

2022-2028年中国保健食品 行业前景展望与发展前景预测报告

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年中国保健食品行业前景展望与发展前景预测报告》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/202110/242801.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。

随着国民生活水平的不断提高，营养保健食品逐渐受到人们追捧。自卫生部发布的《营养改善工作管理办法》以来，官方的推动进一步提升了国民健康意识，目前，中国营养保健品行业主要以膳食补充剂为主，占据产业的大壁江山。其中，无限极占比为最大的营养补充剂企业，同时，汤臣倍健的业务增长也较快。2019年中国保健品前五大企业市场占有率情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国保健食品行业前景展望与发展前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国保健食品行业市场发展环境、保健食品整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国保健食品行业发展趋势与投资预测。若您想对保健食品产业有个系统的了解或者想投资中国保健食品行业，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2019年全球保健食品所属行业运行状况分析

第一节2019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2019年全球主要国家各类保健食品市场分析

一、机能性食品（functionalfoods）

二、补充品（supplements）

第三节2019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2019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（personalizednutrition）兴起

第三章2019年中国保健食品行业运行环境分析

第一节2019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2019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2019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2019年中国保健食品所属行业运行形势分析

第一节2019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2019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2019年中国保健食品行业的对策措施探讨

第五章2019年中国保健食品所属行业供给态势分析

第一节2019年中国保健食品所属行业现状分析

一、市场总体规模

2016年我国保健食品行业市场规模达到2613.3亿元，2017年市场规模为2938.9亿元，同比增长12.46%。根据我国经济发展状况，以及行业发展趋势，预计到2019年我国保健食品行业市场规模将突破3500亿元。2015-2019年中国保健品市场规模走势预测

二、企业投资规模及地域分布

三、保健品年产能分析

第二节2019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2019年中国保健食品进出口贸易分析

第四节2019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2019年中国保健食品市场消费者需求态势分析

第一节2019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2019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2019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2019年中国保健食品产品种类市场运行局势分析

第一节2019年中国减肥类保健食品分析

一、减肥茶

二、减肥胶囊

第二节2019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2019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2019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2019年中国保健品的主要销售渠道分析

第三节2019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2019年中国保健食品行业市场竞争格局分析

第一节2019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2019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2019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2019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

四、次贷危机对中国保健食品行业的影响

五、次贷危机对中国保健食品企业发展的影响

六、中国保健食品产业当前政策与贸易战的关系

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

图表目录：

图表1保健品与食品、药品的区别

图表22015-2019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52019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72019年全球主要死亡原因

图表82022-2028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112019年體重管理產品（依產品形式區分）

图表122019年中国主要宏观经济数据增长表

图表132015-2019年中国GDP及其增长率统计表

图表142015-2019年中国GDP增长率季度统计表

图表152015-2019年中国GDP增长率季度走势图

图表162015-2019年农村居民人均纯收入

图表172015-2019年我国城镇居民人均可支配收入达17175元

图表182015-2019年农村居民人均纯收入

图表192015-2019年央行历次调整利率时间及调整后股市表现一览

图表202015-2019年存款准备金率历次调整一览表

图表212015-2019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/202110/242801.html>