

2020-2026年中国保健食品 行业发展态势与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国保健食品行业发展态势与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/170420.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

保健食品亦称功能性食品。一个特定的食品种类。它具有调节人体功能的作用，但不以治疗疾病为目的，适于特定人群食用。

《保健食品注册与备案管理办法》自2016年7月1日正式施行，严格定义：保健食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。

保健食品市场有五大新特征：首先，管理制度改革将刺激资本流入，出现行业有史以来最活跃的并购潮；其次，跨境电商供应链覆盖全球，跨境购业态成型迫使市场竞争格局改变；第三，农村地区健康需求被互联网唤醒，制药企业抢占第三终端热卖保健食品；第四，特殊医学用途配方食品管理制度出台，科技基础雄厚的企业将抢得先机；第五，原料型企业集体向下游扩张，品类品牌化成市场潮流。

目前，中国已成为世界上最大的原料药生产国，制剂产能居世界第一，拥有世界上最大的潜在市场，另一方面却是我国的人均保健品消费支出远低于全球平均水平，随着国内居民可支配收入及健康重视度的提高，在消费需求的刺激下，未来我国保健品将拥有很大市场潜力，保健品市场将迎来市场蓝海。 2009-2017年保健食品行业市场规模及增速情况 资料来源：中企顾问网整理

《2020-2026年中国保健食品行业发展态势与投资前景分析报告》由中企顾问网公司领衔撰写，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、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了保健食品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国保健食品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国保健食品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

目录

第一章 保健食品行业相关基础概述及研究机构

1.1 保健食品的定义及分类

1.1.1 保健食品的界定

1.1.2 保健食品的分类

1.1.3 保健食品的特性

1.2 保健食品行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 保健食品行业研究机构

1.3.1 保健食品行业介绍

中国保健食品行业兴起于80年代，发展至今，经历了几次大起大落。

随着社会进步和经济发展，人类对自身的健康日益关注。80年代末期到95年初，是保健食品行业的第一个高速发展时期。在这一阶段，由于保健食品的高额利润和相对较低的政策壁垒和技术壁垒，涌现出了3000多家保健食品生产企业。

我国保健食品行业发展历程 资料来源：中企顾问网整理

1.3.2 保健食品行业研究优势

1.3.3 保健食品行业研究范围

第二章 2015-2019年中国保健食品行业市场发展环境分析

2.1 中国保健食品行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国保健食品行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

- 1、GB16740-97《保健（功能）食品通用标准》
- 2、《保健食品注册与备案管理办法》
- 3、行业“十三五”发展规划分析

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国保健食品行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、居民消费观念和习惯

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国保健食品行业技术环境分析

2.4.1 保健食品技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国保健食品行业新技术研究

2.4.2 保健食品技术发展水平

- 1、中国保健食品行业技术水平所处阶段
- 2、与国外保健食品行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国保健食品行业上、下游产业链分析

3.1 保健食品行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 保健食品行业产业链

3.2 保健食品行业上游-原材料产业发展分析

3.2.1 原材料产业发展现状

3.2.2 原材料产业供给分析 2013-2017年我国明胶及衍生品出口量增长情况 资料来源：联合国商品数据库、中企顾问网整理

根据联合国商品数据库显示，我国明胶及衍生品出口量在2017年出现了反弹，2017年明胶及

衍生品出口22798.48吨，同比增长19.43%，结束明胶及衍生品出口量连续三年下降的趋势。

2013-2017年我国除鱼肝油以外的鱼油、脂及其分离品出口量增长情况 资料来源：联合国商品数据库、中企顾问网整理

我国除鱼肝油以外的鱼油、脂及其分离品近几年出口情况呈现出金字塔型，经历过前期出口量连续增长的趋势后，2016、2017年我国除鱼肝油以外的鱼油、脂及其分离品出口量连续下跌，2017年我国除鱼肝油以外的鱼油、脂及其分离品出口量29629.09吨，同比下降33.18%。

3.2.3 原材料供给价格分析

3.2.4 原材料供给企业分析

3.3 保健食品行业下游-消费者消费情况分析

3.3.1 居民人均保健食品消费情况

3.3.2 保健食品消费者地域分布情况

3.3.3 消费升级下的保健食品消费市场

3.3.4 保健食品消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际保健食品行业市场发展分析

4.1 2015-2019年国际保健食品行业发展现状

4.1.1 国际保健食品行业发展现状

4.1.2 国际保健食品行业发展规模

4.1.3 国际保健食品主要技术水平

4.2 2015-2019年国际保健食品市场需求研究

4.2.1 国际保健食品市场需求特点

4.2.2 国际保健食品市场需求结构

4.2.3 国际保健食品市场需求规模

4.3 2015-2019年国际区域保健食品行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2020-2026年国际保健食品行业发展展望

4.4.1 国际保健食品行业发展趋势

4.4.2 国际保健食品行业规模预测

4.4.3 国际保健食品行业发展机会

第五章 2015-2019年中国保健食品行业发展概述

5.1 中国保健食品行业发展状况分析

5.1.1 中国保健食品行业发展阶段

5.1.2 中国保健食品行业发展总体概况

5.1.3 中国保健食品行业发展特点分析

5.2 2015-2019年保健食品行业发展现状

5.2.1 2015-2019年中国保健食品行业发展热点

5.2.2 2015-2019年中国保健食品行业发展现状

5.2.3 2015-2019年中国保健食品企业发展分析

5.3 保健食品行业替代品及互补产品分析

5.3.1 保健食品行业替代品分析

1、替代品种类

2、主要替代品对保健食品行业的影响

3、替代品发展趋势分析

5.3.2 保健食品行业互补产品分析

1、行业互补产品种类

2、主要互补产品对保健食品行业的影响

3、互补产品发展趋势分析

5.4 中国保健食品行业细分市场概况

5.4.1 市场细分充分程度

5.4.2 细分市场结构分析

5.5 保健食品行业渠道与行业品牌分析

5.5.1 保健食品行业渠道分析

1、渠道形式

2、渠道要素对比

3、各区域主要代理商情况

5.5.2 保健食品行业品牌分析

1、品牌数量分析

2、品牌推广方式分析

3、品牌美誉度分析

4、品牌的选择情况

5.6 中国保健食品行业发展问题及对策建议

5.6.1 中国保健食品行业发展制约因素

5.6.2 中国保健食品行业存在问题分析

5.6.3 中国保健食品行业发展对策建议

第六章 中国保健食品行业运行指标分析及预测

6.1 中国保健食品行业企业数量分析

6.1.1 2015-2019年中国保健食品行业企业数量情况

6.1.2 2017-2019年中国保健食品行业企业竞争结构

6.2 2015-2019年中国保健食品行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国保健食品行业市场规模分析及预测

6.3.1 2015-2019年中国保健食品行业市场规模分析

6.3.2 2020-2026年中国保健食品行业市场规模预测

6.4 2015-2019年中国保健食品区域市场规模分析

6.4.1 东北地区市场规模分析

6.4.2 华北地区市场规模分析

6.4.3 华东地区市场规模分析

6.4.4 华中地区市场规模分析

6.4.5 华南地区市场规模分析

6.4.6 西部地区市场规模分析

6.5 中国保健食品行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国保健食品行业市场供给分析

1、2015-2019年中国保健食品行业供给规模分析

2、2020-2026年中国保健食品行业供给规模预测

6.5.2 中国保健食品行业市场需求的分析

1、2015-2019年中国保健食品行业需求规模分析

2、2020-2026年中国保健食品行业需求规模预测

6.6 2015-2019年中国保健食品行业产品价格分析

6.6.1 2015-2019年中国保健食品行业产品价格回顾

6.6.2 2015-2019年中国保健食品产品当前市场价格统计分析

6.6.3 2015-2019年中国保健食品产品价格影响因素分析

6.6.4 2020-2026年中国保健食品产品价格预测

6.7 保健食品行业进出口分析

6.7.1 出口分析

- 1、2015-2019年保健食品出口总况分析
- 2、2015-2019年保健食品出口量及增长情况
- 3、2015-2019年保健食品细分行业出口情况
- 4、出口流向结构
- 5、出口产品品牌分析
- 6、主要出口企业分析
- 7、出口价格特征分析

6.7.2 进口分析

- 1、2015-2019年保健食品进口总况分析
- 2、2015-2019年保健食品进口量及增长情况
- 3、2015-2019年保健食品细分行业进口情况
- 4、国家进口结构
- 5、进口产品结构

第七章 中国互联网+保健食品行业发展现状及前景

7.1 互联网给保健食品行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代保健食品行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给保健食品行业带来的突破机遇分析

7.1.3 互联网给保健食品行业带来的挑战分析

7.1.4 互联网+保健食品行业渠道形势变革分析

7.1.5 互联网+保健食品行业营销模式变革分析

7.2 中国互联网+保健食品行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+保健食品行业投资布局分析

- 1、中国互联网+保健食品行业投资切入方式
- 2、中国互联网+保健食品行业投资规模分析
- 3、中国互联网+保健食品行业投资业务布局

7.2.2 保健食品行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+保健食品行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+保健食品行业竞争格局分析

1、 中国互联网+保健食品行业参与者结构

2、 中国互联网+保健食品行业竞争者类型

3、 中国互联网+保健食品行业市场占有率

7.2.5 中国保健食品垂直电商平台分析

1、 天猫商城

2、 淘宝商城

3、 京东商城

7.2.6 中国保健食品企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+保健食品行业市场趋势预测分析

7.3.1 中国互联网+保健食品行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+保健食品行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+保健食品行业市场发展趋势分析

第八章 中国保健食品行业消费市场运营状况分析

8.1 保健食品市场消费需求分析

8.1.1 保健食品市场的消费需求变化

8.1.2 保健食品行业的需求情况分析

8.1.3 保健食品品牌市场消费需求分析

8.2 保健食品消费市场状况分析

8.2.1 保健食品行业消费特点

8.2.2 保健食品行业消费结构分析

8.2.3 保健食品行业消费的市场变化

8.2.4 保健食品市场的消费方向

8.3 保健食品行业产品的品牌市场运营状况分析

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 保健食品行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国保健食品行业市场竞争格局分析

9.1 中国保健食品行业竞争格局分析

9.1.1 保健食品行业区域分布格局

9.1.2 保健食品行业企业规模格局

9.1.3 保健食品行业企业性质格局

9.2 中国保健食品行业竞争五力分析

9.2.1 保健食品行业上游议价能力

9.2.2 保健食品行业下游议价能力

9.2.3 保健食品行业新进入者威胁

9.2.4 保健食品行业替代产品威胁

9.2.5 保健食品行业现有企业竞争

9.3 中国保健食品行业竞争SWOT分析

9.3.1 保健食品行业优势分析（S）

9.3.2 保健食品行业劣势分析（W）

9.3.3 保健食品行业机会分析（O）

9.3.4 保健食品行业威胁分析（T）

9.4 中国保健食品行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国保健食品行业竞争策略建议

第十章 中国保健食品行业领先企业竞争力分析

10.1 汤臣倍健股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业投资前景分析

10.2 上海交大昂立股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

- 10.2.3 企业竞争优势分析
- 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.2.6 企业投资前景分析
- 10.3 哈药集团三精制药有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业投资前景分析
- 10.4 北京同仁堂健康药业股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业投资前景分析
- 10.5 东阿阿胶股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业投资前景分析
- 10.6 金日制药（中国）有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业投资前景分析

10.7 无极限（中国）有限公司竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业投资前景分析

10.8 开平健之源保健食品有限公司竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业投资前景分析

10.9 重庆太极实业（集团）股份有限公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业投资前景分析

10.10 广东太阳神集团有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业投资前景分析

第十一章 2020-2026年中国保健食品行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2020-2026年中国保健食品行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国保健食品行业市场空间分析

- 11.1.2 中国保健食品行业竞争格局变化
- 11.1.3 中国保健食品行业互联网+前景
- 11.2 2020-2026年中国保健食品行业发展趋势分析
 - 11.2.1 中国保健食品行业品牌格局趋势
 - 11.2.2 中国保健食品行业渠道分布趋势
 - 11.2.3 中国保健食品行业市场趋势分析
- 11.3 2020-2026年中国保健食品行业投资机会与建议
 - 11.3.1 中国保健食品行业行业前景调研展望
 - 11.3.2 中国保健食品行业投资机会分析
 - 11.3.3 中国保健食品行业投资建议

第十二章 2020-2026年中国保健食品行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国保健食品行业关键成功要素分析
- 12.2 中国保健食品行业投资壁垒分析
- 12.3 中国保健食品行业投资前景与规避
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避
 - 12.3.2 行业政策风险与规避
 - 12.3.3 上游市场风险与规避
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避
 - 12.3.5 技术风险分析与规避
 - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国保健食品行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 保健食品行业融资渠道分析
 - 12.4.2 保健食品行业融资策略分析

第十三章 2020-2026年中国保健食品行业盈利模式与投资规划建设规划分析

- 13.1 国外保健食品行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外保健食品行业成长情况调查
 - 13.1.2 经营模式借鉴
 - 13.1.3 国外投资新趋势动向
- 13.2 中国保健食品行业商业模式探讨
 - 13.2.1 行业主要商业模式分析

13.2.2 保健食品行业商业模式创新分析

13.3 中国保健食品行业投资投资前景规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业投资策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170420.html>