

## 中国保健品行业发展分析及投资风险预测报告(2024-2029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 2019-2023年保健品行业发展现状

- 一、2019-2023年我国保健品行业市场规模
- 二、2019-2023年我国保健品行业发展分析
- 三、2019-2023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、2019-2023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、2019-2023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、2019-2023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、2024-2029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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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、2019-2023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 2019-2023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、2024-2029年保健品行业领域需求量预测

1、2024-2029年保健品行业领域需求产品功能预测

2、2024-2029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、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、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、2019-2023年我国保健品市场竞争分析

### 四、2024-2029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、2022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、2024-2029年我国保健品市场竞争趋势

##### 2、2024-2029年保健品行业竞争格局展望

##### 3、2024-2029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 nutriline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 2019-2023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 2022年保健品行业投资情况分析

- 一、2022年投资及结构
- 二、2022年投资规模情况
- 三、2022年投资增速情况
- 四、2022年细分行业投资分析
- 五、2022年各地区投资分析
- 六、2022年外商投资情况

## 第十一章 2024-2029年保健品行业投资前景

### 第一节 2024-2029年保健品市场发展前景

- 一、2024-2029年保健品市场发展潜力
- 二、2024-2029年保健品市场发展前景展望
- 三、2024-2029年保健品细分行业发展前景分析

## 第二节 2024-2029年保健品市场发展趋势预测

- 一、2024-2029年保健品行业发展趋势
- 二、2024-2029年保健品市场规模预测
- 三、2024-2029年保健品行业总资产预测
- 四、2024-2029年保健品行业应用趋势预测
- 五、2024-2029年细分市场发展趋势预测

## 第三节 2024-2029年中国保健品行业供需预测

- 一、2024-2029年中国保健品行业供给预测
- 二、2024-2029年中国保健品需求预测
- 三、2024-2029年中国保健品供需平衡预测
- 四、2024-2029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 2024-2029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 2024-2029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、2019-2023年保健品行业投资状况分析

##### 二、2024-2029年保健品行业投资效益分析

##### 三、2024-2029年保健品行业投资趋势预测

##### 四、2024-2029年保健品行业的投资方向

##### 五、2024-2029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 2024-2029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、2024-2029年影响保健品行业运行的有利因素分析
- 二、2024-2029年影响保健品行业运行的不利因素分析
- 三、2024-2029年我国保健品行业发展面临的挑战分析
- 四、2024-2029年我国保健品行业发展面临的机遇分析

#### 第五节 2024-2029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、2022年保健品行业投资战略
- 二、2024-2029年保健品行业投资战略
- 三、2024-2029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：2019-2023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：2019-2023年中国保健品行业从业人员数量

图表：2019-2023年我国保健品行业工业总产值

图表：2019-2023年我国保健品行业销售产值

图表：2019-2023年我国保健品行业产销量

图表：2019-2023年中国保健品行业毛利率

图表：2019-2023年保健品行业偿债能力分析

图表：2019-2023年中国保健品行业运营能力分析

图表：2019-2023年中国保健品生产规模及增速

图表：2019-2023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：2019-2023年行业出口总额

图表：我国主要保健品产品出口情况

图表：2019-2023年行业进口总额

图表：我国进口保健品功能分布情况

图表：2019-2023年中国维生素和膳食补充剂保健品企业市占率



图表：2019-2023年中国体重管理类保健品企业市占率

图表：2019-2023年中国运动营养类保健品企业市占率

图表：2019-2023年保健品行业细分市场结构占比

图表：2019-2023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：2019-2023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：2019-2023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：2019-2023年重点企业资产对比

图表：2019-2023年重点企业从业人员对比

图表：2019-2023年我国保健品行业融资情况变化

图表：2024-2029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2019-2023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：2019-2023年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：2019-2023年我国老年人数量

图表：2019-2023年我国0-14岁儿童数量

图表：2019-2023年我国儿童保健品市场规模

图表：2019-2023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](mailto:kf@51baogao.cn)

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

在线订购 : [点击这里](#)