健品公司商业渠道模式

图表：中国保健品市场规模及增速

图表：2021-2026年中国保健品生产企业数量变化

图表：中国保健品消费者地域指数

图表：重点省市保健品消费占比情况

图表：2021-2026年中国保健品行业从业人员数量

图表：2021-2026年我国保健品行业工业总产值

图表：2021-2026年我国保健品行业销售产值

图表：2021-2026年我国保健品行业产销量

图表：2021-2026年中国保健品行业毛利率

图表：2021-2026年保健品行业偿债能力分析

图表：2021-2026年中国保健品行业运营能力分析

图表：2021-2026年中国保健品生产规模及增速

图表：2021-2026年我国保健品市场需求规模

图表：中国保健品前三大出口市场主要出口产品

图表：2021-2026年行业出口总额

图表：我国主要保健品产品出口情况

图表：2021-2026年行业进口总额

图表：我国进口保健品功能分布情况

图表：2021-2026年中国维生素和膳食补充剂保健品企业市占率

图表：2021-2026年中国体重管理类保健品企业市占率

图表：2021-2026年中国运动营养类保健品企业市占率

图表：2021-2026年保健品行业细分市场结构占比

图表：2021-2026年直销备案保健食品类内外资企业分布情况

图表：我国保健品行业所涉及的主要法律法规

图表：2021-2026年保健品行业主要营销渠道结构

图表：保健品行业各营销渠道对比情况

图表：保健品行业典型营销模式代表企业或产品

图表：2021-2026年我国保健食品十大品牌排行榜

图表：我国具有增强免疫力功能的国产保健品汇总一览表

图表：我国具有降低血脂功能的国产保健品汇总一览表

图表：我国具有改善睡眠功能的国产保健品汇总一览表

图表：中国保健品行业上游议价能力分析

图表：中国保健品行业下游议价能力分析

图表：2021-2026年重点企业资产对比

图表：2021-2026年重点企业从业人员对比

图表：2021-2026年我国保健品行业融资情况变化

图表：2026-2031年我国保健品市场规模预测(亿元)

图表：我国保健品行业部分上市企业

图表：我国2021-2026年保健品行业产量变化

图表：保健品行业主要法律法规

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：2021-2026年我国老年人数量

图表：2021-2026年我国0-14岁儿童数量

图表：2021-2026年我国儿童保健品市场规模

图表：2021-2026年我国男性美容保健品市场规模

图表：四种基本的品牌战略

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：227161

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210929/227161.shtml>

在线订购：[点击这里](#)