

# 2024-2030年中国保健食品 行业前景展望与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国保健食品行业前景展望与投资战略研究报告》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/202310/416405.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《2024-2030年中国保健食品行业前景展望与投资战略研究报告》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 2024-2030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 2024-2030年中国保健食品行业趋势预测分析

#### 第一节 2024-2030年中国保健食品行业趋势分析

##### 一、保健食市场将进一步扩大

##### 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 2024-2030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 2024-2030年中国保健食品行业盈利预测分析

### 第十二章 2024-2030年中国保健食品行业投资机会与风险分析

## 第一节 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2017-2022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 2024-2030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 2017-2022年中国GDP及其增长率统计表

图表 14 2017-2022年中国GDP增长率季度统计表

图表 15 2017-2022年中国GDP增长率季度走势图

图表 16 2017-2022年农村居民人均纯收入

图表 17 2017-2022年我国城镇居民人均可支配收入达17175元

图表 18 2017-2022年农村居民人均纯收入

图表 19 2017-2022年央行历次调整利率时间及调整后股市表现一览

图表 20 2017-2022年存款准备金率历次调整一览表

图表 21 2017-2022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/202310/416405.html>