

2019年中国老年人保健品行业分析报告- 市场调研与未来趋势研究

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《2019年中国老年人保健品行业分析报告-市场调研与未来趋势研究》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/390880390880.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

人口老龄化是驱动我国保健品行业进入黄金十年的一个重要因素。中国未来十年人口结构的加速老龄化预计将进一步拉动中国保健品市场的需求。根据国家统计局的统计数据，2017年中国13.90亿人口中，60岁及以上的老人2.41亿人，占总人口比例为17.3%；65岁及以上人口数为1.58亿人，占比11.4%。

2010-2018年中国人口结构分析及预测数据来源：国家统计局

根据数据显示，2017年中国65岁及以上人口区域分布比较不均匀。人口老龄化程度最严重前三省市分别为辽宁省、上海市、浙江省，老龄人口占总人口比例分别为14.4%、14.3%和14.3%。全国65岁及以上人口数为1.58亿人，占比11.4%。广东省、福建省、海南省人口老龄化程度则比较低，均在9%以下。

2017年65岁及以上人口占比前十及后十省份情况

排名

地区

老龄人口数量（万人）

常住人口数量（万人）

老龄人比例（%）

1

辽宁省

326.8

4368.9

14.4

2

上海市

345.8

2418.3

14.3

3

浙江省

704.9

5657

14.3

4

四川省

1399.8

10005.8

14

5

江苏省

1157

8302.0

13.9

6

重庆市

-

3075.2

13.2

7

吉林省

336.4

2717.4

12.4

8

安徽省

774.3

6254.8

12.4

9

湖南省

832.9

4800.5

12.3

10

湖北省

715.6

5902

12.1

全国

15831

139008

11.4

22

广西省

486.1

4885

10

23

内蒙古

251.1

2528.6

9.9

24

云南省

433

4800.5

9.0

25

福建省

344

3911

8.8

26

广东省

966.1

11169

8.7

27

宁夏区

58

681.8

8.5

28

海南省

74

917.1

8.1

29

青海省

46.7

598.4

7.8

30

新疆

170

2359.7

7.2

31

西藏

15.3

317.6

5.1

数据来源：国家统计局

另外世界卫生组织预测，到2050年中国将有35%的人口超过60岁，成为世界上老龄化最严重的国家之一。人口老龄化已成为我国未来人口结构的长期趋势，由此可以预计，未来中国老年健康服务行业存在巨大市场需求。

我国保健食品渗透率整体水平在20%左右，人口结构的两端55岁以上和16岁以下人群中渗透率相对较高，中间年龄段（16-44岁）人群渗透率较低，在10%-15%左右。对比美国，美国各年龄段保健食品渗透率普遍高出我国20%以上，整体渗透率较高，并且呈现随年龄增长使用频率增大的趋势。

2017年我国营养保健品各分产品结构

数据来源：药监局

根据数据显示，2017年中国保健品市场规模逼近1500亿元。预计2020年中国保健品市场规模将达1816亿元，其中保健品发展前景十分广阔。

2013-2020年我国保健品市场规模分析及预测

数据来源：药监局

保健品发展趋势：

1、监管趋严

《保健食品监督管理条例》一直处于修订状态，对保健食品审批、成分、剂型、功效、标签等方面将做出严格的规定，行业的准入门槛将提高，行业监管将趋紧。一旦行业监管趋紧，对于缺少保健食品批文的企业和试图进入中国市场的外资企业而言，将可能丧失在我国保健食品行业跑马圈地的最好时机。

2、规模将进一步增长

首先，消费者购买力水平显著提高，促进了保健食品行业的发展；其次，我国正逐步走入老年化社会，人们的保健意识不断增强，对保健食品的需求增强，保健食品市场发展空间大。

3、竞争压力不断增大

国外保健品行业呈现规范化、规模化、产业化的特征；而国内保健品行业长期缺乏行业说服力、质量公信力、品牌支撑力等，整个行业相对混乱，使得消费者的品牌忠诚度普遍不高。在本土保健食品口碑不佳的情况下，国外保健品的网购份额迅速扩张，我国国内保健品市场开始被洋保健品蚕食。（TLN）

【报告大纲】

第一章 老年人保健品所属行业相关概述

第一节 老年人保健品行业定义及特点

- 一、老年人保健品行业的定义
- 二、老年人保健品行业产品分类
- 三、老年人保健品的质量指标

第二节 老年人保健品行业特点及行业特性

- 一、老年人保健品主要作用
- 二、老年人保健品行业消费特征
- 三、老年人保健品的功能和属性

第二章 老年人保健品所属行业市场特点概述

第一节 行业市场概况

- 一、行业市场特点
- 二、行业市场化程度
- 三、行业利润水平及变动趋势

第二节 进入本行业的主要障碍

- 一、资金准入障碍
- 二、市场准入障碍
- 三、技术与人才障碍
- 四、其他障碍

第三节 行业的周期性、区域性

- 一、行业周期分析
- 二、行业的区域性

第三章 2015-2018年中国老年人保健品所属行业发展环境分析

第一节 老年人保健品行业政治法律环境

- 一、行业主管部门分析
- 二、行业监管体制分析
- 三、行业主要法律法规
- 四、相关产业政策分析

第二节 老年人保健品行业经济环境分析

- 一、宏观经济形势分析
 - 1、国家GDP增长情况
 - 2、消费价格指数
 - 3、全国居民收入情况
 - 4、工业发展形势
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 老年人保健品行业社会环境分析

- 一、老年人保健品产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

第四章 全球老年人保健品行业发展概述

第一节 2015-2018年全球老年人保健品所属行业发展情况概述

- 一、全球老年人保健品行业发展现状
- 二、全球老年人保健品行业发展特征

三、全球老年人保健品行业市场规模

第二节 2015-2018年全球主要地区老年人保健品行业发展状况

一、欧洲

二、美国

三、日本

第三节 2019-2025年全球老年人保健品行业发展前景预测

一、全球老年人保健品行业发展前景

二、全球老年人保健品行业发展趋势

第四节 全球老年人保健品行业重点企业发展动态分析

第五章 中国老年人保健品所属行业发展概述

第一节 中国老年人保健品行业发展状况分析

一、中国老年人保健品行业发展阶段

二、中国老年人保健品行业发展总体概况

三、中国老年人保健品行业发展特点分析

第二节 2015-2018年老年人保健品行业发展现状

一、2015-2018年中国老年人保健品行业市场规模

二、2015-2018年中国老年人保健品行业发展分析

三、2015-2018年中国老年人保健品企业发展分析

第三节 2019-2025年中国老年人保健品行业面临的困境及对策

一、中国老年人保健品行业面临的困境及对策

二、中国老年人保健品企业发展困境及策略分析

第六章 中国老年人保健品所属行业市场运行分析

第一节 中国老年人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 中国老年人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 中国老年人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

第七章 中国老年人保健品所属行业重点产品品牌分析

第一节 脑白金

一、品牌结构

二、行业市场需求分析

三、品牌建设对销售市场的影响

第二节 瑞年氨基酸片

一、品牌结构

二、品牌建设及管理

三、品牌建设对销售市场的影响

第三节 黄金搭档

一、品牌结构

二、品牌建设及管理

三、品牌建设对销售市场的影响

第四节 静心口服液

一、品牌结构

二、品牌建设及管理

三、品牌建设对销售市场的影响

第八章 中国老年人保健品行业上、下游产业链分析

第一节 老年人保健品行业产业链概述

一、产业链定义

二、老年人保健品行业产业链

第二节 老年人保健品行业主要上游产业发展分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业供给分析

三、上游供给价格分析

四、主要供给企业分析

第三节 老年人保健品行业主要下游产业发展分析

- 一、下游（应用行业）产业发展现状
- 二、下游（应用行业）产业需求分析
- 三、下游（应用行业）主要需求企业分析
- 四、下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国老年人保健品行业销售渠道分析

第一节 代理商

- 一、畅销产品品牌分析
- 二、营销渠道分析
- 三、渠道营销策略分析

第二节 加盟店

- 一、畅销产品品牌分析
- 二、营销渠道分析
- 三、渠道营销策略分析

第三节 连锁店

- 一、畅销产品品牌分析
- 二、营销渠道分析
- 三、渠道营销策略分析

第十章 中国老年人保健品行业领先企业竞争力分析

第一节 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、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 健康元药业集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 安琪酵母股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 吉林修正药业老年保健品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 湖南九芝堂股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 深圳海王集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 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、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 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、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 海南椰岛股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 江中药业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十一章 2019-2025年中国老年人保健品行业发展趋势与前景分析

第一节 2019-2025年中国老年人保健品市场发展前景

- 一、2019-2025年老年人保健品市场发展潜力
- 二、2019-2025年老年人保健品市场发展前景展望
- 三、2019-2025年老年人保健品细分行业发展前景分析
- 第二节 2019-2025年中国老年人保健品市场发展趋势预测
 - 一、2019-2025年老年人保健品行业发展趋势
 - 二、2019-2025年老年人保健品市场规模预测
 - 三、2019-2025年老年人保健品行业应用趋势预测
 - 四、2019-2025年细分市场发展趋势预测
- 第三节 2019-2025年中国老年人保健品行业供需预测
 - 一、2019-2025年中国老年人保健品行业供给预测
 - 二、2019-2025年中国老年人保健品行业需求预测
 - 三、2019-2025年中国老年人保健品供需平衡预测

第十二章 2019-2025年中国老年人保健品行业投资前景

第一节 老年人保健品行业投资现状分析

- 一、老年人保健品行业投资规模分析
- 二、老年人保健品行业投资资金来源构成
- 三、老年人保健品行业投资项目建设分析
- 四、老年人保健品行业投资资金用途分析

第二节 老年人保健品行业投资特性分析

- 一、老年人保健品行业进入壁垒分析
- 二、老年人保健品行业盈利模式分析
- 三、老年人保健品行业盈利因素分析

第三节 老年人保健品行业投资机会分析

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第四节 老年人保健品行业投资风险分析

- 一、行业政策风险
- 二、宏观经济风险
- 三、市场竞争风险
- 四、关联产业风险
- 五、产品结构风险
- 六、技术研发风险
- 七、其他投资风险

第十三章 2019-2025年中国老年人保健品企业投资战略分析

第一节 老年人保健品企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业做大做强的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 老年人保健品企业战略规划制定依据

- 一、国家政策支持
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节 老年人保健品企业战略规划策略分析

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

第十四章 研究结论及建议

第一节 研究结论

第二节 建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：老年人保健品行业特点

图表：老年人保健品行业生命周期

图表：老年人保健品行业产业链分析

图表：2015-2018年老年人保健品行业市场规模

图表：2019-2025年老年人保健品行业市场规模预测

图表：2015-2018年老年人保健品行业供给规模

图表：2015-2018年老年人保健品行业需求规模

图表：2015-2018年老年人保健品行业企业数量

- 图表：2015-2018年老年人保健品行业从业人数
- 图表：2015-2018年老年人保健品行业资产规模
- 图表：中国老年人保健品行业盈利能力分析
- 图表：中国老年人保健品行业运营能力分析
- 图表：中国老年人保健品行业偿债能力分析
- 图表：中国老年人保健品行业发展能力分析
- 图表：中国老年人保健品行业经营效益分析
- 图表：2015-2018年中国老年人保健品行业销售情况分析
- 图表：2015-2018年中国老年人保健品行业利润情况分析
- 图表：2019-2025年中国老年人保健品市场价格走势预测

图表详见正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国老年人保健品行业分析报告-市场调研与未来趋势研究》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/390880390880.html>