

2021-2027年中国保健食品 市场评估与投资可行性报告

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

《2021-2027年中国保健食品市场评估与投资可行性报告》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/202107/229435.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《2021-2027年中国保健食品市场评估与投资可行性报告》共十四章。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

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
- 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 2021-2027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 中国保健食品所属行业企业数量分析

- 6.1.1 2015-2019年中国保健食品行业企业数量情况
- 6.1.2 2015-2019年中国保健食品行业企业竞争结构

6.2 2015-2019年中国保健食品所属行业财务指标总体分析

- 6.2.1 所属行业盈利能力分析
- 6.2.2 所属行业偿债能力分析
- 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 2021-2027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、2021-2027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分析

1、2015-2019年中国保健食品行业需求规模分析

2、2021-2027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 2021-2027年中国保健食品产品价格预测

6.7 保健食品行业所属行业进出口分析

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 2021-2027年中国保健食品行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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/202107/229435.html>