保健品产业市场深度调研及企业竞争力与趋势预测研究报告(2026-2031版)

报告简介

在全球健康意识不断提升和人口老龄化加剧的背景下，保健品行业作为大健康产业的重要组成部分，正经历着快速的发展。保健品不仅为消费者提供了多样化的健康选择，还在预防疾病、提升免疫力、改善生活质量等方面发挥着重要作用。在中国，随着经济的快速发展、居民收入水平的提高以及健康消费观念的转变，保健品行业近年来取得了显著进展，其技术创新、产品多样化和市场拓展备受关注，未来发展前景广阔。

保健品行业是指从事保健品研发、生产、销售和服务的综合性产业。保健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。其核心价值在于通过科学配方和严格的质量控制，为消费者提供安全、有效的健康产品，满足人们对健康生活的追求。

近年来，全球保健品行业在技术创新、产品多样化和市场应用方面取得了显著进展。中国作为全球最大的保健品消费市场之一，在保健品的研发、生产和应用方面也取得了长足的发展。国内保健品行业在产品创新、质量控制、品牌建设等方面不断提升，部分产品已达到国际先进水平。同时，随着国内市场的不断扩大和对健康产品需求的增加，保健品的应用范围也在逐步扩大。随着国家对大健康产业的高度重视和持续投入，以及全球保健品行业的快速发展，中国保健品行业将在技术创新、产品升级和市场应用等方面取得显著进展。保健品有望在多个领域实现突破性应用，为解决传统健康产品的效率瓶颈提供新的解决方案，推动相关产业的转型升级。同时，保健品的产业化应用将逐渐成熟，形成具有巨大经济价值的新兴产业，为中国经济的高质量发展提供新的动力。未来，中国保健品行业将在全球大健康产业中发挥重要作用，为提升国家健康管理水平和实现健康强国目标做出重要贡献。

中道泰和作为专业的产业咨询机构，始终致力于为政府、企业及相关机构提供全面、深入、前瞻性的咨询服务。本报告通过对2026-

2031年中国保健品行业的系统研究，深入剖析其定义、现状、趋势与前景，旨在为相关主体提供决策参考与战略指引，助力保健品行业在中国的健康发展，推动行业技术创新与应用拓展，为大健康产业的发展和健康中国建设贡献力量。 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 全球保健品行业发展情况分析

第一节 世界保健品行业分析

一、世界保健品行业特点

二、世界保健品产能状况

三、世界保健品行业动态

第二节 世界保健品市场分析

一、世界保健品生产分布

二、世界保健品消费情况

三、世界保健品消费结构

四、世界保健品价格分析

第三节 2025年中外保健品市场对比

第二章 中国保健品行业供给情况分析及趋势

第一节 2023-2025年中国保健品行业市场供给分析

一、保健品整体供给情况分析

二、保健品重点区域供给分析

第二节 保健品行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2026-2031年中国保健品行业市场供给趋势

一、保健品整体供给情况趋势分析

二、保健品重点区域供给趋势分析

三、影响未来保健品供给的因素分析

第三章 信息社会下保健品行业宏观经济环境分析

第一节 2023-2025年全球经济环境分析

一、2025年全球经济运行概况

二、2026-2031年全球经济形势预测

第二节 信息时代对全球经济的影响

一、国际信息时代发展趋势及其国际影响

二、对各国实体经济的影响

第三节 信息时代对中国经济的影响

一、信息时代对中国实体经济的影响

二、信息时代影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

四、2025年中国宏观经济运行概况

五、2026-2031年中国宏观经济趋势预测

第四章 2025年中国保健品行业发展概况

第一节 2025年中国保健品行业发展态势分析

第二节 2025年中国保健品行业发展特点分析

第三节 2025年中国保健品行业市场供需分析

第五章 2025年中国保健品行业整体运行状况

第一节 2025年保健品行业盈利能力分析

第二节 2025年保健品行业偿债能力分析

第三节 2025年保健品行业营运能力分析

第六章 2023-2025年中国保健品行业进出口市场分析

第一节 2023-2025年保健品行业进出口特点分析

第二节 2023-2025年保健品行业进出口量分析

一、进口分析

二、出口分析

第三节 2026-2031年保健品行业进出口市场预测

一、进口预测

二、出口预测

第七章 2025年中国保健品行业竞争情况分析

第一节 中国保健品行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒/退出机制

四、行业周期

第二节 中国保健品行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 2026-2031年中国保健品行业市场竞争策略展望分析

一、保健品行业市场竞争趋势分析

二、保健品行业市场竞争格局展望分析

三、保健品行业市场竞争策略分析

第八章 2026-2031年保健品行业投资价值及行业发展预测

第一节 2026-2031年保健品行业成长性分析

第二节 2026-2031年保健品行业经营能力分析

第三节 2026-2031年保健品行业盈利能力分析

第四节 2026-2031年保健品行业偿债能力分析

第九章 2021-2025年中国保健品产业行业重点区域运行分析

第一节 2021-2025年华东地区保健品产业行业运行情况

第二节 2021-2025年华南地区保健品产业行业运行情况

第三节 2021-2025年华中地区保健品产业行业运行情况

第四节 2021-2025年华北地区保健品产业行业运行情况

第五节 2021-2025年西北地区保健品产业行业运行情况

第六节 2021-2025年西南地区保健品产业行业运行情况

第七节 2021-2025年东北地区保健品产业行业运行情况

第十章 2025年保健品行业重点企业竞争力分析

第一节 雀巢健康科学(nestlé health science)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节 □□美国安利公司(amway corp.)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 康宝莱(herbalife nutrition ltd.)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节 □□辉瑞消费者健康(pfizer consumer health)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节 健合集团(h&h group)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第六节 □拜耳消费者健康(bayer consumer health)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第七节 汤臣倍健股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第八节 健安喜控股(gnc holdings, llc)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第九节 葆婴有限公司(usana health sciences)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十节 澳佳宝(blackmores ltd.)

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十一章 2026-2031年中国保健品行业消费市场分析

第一节 保健品市场消费需求分析

一、保健品市场的消费需求变化

二、保健品行业的需求情况分析

三、2025年保健品品牌市场消费需求分析

第二节 保健品消费市场状况分析

一、保健品行业消费特点

二、保健品行业消费方式分析

三、保健品行业消费结构分析

四、保健品行业消费的市场变化

五、保健品市场的消费方向

第三节 保健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、消费者经常购买的品牌调查

五、保健品行业品牌忠诚度调查

六、保健品行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十二章 中国保健品行业投资策略分析

第一节 2023-2025年中国保健品行业投资环境分析

第二节 2023-2025年中国保健品行业投资收益分析

第三节 2023-2025年中国保健品行业产品投资方向

第四节 2026-2031年中国保健品行业投资收益预测

一、预测理论依据

二、2026-2031年中国保健品行业工业总产值预测

三、2026-2031年中国保健品行业行业销售收入预测

四、2026-2031年中国保健品行业利润总额预测

五、2026-2031年中国保健品行业总资产预测

第十三章 中国保健品行业投资风险分析

第一节 中国保健品行业内部风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术水平风险分析

三、企业出口风险分析

第二节 中国保健品行业外部风险分析

一、宏观经济环境风险分析

二、行业政策环境风险分析

三、关联行业风险分析

第十四章 保健品行业发展趋势与投资战略研究

第一节 保健品市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 保健品行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 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、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十五章 2026-2031年保健品行业市场策略分析

第一节 保健品行业营销策略分析及建议

一、保健品行业营销模式

二、保健品行业营销策略

三、外销与内销优势分析

第二节 保健品行业企业经营发展分析及建议

一、保健品行业经营模式

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第十六章 行业发展趋势及投资建议分析

第一节 2026-2031年全国市场规模及增长趋势

第二节 2026-2031年全国投资规模预测

第三节 2026-2031年市场盈利预测

第四节 中国营销企业投资运作模式分析

第五节 项目投资建议

一、项目投资注意事项

二、销售注意事项

图表目录

图表：保健品行业生命周期

图表：保健品行业产业链结构

图表：2024-2025年全球保健品行业市场规模

图表：2024-2025年中国保健品行业市场规模

图表：2024-2025年保健品行业重要数据指标比较

图表：2024-2025年中国保健品市场占全球份额比较

图表：2024-2025年保健品行业竞争力分析

图表：2024-2025年保健品行业产能分析

图表：2024-2025年保健品行业产量分析

图表：2024-2025年保健品行业需求分析

图表：2024-2025年保健品行业集中度

图表：2026-2031年保健品行业市场规模预测

图表：2026-2031年保健品行业营业收入预测

图表：2026-2031年中国保健品行业供给预测

图表：2026-2031年中国保健品行业需求预测

图表：2026-2031年中国保健品行业供需平衡预测

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：2982866

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20250618/2982866.shtml

在线订购：点击这里