

2021年中国保健品产业分析报告- 产业运营现状与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国保健品产业分析报告-产业运营现状与发展动向预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/530427530427.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 保健品相关概述

第一节 保健品基本介绍

一、保健品基本概念

二、保健品产品特点

第二节 保健品行业概述

一、保健品常见形态

二、保健品产品功能

三、保健品市场细分

第二章 2017-2020年保健品行业政策环境分析

第一节 国外保健品行业相关政策法规解读

一、美国

二、韩国

三、日本

第二节 中国保健品行业政策发展分析

一、保健食品法规综述

二、保健品市场监管历程

三、保健品命名规范公告

四、保健品行业整治行动

五、保健食品清理整治方案

第三节 保健品行业相关政策法规

一、食品安全法

二、保健食品命名规定

三、保健食品命名指南

四、保健食品目录管理办法

五、保健食品辅料使用规定

第三章 2017-2020年中国保健品行业发展状况

第一节 国外保健品行业发展综述

一、国际消费形势分析

二、主要国家市场规模

三、美国保健品市场

四、日本保健品市场

五、韩国保健品市场

第二节 中国保健品行业发展综述

一、行业发展历程

二、发展特征剖析

三、行业价值流向

第三节 中国保健品行业运行状况

一、注册情况分析

二、总体市场规模

三、细分市场份额

四、人均消费支出

五、行业集中度分析

第四节 中国保健品行业出口分析

一、总体贸易情况

二、出口情况概述

三、进口情况概述

四、进出口企业排名

五、贸易战影响分析

第五节 2017-2020年大健康产业背景下保健品发展分析

一、大健康催生市场需求

二、大健康促进企业优势转化

三、保健品产业借风大健康

四、大健康引保健产业新趋势

第六节 新冠肺炎疫情对保健品行业影响分析

一、新冠肺炎疫情对医疗健康行业的影响分析

二、新冠肺炎疫情对保健品行业影响及对策

三、新冠肺炎影响下保健品行业发展趋势分析

四、新冠肺炎疫情下保健品行业投资机会分析

第七节 中国保健品行业发展问题分析

一、行业发展乱象

二、产业发展瓶颈

三、行业不规范现象

四、与国外行业差距

第八节 中国保健品行业发展对策解析

- 一、严格制定法律法规
- 二、提高产品科技含量
- 三、激活广大农村市场
- 四、发挥中药保健特色

第四章 2017-2020年保健品行业产业链结构及上下游关联分析

第一节 保健品产业链结构分析

第二节 上游行业发展分析

- 一、产业链上游概述
- 二、上游行业发展分析

第三节 下游行业发展分析

- 一、产业链下游概述
- 二、下游市场发展分析

第五章 2017-2020年中国保健品消费市场分析

第一节 2017-2020年保健品市场消费特征分析

- 一、市场消费特点
- 二、消费人群分析
- 三、网购消费启示
- 四、消费影响因素
- 五、消费市场机遇

第二节 保健食品消费者调查分析

- 一、调查基本背景
- 二、保健食品认知
- 三、消费行为选择
- 四、消费支出状况
- 五、消费者满意度

第三节 中国农村保健品消费市场分析

- 一、农村保健品市场状况
- 二、农村市场发展问题
- 三、农村市场开发要点
- 四、农村市场推广策略

第四节 中国网络保健品消费市场分析

- 一、电商渠道崛起
- 二、销售规模分析

三、销售平台对比

四、新生代消费者分析

五、品牌市场表现

第五节 中国保健品消费市场发展问题及对策分析

一、消费者市场投诉多

二、连锁专卖市场缺陷

三、市场发展战略分析

四、企业发展战略分析

第六章 2017-2020年中国功能性保健食品细分市场分析

第一节 体重管理市场发展

一、市场相关概述

二、全球发展现状

三、国内市场规模

四、市场竞争格局

五、市场发展潜力

第二节 运动营养类保健品

一、市场规模分析

二、市场竞争格局

三、消费市场需求

四、消费人群划分

五、用户特征分析

第三节 降血脂保健品

一、市场发展概况

二、用药市场规模

三、市场消费分析

四、市场开发要点

五、市场发展潜力

第四节 视力健康保健品

一、视力健康现状

二、细分市场需求

三、企业销售规模

四、市场政策机遇

第五节 健脑益智保健品

一、产品相关概述

二、产品品类分析

三、产品研发技术

四、市场前景展望

第六节 补血类保健品

一、市场发展概述

二、市场发展现状

三、市场开拓策略

第七节 美容护理类保健品

一、市场发展状况

二、发展障碍因素

三、市场发展战略

第八节 其他功能保健品发展状况

一、肠道健康保健品

二、改善睡眠保健品

三、增强免疫保健品

第七章 2017-2020年中国营养素补充剂类保健食品细分市场分析

第一节 B族维生素类

一、B族维生素市场规模

二、B族维生素竞争格局

三、B族维生素主要品牌

四、B族维生素单品市场

第二节 膳食补充类保健品

一、产品相关概述

二、市场发展规模

三、市场竞争格局

四、市场销售渠道

五、市场发展障碍

第三节 胶原蛋白市场

一、行业市场规模

二、新品推出动态

三、产品研究进展

四、创新发展态势

五、市场发展展望

第四节 其他营养素类保健品

- 一、补钙类保健品
- 二、蛋白粉保健品
- 三、氨基酸保健品

第八章 2017-2020年中国中草药保健品细分市场分析

第一节 中草药保健品发展综述

第二节 阿胶市场发展状况

- 一、市场销售规模
- 二、产品价格分析
- 三、厂商竞争格局
- 四、企业经营状况
- 五、未来发展趋势

第三节 蜂王浆市场发展状况

- 一、产品相关概述
- 二、市场特征分析
- 三、贸易市场规模
- 四、出口企业分析
- 五、市场价格行情

第四节 丹参保健市场状况分析

- 一、发展状况概述
- 二、产品功能效用
- 三、市场需求分析
- 四、发展存在问题
- 五、对策建议解析

第五节 枸杞保健品市场发展状况

- 一、市场规模分析
- 二、市场供需情况
- 三、未来发展趋势
- 四、发展空间预测

第六节 人参保健市场发展潜力

第九章 2017-2020年中国保健饮品细分市场分析

第一节 功能饮料市场分析

- 一、市场发展概况
- 二、市场规模分析

三、市场竞争格局

四、市场发展动态

第二节 运动饮料市场发展分析

一、产品功能概述

二、市场规模分析

三、市场竞争格局

四、市场发展机遇

第三节 能量饮料市场发展状况

一、市场消费特点

二、市场规模分析

三、企业发展格局

四、市场竞争结构

五、企业案例分析

第四节 植物蛋白饮料市场发展

一、基本概念介绍

二、产品功效分析

三、上下游供应模式

四、行业特征分析

五、品类结构分析

第五节 保健饮品其他细分市场

一、多糖饮料

二、益生菌饮料

三、维生素饮料

四、矿物质饮料

五、免疫类饮料

第十章 2017-2020年中国保健品行业不同消费人群市场分析

第一节 老年人保健品市场分析

一、人口老龄化现状

二、健康老龄化政策

三、老年市场消费需求

四、老年市场现存问题

五、老年市场营销策略

第二节 儿童保健品市场分析

一、儿童人口数量

二、产品市场状况

三、市场竞争结构

四、市场发展潜力

第三节 女性保健品市场分析

一、女性健康意识发展

二、女性群体特征分析

三、产品购买季节分布

四、进口保健食品偏好

第四节 其他人群保健品市场分析

一、青少年

二、孕妇

第十一章 2017-2020年中国保健品市场营销分析

第一节 保健品营销总体概况

一、热门营销模式

二、服务营销模式

三、专卖店营销策略

四、专卖店启动方式

五、营销模式多样化需求

第二节 中国保健品营销新模式分析

一、目标营销模式

二、网络营销模式

三、知识营销模式

第三节 中国保健品营销策略模式透析

一、产品营销关键因素

二、产品营销路径分析

三、市场淡季营销策略

四、产品营销创新策略

五、产品服务营销策略

第四节 中国功能保健品营销模式分析

一、现行营销模式概述及成因

二、现行营销模式困境及成因

三、新型营销模式基本构架

四、新型营销模式主要要求

第五节 中国保健品营销未来发展趋势透视

- 一、市场营销裂变特征
- 二、未来企业营销方向
- 三、产品营销发展方向
- 四、保健食品营销主流变化

第十二章 2017-2020年保健品市场销售渠道分析

第一节 2017-2020年中国保健品销售市场分析

- 一、上游厂商分析
- 二、线上销售情况
- 三、线下销售情况
- 四、电商渠道上升
- 五、线上线下结合

第二节 2017-2020年中国保健品销售渠道结构分析

- 一、行业渠道结构
- 二、直销模式现状
- 三、药店销售模式
- 四、商超渠道销售
- 五、线上渠道发展

第三节 保健品行业细分市场销售渠道分布

- 一、维生素和膳食营养补充剂市场
- 二、草本/传统保健品行业市场
- 三、运动营养品市场
- 四、体重管理行业

第十三章 保健品所属行业市场运行状况分析

第一节 中国保健品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国保健品所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国保健品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十四章 中国保健品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 东阿阿胶股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 汤臣倍健股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 哈药集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 海南椰岛（集团）股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十五章 中国保健品行业竞争分析

第一节 中国保健品竞争格局

- 一、总体竞争格局
- 二、市场竞争现状
- 三、重点品牌竞争
- 四、市场竞争动态

第二节 中国保健品行业三大竞争焦点

- 一、品牌竞争
- 二、创新差异
- 三、协作发展

第三节 中国保健品细分市场份额分析

- 一、维生素/膳食营养补充剂市场份额
- 二、草本/传统产品市场份额
- 三、运动营养产品市场份额
- 四、体重管理产品市场份额

第十六章 2021-2026年中国保健品市场的投资建议

第一节 中国保健品投资价值评估分析

- 一、投资价值综合评估
- 二、市场机会矩阵分析
- 三、市场进入时机判断

第二节 中国保健品行业投资壁垒分析

- 一、竞争壁垒
- 二、技术壁垒
- 三、资金壁垒
- 四、政策壁垒

第三节 2021-2026年保健品行业投资建议及风险提示

- 一、行业投资建议
- 二、投资风险提示

第四节 保健品行业典型项目投资模式案例分析

- 一、项目基本概述
- 二、投资价值分析
- 三、建设内容规划

四、资金需求测算

第十七章 2021-2026年中国保健品行业发展前景及趋势预测

第一节 保健品行业未来发展趋势走向

- 一、行业未来走向探析
- 二、市场消费主力趋势
- 三、保健品大众化趋势
- 四、向普通消费品转型趋势
- 五、企业多样化合作趋势
- 六、行业集中度提升趋势
- 七、线上转线下销售趋势

第二节 中国保健品行业发展前景展望

- 一、保健品市场升级加快
- 二、保健品市场空间巨大
- 三、保健品市场发展潜力
- 四、保健品企业发展前景
- 五、保健食品电商发展空间

第三节 2021-2026年中国保健品行业预测分析

- 一、2021-2026年中国保健品行业影响因素分析
- 二、2021-2026年中国保健品市场规模预测

图表目录

图表1：保健品专属批文标识

图表2：中国保健食品现行主要法律法规

图表3：保健食品进口合规流程图

图表4：注册背景

图表5：注册申报流程

图表6：2020年保健食品行业整治行动

图表7：一般贸易和跨境电商（保税备货）的差异

图表8：百日行动对直销行业的影响

图表9：蓝帽子获批时间

图表10：2020年全球主要国家人均保健品消费支出规模对比情况

图表11：2020年全球主要国家保健品行业市场规模对比情况

图表12：中国保健品行业发展历程

图表13：中国保健品行业生命周期

图表14：保健品行业产业链

图表15：保健品产业链价值曲线

图表详见报告正文 (GYDS)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国保健品产业分析报告-产业运营现状与发展动向预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/530427530427.html>