

2022-2028年中国保健食品 市场评估与战略咨询报告

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

《2022-2028年中国保健食品市场评估与战略咨询报告》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/202205/294775.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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国保健食品市场评估与战略咨询报告》共十三章。首先介绍了保健食品行业市场发展环境、保健食品整体运行态势等，接着分析了保健食品行业市场运行的现状，然后介绍了保健食品市场竞争格局。随后，报告对保健食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了保健食品行业发展趋势与投资预测。您若想对保健食品产业有个系统的了解或者想投资保健食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 保健食品的相关概述

第一节 保健食品的定义

一、何为保健品

二、保健食品的定义

三、保健食品的功用

四、保健食品与一般食品的区别

五、保健食品与药品的区别

第二节 保健食品的外延

第三节 保健食品的分类

一、原料来源分类

二、产品剂型分类

三、保健品功能分类

四、批准文号分类

第二章 2020年全球保健食品所属行业运行状况分析

第一节 2020年全球保健食品所属行业发展综述

一、全球保健食品行业发展阶段分析

二、全球保健食品行业发展特点分析

三、全球保健食品市场分析

第二节 2020年全球主要国家各类保健食品市场分析

一、机能性食品（functional foods）

二、补充品（supplements）

第三节 2020年全球主要国家保健食品行业发展情况分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

四、其它新兴经济体----韩国、新加坡

第四节 2020年全球主要国家保健食品厂商分析

一、厂商介绍

二、企业并购活动

第五节 2022-2028年全球保健食品行业发展前景展望分析

一、老龄人口增加医疗保健费用的支出

二、慢性疾病成为预防医学的首要目标

三、自我照护（self-care）意识抬头

四、法规管理趋于严格

五、肥胖（Obesity）成为全球流行病之一

六、个人化营养学（personalized nutrition）兴起

第三章 2020年中国保健食品行业运行环境分析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、人民币升值分析

第二节 2020年中国保健食品产业发展政策环境分析

一、GMP认证

二、卫生部门行业管理

三、国家食品药品监督管理局管理

四、其他部门的管理

五、国外政策对中国环境的影响

第三节 2020年中国保健食品行业发展社会环境分析

一、生活水平提高----更加关注健康

二、科技发展、推动保健食品研发

第四章 2020年中国保健食品所属行业运行形势分析

第一节 2020年中国保健食品所属行业发展综述

一、功能结构不尽合理

二、迅速崛起飞快没落、波动较大

三、虚假宣传误导消费

四、产品百花齐放

五、质量水平参差不齐

第二节 2020年中国保健食品市场行业发展存在的问题分析

一、科技投入不足

二、广告宣传泛滥，知名度高，美誉度低

三、质量把关不严，伪劣产品现象严重

四、保健食品业管理混乱

五、保健食品行业诚信度极度危机

六、我国保健食品企业规模小，竞争力弱

第三节 2020年中国保健食品行业的对策措施探讨

第五章 2020年中国保健食品所属行业供给态势分析

第一节 2020年中国保健食品所属行业现状分析

一、市场总体规模

二、企业投资规模及地域分布

三、保健品年产能分析

第二节 2020年中国保健食品供给种类

一、主要产品概况

二、保健食品形态

第三节 2020年中国保健食品进出口贸易分析

第四节 2020年中国其他行业涉足保健食品行业对供给的影响

一、一般食品业

二、药品行业

三、保健食品与一般食品、药品的区别

第六章 2020年中国保健食品市场消费者需求态势分析

第一节 2020年中国保健食品消费者调查分析

- 一、消费者偏好
- 二、消费者收入
- 三、保健食品功能特性

第二节 2020年中国保健食品市场品牌分析

- 一、保健食品市场最受关注十大品牌
- 二、保健食品市场品牌市场占有率

第三节 2020年中国保健食品需求结构调查分析

- 一、城乡需求结构
- 二、不同群体需求结构
- 三、地域差异
- 四、各线城市差异

第七章 2020年中国保健食品产品种类市场运行局势分析

第一节 2020年中国减肥类保健食品分析

- 一、减肥茶
- 二、减肥胶囊

第二节 2020年中国“改善皮肤水份”功能保健食品市场概况

- 一、市场情况
- 二、产品情况

第三节 2020年中国抗辐射功能保健食品市场概况

- 一、市场现状
- 二、常见的抗辐射中草药
- 三、抗辐射的保健食品的主要成分

第四节 补血类保健食品市场分析

- 一、市场概述
- 二、消费群体调查
- 三、产品、价格

1、产品

2、价格

第五节 补脑类保健品产品市场分析

第八章 2020年中国保健食品市场营销策略分析

第一节 中国保健品主要品牌营销策略回顾

- 一、太阳神---CI理念的先行者
- 二、三株---人海战术的先驱
- 三、脑白金---礼品概念的最大赢家
- 四、红桃K---农村市场战略的胜利者
- 五、太太---创新守住女人阵地
- 六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑

第二节 2020年中国保健品的主要销售渠道分析

第三节 2020年中国保健食品营销经典案例分析

- 一、脑白金----恶俗广告托起巨人
- 二、安利-纽崔莱---直销加品牌，跑出行业领军
- 三、三株---遍地开花、未迎来瓜熟蒂落

第九章 2020年中国保健食品行业市场竞争格局分析

第一节 2020年中国保健食品市场竞争特征分析

- 一、保健品细分市场形成
- 二、市场集中度不断加剧、有走向寡头垄断的趋势

第二节 2020年中国保健食品市场竞争格局综述

- 一、保健食品市场集中度分析
- 二、保健食品市场竞争程度

第三节 2020年中国保健食品行业国际竞争者的影响

- 一、中国保健食品企业的SWOT分析
- 二、国际保健食品企业的SWOT分析

第四节 2020年中国保健食品行业竞争存在的问题分析

第十章 中国保健食品行业重点企业透析

第一节 完美（中国）日用品有限公司

- 一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第二节 苏州东瑞制药有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第三节 宝健（中国）日用品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第四节 南京中脉科技发展有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第五节 卫材（苏州）制药有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第六节 苏州市郎力福保健品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第七节 上海交大昂立股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第八节 长沙王中华生物技术有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第九节 北京知蜂堂蜂产品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第十节 岳阳市本草生物工程有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第十一章 2022-2028年中国保健食品行业趋势预测分析

第一节 2022-2028年中国保健食品行业趋势分析

一、保健食品市场将进一步扩大

二、新资源、高技术、方便剂型的保健食品将成为主流

三、功能更加多样化，单品种功能趋向专一化

第二节 2022-2028年中国保健食品需求预测分析

一、保健食品的功能更加专一

二、“边缘”保健食品异军突起

三、新资源保健食品受宠

四、基因食品将成为未来保健食品主流

五、软胶囊、口服液成为产品包装趋势

六、西部战略大转移

第三节 2022-2028年中国保健食品行业盈利预测分析

第十二章 2022-2028年中国保健食品行业投资机会与风险分析

第一节 2022-2028年中国保健食品行业投资环境分析

- 一、政府的重视和支持是行业发展的永动力
- 二、中国天然食补的保健传统是行业发展的原动力
- 三、人口众多，逐步进入老年社会是行业发展的持续增长力

第二节 2022-2028年中国保健食品行业投资机会分析

- 一、市场需求越来越大
- 二、信誉重整
- 三、科学的力量规范市场

第三节 2022-2028年中国保健食品行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、技术风险
- 三、外资进入风险
- 四、进出口壁垒

第十三章 贸易战对保健食品产业的影响及企业应对策略分析 ()

第一节 贸易战对保健食品产业的影响

- 一、金融业与保健食品产业的关系
- 二、当前贸易战对全球保健食品产业的影响
- 三、当前贸易战对中国的影响

第二节 中国保健食品产业应对贸易战的主要策略探讨

- 一、政策角度
- 二、上、下游市场角度
- 三、企业管理角度
- 四、中国保健食品产业应对贸易战的主要策略评价

第三节 建议

部分图表目录：

图表 1 保健品与食品、药品的区别

图表 2 2016-2020年全球保健食品市场规模发展趋势

图表 3 全球各地区保健食品市场概况

图表 4 美国机能性食品市场（依保健功能区分）

图表 5 2020年保健食品产业并购与联盟活动

图表 6 全球老龄化人口趋势

图表 7 2020年全球主要死亡原因

图表 8 2022-2028年美国地区施行预防医学可节省的成本

图表 9 消费者对各保健功能食品或饮品的认同程度

图表 10 消费者对各保健功能食品或饮品的消费态度

图表 11 2020年體重管理產品（依產品形式區分）

图表 12 2020年中国主要宏观经济数据增长表

图表 13 2016-2020年中国GDP及其增长率统计表

图表 14 2016-2020年中国GDP增长率季度统计表

图表 15 2016-2020年中国GDP增长率季度走势图

图表 16 2016-2020年农村居民人均纯收入

图表 17 2016-2020年我国城镇居民人均可支配收入达17175元

图表 18 2016-2020年农村居民人均纯收入

图表 19 2016-2020年央行历次调整利率时间及调整后股市表现一览

图表 20 2016-2020年存款准备金率历次调整一览表

图表 21 2016-2020年人民币兑美元汇率中间价走势图

图表 22 我国保健品市场份额比例情况

图表 23 判断保健食品好与不好的主要条件

图表 24 全家平均每月购买保健食品的花费

图表 25 每盒保健食品定价多少钱最合适

图表 26 哪种保健食品的市场需求量最大

图表 27 消费者认为最好的保健食品品牌

图表 28 消费者购买保健食品的目的

图表 29 保健食品更适合哪个年龄段的人吃

图表 30 补脑类保健品购买率、知名度与购买知名比表

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/294775.html>