

2026-2031年保健品“十五五”产业链全景调研及投资环境深度剖析报告

报告简介

伴随我国“十五五”

规划正式落地实施、健康中国战略纵深落地推进，保健食品作为衔接日常食品与药品、实现全民预防性健康管理的关键品类，产业发展迈入规范化提质、全链条升级的全新周期。本报告立足保健食品法定定义、全产业链市场现状、行业中长期发展趋势、十五五顶层配套政策、产业远期发展前景五大核心维度，以 2026

年作为十五五开局基准时点，聚焦未来五年全产业链发展逻辑，系统完成产业链全景摸排与投资环境深度研判，为产业投资方、生产制造企业、原料供应商、渠道运营商提供客观的行业决策参考，研究边界覆盖上游原料种养与化工合成、中游配方研发及生产代工、下游品牌运营与全渠道分销完整产业闭环。

从行业法定定义层面来看，保健食品区别于普通食品与治疗类药品，是以补充营养素或是标注合规保健功能为产品核心定位、适配特定人群食用、仅具备机体调节作用且不以疾病治疗为目的的特色食品品类。国内现行监管体系以注册、备案双轨制度划分产品准入路径，形成营养素补充剂、功能性保健食品两大基础分类，产品品类、原料清单、功能宣称全部在国家主管部门管控框架内有序扩容。经过多年行业整顿，保健品行业彻底摆脱早年概念营销、虚假宣传的粗放发展模式，行业边界、产品属性、监管细则逐步明晰，成为大健康细分赛道里规则体系完善、产业定位清晰的刚需板块，也是支撑国民日常食养、慢病预防、亚健康调理的重要产业载体。

立足当前国内市场发展现状，全民健康消费理念完成根本性转变，主动养生、前置健康管理成为主流消费逻辑，持续拉动全产业链需求稳步扩容。消费群体打破以往以中老年人群单一消费的固有格局，年轻职场群体、育龄女性、运动爱好者逐步成为新增消费主力，不同圈层催生差异化产品需求，反向带动上游原料新品研发、中游剂型迭代、下游渠道多元化布局。产业链分工不断细化，各环节专业化程度持续提升，上游原料逐步走向基地化、规模化生产，中游代工从简单贴牌转向定制化配方研发，下游除传统

药店、商超外，直播电商、会员新零售、跨境经销等新型渠道快速崛起，完整市场化分工体系已经成型，市场从增量野蛮扩张转向存量精细化深耕的新阶段。

结合十五五周期行业整体发展趋势，未来五年保健品产业将沿着原料科学化、产品精细化、生产智能化、营销合规化四大主线持续演进。原料端依托合成生物技术、药食同源目录扩容，大量新型功能性原料落地产业化应用，原料自给率稳步提升；产品端跳出传统胶囊、片剂单一形态，朝着零食化、便携化、场景化剂型转型，围绕熬夜养护、骨关节养护、肠道调理等细分场景开发定制化产品；生产端智能制造、数字化质控全面普及，行业生产门槛持续抬升，落后低效产能加速出清；营销端在常态化市场整治之下，告别夸大宣传营销模式，依托临床试验、科学数据开展产品推广成为行业共识，全链条规范化是中长期不可逆的发展走向。

放眼 2026 至 2030

年远期发展前景，人口老龄化加深、居民人均可支配收入提升、全民健康素养逐年上涨三大底层逻辑持续托举行业长期成长空间。国内保健品人均消费水平和成熟市场仍存在明显差距，细分空白赛道较多，上游特色原料、中游高端代工、细分功能性品牌均存在充足投资机遇。伴随行业集中度持续上行，具备自主原料产能、核心研发技术、成熟品牌渠道的头部主体竞争优势不断放大，中小厂商逐步向细分小众赛道转型。虽然行业短期仍面临原料价格波动、细分赛道同质化竞争、新品研发投入成本偏高等阶段性难题，但依托政策护航、技术革新与消费升级三重红利，全产业链长期向好的基本面不会发生改变，十五五周期也将成为保健品产业转型升级、价值重塑的关键黄金周期。

《2026-

2031年保健品“十五五”产业链全景调研及投资环境深度剖析报告》由中道泰和集团下属产业研究院的资深专家和研究人員通过周密的市场调研，参考国家统计局、政府部门机构发布的最新权威数据，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过相关市场研究的工具、理论和模型撰写而成。本报告总结了“十四五”以来经济与社会发展成就、产业发展规模与经济效益、预测了保健品行业规划方向机及未来5年行业投资方向；预测并提出了保健品“十五五”整体规划目标及方向、规划内容的建议等；最后，就保健品行业“十五五”时期投资机遇、投资风险、投资策略进行了审慎分析。

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 保健品行业概述

第一节 保健品基本概念与分类体系

一、保健品的法定定义与范畴界定

二、按功能属性划分的主要品类

三、按剂型形态划分的产品类型

第二节 保健品核心功能与健康价值

一、营养补充与膳食平衡作用

二、特定生理功能调节作用

三、慢性病预防与健康管理价值

第三节 保健品产业链全景构成

一、上游原材料种植与提取环节

二、中游研发生产与加工制造环节

三、下游品牌营销与渠道销售环节

第二章 “十四五”期间经济社会发展成就回顾

第一节 国民经济与居民收入水平提升

一、国内生产总值稳步增长态势

二、城乡居民可支配收入持续增加

三、中等收入群体规模不断扩大

第二节 健康中国战略实施成效

一、全民健康意识显著增强

二、公共卫生服务体系完善

三、大健康产业政策环境优化

第三节 消费结构升级趋势特征

一、服务性消费占比持续提高

二、品质化个性化消费成为主流

三、健康消费支出快速增长

第三章 “十四五”期间保健品产业发展规模分析

第一节 行业总体市场规模演变

一、2021至2025年市场总量增长轨迹

二、市场年均复合增长率变化特征

三、市场规模在全球占比地位

第二节 细分产品市场结构分析

一、维生素与矿物质类产品规模

二、蛋白粉与氨基酸类产品规模

三、植物提取物与功能性成分产品规模

第三节 区域市场发展格局分析

一、东部沿海地区市场主导地位

二、中部地区市场快速增长态势

三、西部及东北地区市场潜力释放

第四章 “十四五”期间保健品产业经济效益评估

第一节 行业盈利能力水平分析

一、行业平均毛利率变动趋势

二、龙头企业净利润率表现

三、中小企业盈利分化状况

第二节 资产运营效率指标分析

一、行业总资产周转率变化

二、存货周转与应收账款管理

三、资本回报率整体水平

第三节 就业与税收贡献分析

一、行业直接与间接就业规模

二、对地方财政税收贡献度

三、产业链带动效应评估

第五章 全球保健品市场发展环境分析

第一节 全球宏观经济形势影响

一、全球经济复苏与不确定性因素

二、主要经济体人口老龄化加速

三、全球健康消费理念普及深化

第二节 国际健康产业技术趋势

一、精准营养与个性化定制兴起

二、天然有机成分需求持续增长

三、智能制造与数字化转型推进

第三节 全球贸易与监管环境变化

一、主要国家保健品法规趋严

二、跨境电子商务渠道快速发展

三、国际标准与认证体系演进

第六章 2021-2025年全球保健品市场运行状况

第一节 全球市场规模与增长动力

- 一、全球保健品市场总体规模
- 二、北美欧洲亚太区域市场格局
- 三、新兴市场增长贡献度分析

第二节 全球产品创新与消费趋势

- 一、免疫健康类产品需求爆发
- 二、肠道微生态产品快速发展
- 三、抗衰老与认知健康产品兴起

第三节 全球市场竞争格局演变

- 一、跨国巨头市场份额变化
- 二、本土品牌国际化进程
- 三、并购整合与战略合作动态

第七章 2021-2025年中国保健品市场发展现状

第一节 市场规模与增长特征分析

- 一、国内市场总体规模及增速
- 二、线上与线下渠道规模对比
- 三、不同消费群体市场渗透率

第二节 产品结构与技术创新分析

- 一、传统滋补类产品市场地位
- 二、功能性营养补充剂占比提升

三、新原料新技术应用进展

第三节 消费行为与渠道变革分析

一、消费者购买决策因素变化

二、电商平台与社交电商崛起

三、专业渠道与体验式营销发展

第八章 中国保健品行业上游供应链分析

第一节 原材料资源禀赋与供应

一、道地中药材种植基地建设

二、进口功能性原料依赖程度

三、原材料质量标准体系建设

第二节 关键技术装备与工艺

一、提取纯化技术水平现状

二、制剂成型与包衣技术发展

三、检测分析与质量控制能力

第三节 供应链安全与韧性评估

一、关键原料供应风险识别

二、供应链多元化布局进展

三、绿色可持续供应链构建

第九章 中国保健品行业中游制造环节分析

第一节 生产企业类型与分布

一、大型综合制药企业布局

二、专业保健品生产企业特征

三、代工制造企业服务能力

第二节 生产资质与质量管理

一、gmp认证与生产许可要求

二、质量追溯体系建设现状

三、产品质量安全事件分析

第三节 智能制造与数字化转型

一、自动化生产线普及程度

二、工业互联网平台应用

三、数字化质量管理体系建设

第十章 中国保健品行业下游应用市场分析

第一节 医药零售渠道分析

一、连锁药店渠道销售特征

二、单体药店市场覆盖能力

三、dtp药房专业服务能力

第二节 电商与新零售渠道分析

一、综合电商平台销售规模

二、垂直健康电商平台发展

三、直播带货与社群营销模式

第三节 专业健康服务渠道分析

一、体检中心与健康管理机构

二、医疗机构与医生推荐渠道

三、健身运动与美容养生场所

第十一章 2021-2025年中国保健品市场竞争格局

第一节 市场集中度与品牌格局

- 一、市场集中度指标变化趋势
- 二、国际品牌与本土品牌竞争
- 三、新兴品牌快速崛起现象

第二节 产品同质化与差异化竞争

- 一、主流产品功能重叠状况
- 二、品牌定位与价格策略分化
- 三、包装设计与用户体验创新

第三节 区域市场竞争特征

- 一、一线城市高端品牌竞争
- 二、二三线城市性价比竞争
- 三、县域市场渠道下沉竞争

第十二章 中国保健品行业重点企业经营分析

第一节 汤臣倍健股份有限公司

- 一、企业基本概况与发展历程
- 二、核心产品线与市场布局
- 三、技术研发与产能规划

第二节 无限极(中国)有限公司

- 一、企业基本概况与发展历程
- 二、核心产品线与市场布局
- 三、技术研发与产能规划

第三节 安利(中国)日用品有限公司

一、企业基本概况与发展历程

二、核心产品线与市场布局

三、技术研发与产能规划

第四节 金达威集团股份有限公司

一、企业基本概况与发展历程

二、核心产品线与市场布局

三、技术研发与产能规划

第五节 东阿阿胶股份有限公司

一、企业基本概况与发展历程

二、核心产品线与市场布局

三、技术研发与产能规划

第六节 其他重点企业概况

一、完美(中国)有限公司

二、康宝莱(中国)保健品有限公司

三、北京同仁堂健康药业股份有限公司

第十三章 中国保健品行业进出口贸易分析

第一节 进出口总体规模与结构

一、出口规模及主要产品类别

二、进口规模及高端产品占比

三、贸易平衡状况变化趋势

第二节 主要出口市场分析

一、东南亚市场出口增长潜力

二、北美市场准入与合规要求

三、欧洲市场品牌认可度分析

第三节 主要进口来源分析

一、美国进口产品结构特征

二、澳大利亚新西兰产品优势

三、日本韩国功能性产品特点

第十四章 “十五五”期间保健品行业发展环境预测

第一节 宏观经济发展趋势预测

一、经济增长速度与结构优化

二、人口结构变化与老龄化深化

三、居民收入与消费能力预期

第二节 健康产业发展政策导向

一、大健康产业支持政策延续

二、保健品注册备案制度完善

三、广告宣传与市场监管强化

第三节 技术创新与消费升级趋势

一、生物技术与精准营养突破

二、消费者健康素养持续提升

三、绿色低碳消费理念普及

第十五章 2026-2031年保健品市场需求预测

第一节 总体市场规模预测

一、2026至2030年市场总量预测

二、年均复合增长率预期水平

三、市场规模全球地位展望

第二节 细分产品需求预测

一、免疫调节类产品需求预测

二、心脑血管健康产品需求预测

三、肠道健康与代谢类产品需求预测

第三节 消费群体与区域需求预测

一、银发群体消费需求预测

二、职场人群健康需求预测

三、不同区域市场增长潜力预测

第十六章 2026-2031年保健品行业供给能力预测

第一节 产能扩张与布局优化预测

一、现有企业扩产计划分析

二、新进入者投资意愿评估

三、产业集群化发展趋势

第二节 产品质量与标准提升预测

一、产品纯度与功效验证要求

二、质量追溯体系全覆盖预期

三、国际认证获取能力提升

第三节 产业链协同与整合预测

一、上下游一体化发展趋势

二、跨界合作与生态构建

三、供应链数字化智能化升级

第十七章 “十五五”期间保健品行业投资机会分析

第一节 上游原材料领域投资机会

一、道地药材规范化种植投资

二、功能性新原料研发投资

三、绿色提取技术研发投资

第二节 中游制造环节投资机会

一、智能制造设备升级投资

二、新产品剂型开发投资

三、质量检测能力建设投资

第三节 下游应用渠道投资机会

一、新零售渠道建设投资

二、专业健康服务平台投资

三、品牌营销与数字化推广投资

第十八章 “十五五”期间保健品行业发展战略建议

第一节 行业整体规划目标建议

一、产业规模与质量发展目标

二、技术创新与标准引领目标

三、国际竞争力提升目标

第二节 企业发展策略建议

一、产品创新与差异化策略

二、品牌建设与渠道优化策略

三、国际化发展与合规经营策略

第三节 产业链协同发展建议

一、建立产学研用创新联盟

二、完善质量标准与检测体系

三、构建绿色可持续产业链

图表目录

图表：2021-2025年国内生产总值及增长速度

图表：2021-2025年城乡居民人均可支配收入

图表：2021-2025年保健品行业市场规模及增长率

图表：2021-2025年保健品细分产品市场结构

图表：2021-2025年保健品区域市场分布格局

图表：2021-2025年保健品行业平均毛利率水平

图表：2021-2025年保健品行业总资产周转率

图表：2021-2025年保健品行业就业规模贡献

图表：2021-2025年全球保健品市场规模及分布

图表：2021-2025年全球保健品区域市场占比

图表：2021-2025年全球保健品产品创新趋势

图表：2021-2025年全球保健品市场竞争格局

图表：2021-2025年中国保健品市场总体规模

图表：2021-2025年中国保健品线上线下渠道占比

图表：2021-2025年中国保健品不同年龄群体渗透率

图表：2021-2025年中国保健品传统与功能性产品占比

图表：2021-2025年中国保健品电商渠道销售规模

图表：2021-2025年中国保健品原材料进口依赖度

图表：2021-2025年中国保健品提取技术水平评估

图表：2021-2025年中国保健品供应链安全指数

图表：2021-2025年中国保健品生产企业数量分布

图表：2021-2025年中国保健品gmp认证企业数量

图表：2021-2025年中国保健品智能制造普及率

图表：2021-2025年中国保健品连锁药店渠道占比

图表：2021-2025年中国保健品综合电商销售规模

图表：2021-2025年中国保健品健康管理渠道增长

图表：2021-2025年中国保健品市场cr5集中度

图表：2021-2025年中国保健品国际本土品牌份额

图表：2021-2025年中国保健品产品同质化指数

图表：2021-2025年汤臣倍健市场份额及增长

图表：2021-2025年无限极市场份额及增长

图表：2021-2025年安利中国市场份额及增长

图表：2021-2025年中国保健品出口规模及增长

图表：2021-2025年中国保健品进口规模及结构

图表：2021-2025年中国保健品对东南亚出口情况

图表：2021-2025年中国保健品从美国进口情况

图表：2026-2031年国内经济增长速度预测

图表：2026-2031年中国老龄化人口比例预测

图表：2026-2031年中国保健品市场规模预测

图表：2026-2031年中国保健品年均复合增长率预测

图表：2026-2031年中国保健品免疫类产品需求预测

图表：2026-2031年中国保健品心脑血管产品需求预测

图表：2026-2031年中国保健品银发群体需求预测

图表：2026-2031年中国保健品职场人群需求预测

图表：2026-2031年中国保健品行业总产能预测

图表：2026-2031年中国保健品质量追溯覆盖率预测

图表：2026-2031年中国保健品上游种植投资机会分析

图表：2026-2031年中国保健品智能制造投资机会分析

图表：2026-2031年中国保健品新零售渠道投资机会分析

图表：2026-2031年中国保健品国际化发展目标预测

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

报告编号：4068222

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260605/4068222.shtml>

在线订购：[点击这里](#)