中国保健品行业市场发展现状及前景趋势与投资分析研究报告(2026-2031版)

报告简介

保健品行业，也称为健康产业或健康照顾产业，是指提供预防、改善、促进人体健康或辅助治疗疾病为目的的产品和服务的行业。保健品是广义的保健食品，包括具有特定保健功能或补充维生素、矿物质等营养物质的食品、药品及功能性食品。它们通常适用于特定人群，能够调节人体机能，但不以治疗疾病为主要目的。

中国保健品市场回温，监管逐步趋严，形成良性发展态势。2023年中国保健品市场规模达到3879亿元，2009-
2023年CAGR为7.2%，市场规模持续增长。回顾历史，保健品行业起步于上世纪80年代，经过近40年的发展，行业从最初的缺乏监管、无序发展，到现在逐步形成了一整套监管体系。前期行业乱象丛生，野蛮生长，产品大多没有经过科学试验验证，主要根据原料中含有的各类营养素和功效成分的功能来推断产品的保健功能。1995年，《食品卫生法》规定了国家对保健食品实行上市前的注册管理制度，行业进入整顿成长期。2015年新修订的《食品安全法》将保健食品纳入特殊食品进行严格管理。2016年出台的《保健食品注册与备案管理办法》推行注册备案双轨制。2018年权健事件后，国家市场监督管理总局等13部门联合展开整治保健食品市场的“百日行动”，监管趋严，行业步入良性发展轨道，自2019年行业规模增速触底后，近几年呈现温和回升态势，2023年增速达7.6%。

随着中国人均GDP的提升，消费者对健康和保健的需求日益增长，这将推动保健品市场的持续扩大。预计未来几年，保健品市场规模将继续保持稳健增长，从而带动价格的稳定或适度上涨。另外，随着消费者对保健品认知的加深和需求的多样化，高端、高效、高品质的保健品将更受欢迎，这可能导致部分产品价格上升。

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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、

全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国保健品市场进行了分析研究。报告在总结中国保健品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国保健品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为保健品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。 本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 保健品行业发展概述

第一节 保健品行业概述

一、定义

二、分类

三、产业链与价值挖掘

第二节 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、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国保健品行业宏观环境分析（pest）

第一节 中国保健品行业政策(policy)环境分析

一、保健品行业监管体系及机构介绍

二、保健品行业标准体系建设现状

三、保健品行业发展相关政策规划汇总及解读

四、保健品行业相关“十四五”规划解读

五、政策环境对保健品行业发展的影响分析

第二节 中国保健品行业经济(economy)环境分析

一、中国宏观经济发展现状

二、中国宏观经济发展展望

三、中国保健品行业发展与宏观经济相关性分析

第三节 中国保健品行业社会(society)环境分析

第四节 中国保健品行业技术(technology)环境分析

第三章 中国保健品行业发展现状

第一节 中国保健品行业发展分析

一、中国保健品行业发展历程

二、我国保健品行业发展特点分析

三、中国保健品行业发展面临问题

四、中国保健品行业发展趋势分析

第二节 中国保健品行业市场规模分析

第三节 中国保健品行业细分市场分析

第四章 中国保健品行业市场发展分析及预测

第一节 2021-2026年中国保健品行业供需分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

第二节 2021-2026年中国保健品价格走势及影响因素分析

一、2026-2031年保健品未来价格走势预测

二、保健品市场价格区域性影响因素分析

第三节 对中国保健品市场的分析及思考

一、保健品市场分析

二、保健品市场变化的方向

三、中国保健品产业发展的新思路

四、对中国保健品产业发展的思考

第四节 2026-2031年保健品行业市场发展预测

一、2026-2031年保健品行业市场竞争研判

二、2026-2031年保健品行业市场发展趋势

第五章 2021-2026年中国保健品行业营销渠道分析

第一节 保健品销售渠道分类及对比

一、保健品行业销售渠道分类

二、保健品行业渠道优劣对比

三、2021-2026年保健品营销渠道选择研究

第二节 各类渠道对保健品行业的影响

第三节 主要保健品企业渠道策略研究

第六章 保健品行业主要品牌分析

第一节 保健品行业品牌构成

第二节 主要品牌细分市场占有率分析

第三节 保健品行业主要品牌对比分析

第七章 保健品行业上、下游产业链分析

第一节 保健品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 保健品上游行业分析

一、保健品成本构成

二、2021-2026年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

四、上游行业对保健品行业的影响

第三节 保健品下游行业分析

一、保健品下游行业分布

二、2021-2026年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对保健品行业的影响

第八章 保健品行业区域市场调研

第一节 华北地区保健品市场调研

一、华北地区保健品市场规模分析

二、华北地区保健品市场竞争现状分析

三、华北地区保健品市场需求特征分析

四、华北地区保健品市场趋势预测分析

第二节 东北地区保健品市场调研

一、东北地区保健品市场规模分析

二、东北地区保健品市场竞争现状分析

三、东北地区保健品市场需求特征分析

四、东北地区保健品市场趋势预测分析

第三节 华东地区保健品市场调研

一、华东地区保健品市场规模分析

二、华东地区保健品市场竞争现状分析

三、华东地区保健品市场需求特征分析

四、华东地区保健品市场趋势预测分析

第四节 华中地区保健品市场调研

一、华中地区保健品市场规模分析

二、华中地区保健品市场竞争现状分析

三、华中地区保健品市场需求特征分析

四、华中地区保健品市场趋势预测分析

第五节 华南地区保健品市场调研

一、华南地区保健品市场规模分析

二、华南地区保健品市场竞争现状分析

三、华南地区保健品市场需求特征分析

四、华南地区保健品市场趋势预测分析

第六节 西北地区保健品市场调研

一、西北地区保健品市场规模分析

二、西北地区保健品市场竞争现状分析

三、西北地区保健品市场需求特征分析

四、西北地区保健品市场趋势预测分析

第七节 西南地区保健品市场调研

一、西南地区保健品市场规模分析

二、西南地区保健品市场竞争现状分析

三、西南地区保健品市场需求特征分析

四、西南地区保健品市场趋势预测分析

第九章 保健品重点企业分析

第一节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第二节 深圳市海王生物工程股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第三节 海南耶岛股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节 哈药集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第五节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 安利(中国)日用品有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 杭州民生药业集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 天狮集团

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 金日集团

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十章 中国保健品行业竞争状态及市场格局分析

第一节 中国保健品行业投资、兼并与重组状况

一、中国保健品行业投资现状分析

二、中国保健品行业兼并与重组状况

第二节 中国保健品行业波特五力模型分析

一、保健品行业现有竞争者之间的竞争状况

二、保健品行业关键要素的供应商议价能力分析

三、保健品行业消费者议价能力分析

四、保健品行业潜在进入者分析

五、保健品行业替代品风险分析

第三节 中国保健品企业发展状况分析

一、保健品企业主要类型

二、保健品企业国际竞争力分析

第四节 保健品行业竞争趋势分析

一、保健品行业未来竞争格局和特点

二、国内保健品企业竞争能力提升途径

第十一章 中国保健品市场痛点及产业转型升级发展布局

第一节 中国保健品行业经营效益分析

一、中国保健品行业营收状况

二、中国保健品行业利润水平

二、中国保健品行业成本管控

第二节 中国保健品行业商业模式分析

第三节 中国保健品行业市场痛点分析

第四节 中国保健品产业结构优化与转型升级发展路径

第十二章 中国保健品行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、行业市场营销创新

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

第三节 2026-2031年保健品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2026-2031年保健品行业投资价值评估分析

一、产业发展的空白点分析

二、投资回报率比较高的投资方向

第十三章 中国保健品行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、市场风险分析

四、经济波动风险

第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十四章 中国保健品行业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 中国保健品产业链布局诊断

第二节 中国保健品行业swot分析

第三节 中国保健品行业发展潜力评估

第十五章 中道泰和投资的建议及观点

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 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

图表：保健品行业发展相关政策规划汇总及解读

图表：国家层面保健品行业规划汇总

图表：2021-2026年中国gdp及增长情况

图表：2021-2026年全国固定资产投资(不含农户)同比增速(%)

图表：2021-2026年我国分产业投资增速对比(%)

图表：2021-2026年我国分地区固定资产投资增速对比(%)

图表：2021-2026年我国分登记注册类型固定资产投资增速对比(%)

图表：2021-2026年全国人口数及自然增长率

图表：2021-2026年国内人口年龄结构

图表：2021-2026年国内社会消费品零售总额及其变动情况

图表：中国保健品行业发展历程

图表：2021-2026年中国保健品行业市场规模情况

图表：2021-2026年中国保健品行业各细分市场份额分布情况

图表：2021-2026年中国保健品行业产量情况

图表：不同人群对各类细分功能保健品需求

图表：2021-2026年中国保健品行业销量情况

图表：2021-2026年中国保健品行业销售渠道市场份额占比情况

图表：保健品行业渠道优劣对比情况

图表：2021-2026年中国vds行业市场竞争格局

图表：2021-2026年中国膳食补充剂行业市场竞争格局

图表：企业五大核心因素打分表

图表：保健品行业产业链图谱

图表：2021-2026年华北地区保健品市场规模情况(单位：亿元)

图表：2026-2031年华北地区保健品市场规模预测(单位：亿元)

图表：2021-2026年东北地区保健品市场规模情况(单位：亿元)

图表：2026-2031年东北地区保健品市场规模预测(单位：亿元)

图表：2021-2026年华东地区保健品市场规模情况(单位：亿元)

图表：2026-2031年华东地区保健品市场规模预测(单位：亿元)

图表：2021-2026年华中地区保健品市场规模情况(单位：亿元)

图表：2026-2031年华中地区保健品市场规模预测(单位：亿元)

图表：2021-2026年华南地区保健品市场规模情况(单位：亿元)

图表：2026-2031年华南地区保健品市场规模预测(单位：亿元)

图表：2021-2026年西北地区保健品市场规模情况(单位：亿元)

图表：2026-2031年西北地区保健品市场规模预测(单位：亿元)

图表：2021-2026年西南地区保健品市场规模情况(单位：亿元)

图表：2026-2031年西南地区保健品市场规模预测(单位：亿元)

图表：2021-2026年企业营收情况(单位：元)

图表：2021-2026年企业营收情况(单位：元)

图表：2021-2026年企业营收情况(单位：元)

图表：2021-2026年企业营收情况(单位：元)

图表：2021-2026年企业营收情况(单位：元)

图表：2021-2026年企业营收情况(单位：元)

图表：2021-2026年中国保健品行业投资金额和投资数量情况

图表：2021-2026年中国保健品行业年平均毛利率情况

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：816230

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20240814/816230.shtml

在线订购：点击这里