

2021年中国保健品市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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年中国保健品市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/540511540511.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

保健品一般是泛指对人体有保健功能的产品。它包含保健食品、保健药品、保健化妆品、保健用品等。

我国保健品分类 资料来源：公开资料整理

2015年-2019年我国保健品行业市场规模持续增长。据数据显示，2019年我国保健品市场规模达到2227亿元，增速18.5%。

2015年-2019年我国保健品行业市场规模及增速情况 资料来源：公开资料整理

一、优势分析 （1）随着我国公众营养的改善工作的推进，保健营养产品的宽度和深度扩展和消费需求的快速增长。人们生活水平的逐步提高，对自身的健康日益升温，为健康投资已成为一种趋势。

（2）我国保健食品行业在劳动力成本和原材料成本上具有优势，并且原材料资源比较丰富。

二、劣势分析 （1）我国保健食品企业研发投入不足，产品科技含量较低，缺乏竞争力，产品研发创新力不足。

（2）产品功能单一，缺少龙头企业。我国大部分营养保健食品功能大多集中在免疫调节、降血脂、缓解体力疲劳三个方面，产品同质化严重，企业之间的竞争较为激烈，大部分产品层次和附加值不高。

（3）我国保健食品企业规模偏小，知名度不高。相对于产品品质，企业更多地是靠大量的广告宣传占领市场。并且在资金实力、创新技术和营销模式上都较为落后，服务意识较为淡薄。

三、机遇分析 我国人均收入的提高推动保健品行业持续发展。据数据可知我国保健品消费支出与人均可支配收入呈正相关。2015年-2020年我国人均可支配收入从21966元增长至32189元，保健品消费支出从1165元增长至2172元，居民人均医疗保健占比从5.3%增长至6.7%。

2015年-2020年我国人均可支配收入及医疗保健支出情况 资料来源：公开资料整理

四、威胁分析 （1）在“权健事件”发酵以后我国保健品市场受到前所未有的严厉监管。监管部门反不正当竞争执法、联合打击欺诈销售“保健品”，同时相关行业改革政策密集出台。政策影响和信任危机之下，保健品市场整体萎靡不振，甚至一向被投资者看好的保健品龙头企业也出现了业绩增速下滑。

如2019年1月的“百日行动”加大对“保健”市场重点行业、重点领域、重点行为的事中事后监管力度，依法严厉打击虚假宣传、虚假广告、制售假冒伪劣产品等扰乱市场秩序、欺诈消费者等各类违法行为。

我国保健行业相关政策梳理

发布日期

政策名称

主要内容

2019年1月

百日行动

加大对“保健”市场重点行业、重点领域、重点行为的事中事后监管力度，依法严厉打击虚假宣传、虚假广告、制售假冒伪劣产品等扰乱市场秩序、欺诈消费者等各类违法行为。

2019年4月

《市场监管总局关于征求调整保健食品保健功能意见的公告》

拟取消21项保健食品功能，引导消费者理性消费。其中，首批拟调整功能声称表述的保健功能有18项，包括免疫调节/增强免疫力、抗氧化、减肥、改善睡眠等。

2019年5月

《中共中央国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见》

实施保健食品行业专项清理整治行动。全面开展严厉打击保健食品欺诈和虚假宣传、虚假广告等违法犯罪行为。加大联合执法力度，大力整治保健食品市场秩序，严厉查处各种非法销售保健食品行为，打击传销。完善保健食品标准和标签标识管理。

2019年6月

《2019年食品安全重点工作安排的通知》

实施保健食品行业专项清理整治行动。严厉打击保健食品欺诈和虚假宣传、虚假广告、传销等违法犯罪行为。开展以老年人识骗、防骗为主要内容的宣传教育活动。大力整治保健食品市场秩序，严厉查处各种非法销售保健食品行为。

2019年11月

《保健食品命名指南(2019年版)》

食品名不得涉及疾病预防、治疗功能，不得误导、欺骗消费者，通用名不得含有虚假夸大词语，不得包含人体组织、器官、不得含有制定人群。对于同一配方与同一名称申报与审评《指南》要求，同一企业不得使用同一配方注册或者备案不同名称的保健食品；不得使用同一名称注册或者备案不同配方的保健食品。资料来源：公开资料整理

(2) 从消费习惯来看，国内消费者对外国保健品认可度更高。受国内保健品行业信任事件层出影响，消费者对本土保健品认可度低。41%的样本消费者认为国外品牌保健品更好，只有9%的消费者认为国内更好。

我国保健品行业消费者评价情况 资料来源：公开资料整理(wz)

《2021年中国保健品市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国保健品行业发展概述

第一节 保健品行业发展情况概述

- 一、保健品行业相关定义
- 二、保健品行业基本情况介绍
- 三、保健品行业发展特点分析
- 四、保健品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、保健品行业需求主体分析

第二节 中国保健品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、保健品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国保健品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国保健品行业生命周期分析

一、保健品行业生命周期理论概述

二、保健品行业所属的生命周期分析

第四节 保健品行业经济指标分析

一、保健品行业的赢利性分析

二、保健品行业的经济周期分析

三、保健品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国保健品行业进入壁垒分析

一、保健品行业资金壁垒分析

二、保健品行业技术壁垒分析

三、保健品行业人才壁垒分析

四、保健品行业品牌壁垒分析

五、保健品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球保健品行业市场发展现状分析

第一节 全球保健品行业发展历程回顾

第二节 全球保健品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲保健品行业地区市场分析

一、亚洲保健品行业市场现状分析

二、亚洲保健品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲保健品行业市场前景分析

第四节 北美保健品行业地区市场分析

一、北美保健品行业市场现状分析

二、北美保健品行业市场规模与市场需求分析

三、北美保健品行业市场前景分析

第五节 欧洲保健品行业地区市场分析

一、欧洲保健品行业市场现状分析

二、欧洲保健品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲保健品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界保健品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球保健品行业市场规模预测

第三章 中国保健品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品保健品总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国保健品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国保健品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国保健品行业运行情况

第一节 中国保健品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国保健品行业市场规模分析

第三节 中国保健品行业供应情况分析

第四节 中国保健品行业需求情况分析

第五节 我国保健品行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国保健品行业供需平衡分析

第七节 中国保健品行业发展趋势分析

第五章 中国保健品所属行业运行数据监测

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、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

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

第六章 2017-2020年中国保健品市场格局分析

第一节 中国保健品行业竞争现状分析

一、中国保健品行业竞争情况分析

二、中国保健品行业主要品牌分析

第二节 中国保健品行业集中度分析

一、中国保健品行业市场集中度影响因素分析

二、中国保健品行业市场集中度分析

第三节 中国保健品行业存在的问题

第四节 中国保健品行业解决问题的策略分析

第五节 中国保健品行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国保健品行业需求特点与动态分析

第一节 中国保健品行业消费市场动态情况

第二节 中国保健品行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 保健品行业成本结构分析

第四节 保健品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国保健品行业价格现状分析

第六节 中国保健品行业平均价格走势预测

- 一、中国保健品行业价格影响因素
- 二、中国保健品行业平均价格走势预测
- 三、中国保健品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国保健品行业区域市场现状分析

第一节 中国保健品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区保健品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区保健品市场规模分析
- 四、华东地区保健品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区保健品市场规模分析
- 四、华中地区保健品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区保健品市场规模分析
- 四、华南地区保健品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国保健品行业竞争情况

第一节 中国保健品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国保健品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国保健品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 保健品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国保健品行业发展前景分析与预测

第一节 中国保健品行业未来发展前景分析

一、保健品行业国内投资环境分析

二、中国保健品行业市场机会分析

三、中国保健品行业投资增速预测

第二节 中国保健品行业未来发展趋势预测

第三节 中国保健品行业市场发展预测

一、中国保健品行业市场规模预测

二、中国保健品行业市场规模增速预测

三、中国保健品行业产值规模预测

四、中国保健品行业产值增速预测

五、中国保健品行业供需情况预测

第四节 中国保健品行业盈利走势预测

一、中国保健品行业毛利润同比增速预测

二、中国保健品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国保健品行业投资风险与营销分析

第一节 保健品行业投资风险分析

一、保健品行业政策风险分析

二、保健品行业技术风险分析

三、保健品行业竞争风险分析

四、保健品行业其他风险分析

第二节 保健品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国保健品行业发展战略及规划建议

第一节 中国保健品行业品牌战略分析

- 一、保健品企业品牌的重要性
- 二、保健品企业实施品牌战略的意义
- 三、保健品企业品牌的现状分析
- 四、保健品企业的品牌战略
- 五、保健品品牌战略管理的策略

第二节 中国保健品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国保健品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 保健品行业竞争力提升策略

- 一、保健品行业产品差异性策略
- 二、保健品行业个性化服务策略
- 三、保健品行业的促销宣传策略
- 四、保健品行业信息智能化策略
- 五、保健品行业品牌化建设策略
- 六、保健品行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国保健品行业发展策略及投资建议

第一节 中国保健品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国保健品行业营销渠道策略

一、保健品行业渠道选择策略

二、保健品行业营销策略

第三节 中国保健品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国保健品行业重点投资区域分析

二、中国保健品行业重点投资产品分析

图表详见正文

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/540511540511.html>