

中国营养品行业现状深度研究与投资趋势预测报告（2023-2030年）

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《中国营养品行业现状深度研究与投资趋势预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202311/672796.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

2023年11月5日至10日第六届中国国际进口博览会在国家会展中心（上海）举行，此次进博会，澳优携手旗下佳贝艾特、海普诺凯1897、能立多、OzFarm澳滋、NutritionCare五大品牌的近50款产品集体亮相。而此次会上澳优乳业中国区副总裁魏燕青表示，未来，澳优继续深耕奶粉赛道，确保核心业务稳健增长，同时也将持续加码营养品业务，开拓新的市场增量，由此完善澳优服务全生命周期的营养健康产品矩阵。

营养品是指可以补充人体欠缺及损失的营养成分的物品，具有提高身体免疫力、补充微量元素和钙剂和预防贫血和血小板下降的功效。随着我国经济水平的提升，人们健康意识也在逐渐加强加上国家也发布了一系列政策驱动，在此背景下营养品的需求市场加大。而相关数据显示，2022年我国营养品市场销售收入2001亿元，同比增长7.8%。

资料来源：观研天下整理

而营养品市场增长，也让我众多企业加码赛道，比如说在这次进博会，除澳优之外，还有挪威高端膳食营养品牌Noromega诺美嘉就将公布新产品，进一步提升产品力，除此之外Noromega诺美嘉还将在此次进博会上举行挪威创新署授牌仪式和Noromega营养健康管理研究院成立仪式，以及携手环特生物进行诺美嘉&环特生物联合实验室揭牌仪式，继续提升产品的技术优势，深化品牌的科学价值。

政策方面，为实施国民营养计划和合理膳食行动，我国发布了一系列政策，促进营养品行业的发展，如2023年工业和信息化部等十一部门发布的《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》提出借助国家重点研发计划等科技资源，开展地方特色食品营养成分、生理作用、加工过程中组分结构变化等机理阐释研究，加快营养靶向设计、风味品质修饰、功能成分高效提取分离、加工工艺适应性改造等共性关键技术研发。

我国营养品行业相关政策	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
	2021年5月	教育部等五部门	关于全面加强和改进新时代学校卫生与健康教育工作的意见	保障食品营养健康。倡导营养均衡、膳食平衡。学校配备有资质的专（兼）职营养指导人员和食品安全管理人员，开展学生膳食营养监测，实施学生营养干预措施。根据年龄和生长发育特点，为学生提供均衡营养膳食。
	2021年10月	中共中央办公厅、国务院办公厅	粮食节约行动方案	加强公众营养膳食科普知识宣传，倡导营养均衡、科学文明的饮食习惯，鼓励家庭科学制定膳食计划，按需采买食品，充分利用食材。提倡采用小分量、多样化、营养搭配的烹饪方式。
	2022年1月	国家卫生健康委	“十四五”卫生健康标准化工作规划	以保障未成年人健康为出发点，制定儿童和学生健康相关标准，重点开展儿童青少年近视防控、肥胖干预、学生营养等标准制定。
	2022年5月	国务院办公厅	“十四五”国民健康规划	实施国民营养计划和合理膳食行动，倡导树立珍惜食物的意识和养成平衡膳食的习惯，推进食品营养标准体系建设，健全居民营养监测制度，强化重点区域、重点人群营养干预。
	2022年12月	国家发改委		

“十四五”扩大内需战略实施方案提高吃穿用消费品质。推动农产品品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产，增加健康、营养农产品和食品供给，坚持不懈制止餐饮浪费。

2023年3月

工业和信息化部等十一部门

关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见 借助国家重点研发计划等科技资源，开展地方特色食品营养成分、生理作用、加工过程中组分结构变化等机理阐释研究，加快营养靶向设计、风味品质修饰、功能成分高效提取分离、加工工艺适应性改造等共性关键技术研发。

资料来源：观研天下整理

我国各省市也积极响应国家政策规划,对各省市营养品行业的发展做出了具体规划,支持当地营养品行业稳定发展，比如广东省发布的《广东省扩大内需战略实施方案》提出加强高品质农产品的培育和引进，增加健康、营养农产品和食品供给，坚持不懈制止餐饮浪费。

部分省市营养品行业相关政策	省市	发布时间	政策名称	主要内容
	宁夏回族自治区	2021年9月	关于促进全区开放型经济发展的意见	支持银川市和吴忠市联动建设我国亚麻籽集散交易中心以及粮油加工、高端保健品营养品研发和生产制造中心。
	海南省	2022年12月	海南省老龄事业发展和养老服务体系三年行动计划(2023—2025)	鼓励助餐机构按照合理营养膳食要求和保本微利原则，开发适合老年人多层次多样化就餐需求的餐饮产品和服务模式，提高供餐质量。
	上海市	2023年1月	上海现代农业产业园（横沙新洲）发展战略规划（2023—2035年）	加强农产品质量安全建设，塑造健康安全、营养高端的园区产品形象。

上海现代农业产业园（横沙新洲）发展战略规划（2023—2035年）

河南省 2023年6月 河南省实施扩大内需战略三年行动方案（2023—2025年）大力推进豫菜振兴，增加健康、营养农产品和食品供给，推动信阳菜等产业化、品牌化发展，坚持不懈制止餐饮浪费。

黑龙江省 2023年6月 黑龙江省加快推进农产品加工业高质量发展三年行动计划（2023—2025年）围绕大豆分离蛋白、浓缩蛋白延链建链，积极开发人造肉、化妆品、营养品、蛋白质保健品等系列产品。广东省 2023年8月 广东省扩大内需战略实施方案 加强高品质农产品的培育和引进，增加健康、营养农产品和食品供给，坚持不懈制止餐饮浪费。

资料来源：观研天下整理

竞争方面，当前我国营养品行业上市企业有东阿阿胶（000423）、金达威（002626）、汤臣倍健（300146）和新和成（002001）等，其中金达威旗下 Doctor's Best 多特倍斯、zipfizz 为全球化品牌公司,在成熟海外市场销售强劲,多款产品常年位居 Amazon、iHerb 等国际电商平台,Costco、Sam's Club 等会员店销量前列。

我国营养品行业上市企业情况

公司简称

成立时间

公司地址

竞争优势

东阿阿胶 (000423)

1994-06-04

山东省

品牌优势：“阿胶,出东阿,故名阿胶”,东阿阿胶地处道地正宗阿胶发源地——山东省东阿县,拥有广泛认知的心智资源优势,为行业第一品牌,市场领先优势明显。东阿阿胶为国家非物质文化遗产代表性传承人企业,拥有无可替代的品牌资源优势。

原料掌控优势：在山东、内蒙古、辽宁等地建立了毛驴药材标准养殖示范基地,在多个国家建立了采购网络,实现控制与涵养并举,确保公司可持续发展。

金达威 (002626)

1997-11-24

福建省厦门市

全产业链优势：公司凭借其原材料成本制造优势、差异化多品牌战略、多元化渠道面向终端的发展策略,已成为A股营养健康全产业链龙头企业,具备从原料供应、保健品生产加工、终端产品销售的完整产业链布局,全产业链协同竞争优势明显。

核心原料优势：公司通过研发和工艺改进,掌握了高纯度高品质的核心原料,可以保证对应终端产品所需原料的持续供应和产品质量的稳定。

全球化品牌优势：公司旗下 Doctor's Best 多特倍斯、zipfizz 为全球化品牌公司,在成熟海外市场销售强劲,多款产品常年位居 Amazon、iHerb 等国际电商平台,Costco、Sam's Club 等会员店销量前列。

汤臣倍健 (300146)

2005-04-01

广东省广州市

专利优势：汤臣倍健实施自主核心技术和专利原料的研发战略,持续打造就是不一样的汤臣倍健产品的科技力和差异化竞争优势,迄今已开发30多种定制原料,获得60多项原料及配方等发明专利。

资质优势：2021年,汤臣倍健成为TEAMCHINA中国国家队运动食品及营养品供应商,为中国国家队70余支队伍的运动员供应运动食品、营养品和专业营养备战方案。

新和成 (002001)

1999-04-05

浙江省新昌县

研发创新优势：公司研究院作为企业技术创新核心,设有生物医药实验室、超临界反应实验室、工程装备研究中心等实验室,配备600M带超低温探头核磁共振仪等世界先进的科研仪器设备,掌握了超临界反应,高真空精馏,高压加氢连续化,过氧化和连续结晶等国内外领先技术,被评为国家认定企业技术中心、国家级博士后科研工作站、国家模范院士专家工作站。

资质优势：公司已与国内外优秀的高校、科研院所以及行业龙头企业建立了紧密的合作关系

,成为客户高度信赖和认可的品牌,成为全球知名的维生素供应商,全国大型的香精香料生产企业,并跻身中国医药工业百强、中国上市公司百强。

资料来源：公司资料、观研天下整理

从企业业绩来看，2023年前三季度东阿阿胶营业收入为34.28亿元，同比增长12.53%，归母净利润为7.84亿元，同比增长52.79%；金达威营业收入23.21亿元，同比增长0.69%，归母净利润2.43亿元，同比下降30.17%；汤臣倍健营业收入为77.82亿元，同比增长26.34%，归母净利润为19.01亿元，同比增长28.28%；新和成营业收入为110.12亿元，同比下降7.54%，归母净利润21.01亿元，同比下降30.22%。

2023年前三季度我国营养品上市企业营业收入情况	公司简称	营业收入	同比增长	归母净利润	同比增长
东阿阿胶 (000423)	34.28亿元	12.53%	7.84亿元	52.79%	
金达威 (002626)	23.21亿元	0.69%	2.43亿元	-30.17%	
汤臣倍健 (300146)	77.82亿元	26.34%	19.01亿元	28.28%	
新和成 (002001)	110.12亿元	-7.54%	21.01亿元	-30.22%	

资料来源：公司资料、观研天下整理

投资方面，自2021年之后我国营养品投融资数量和投资金额逐年减少，2022年我国营养品行业投融资数量共4起，投资金额为0.76亿元。

资料来源：IT桔子

2022年我国营养品行业共发生投融资事件4起，其中投融资金额最高为1月，投资金额为0.3亿元。

资料来源：IT桔子

2022年我国营养品行业共发生投融资事件4起，其中投资金额最高的是森美SEIMEI获得的Pre-A轮投资，金额为400万美元，并且获得两轮投资。

2022年我国营养品行业投融资事件情况	时间	公司简称	轮次	投资金额
森美SEIMEI Pre-A轮	400万美元	2022-08-31	森美SEIMEI 天使轮	255万美元
2022-11-18				
2022-05-12				
禧丸HEEKWAN 天使轮	数百万人民币	2022-01-21	窝小芽 B+轮	未透露.

资料来源：IT桔子（XD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国营养品行业现状深度研究与投资趋势预测报告（2023-2030年）》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，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

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国营养品行业发展概述

第一节 营养品行业发展情况概述

一、营养品行业相关定义

二、营养品特点分析

三、营养品行业基本情况介绍

四、营养品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、营养品行业需求主体分析

第二节 中国营养品行业生命周期分析

一、营养品行业生命周期理论概述

二、营养品行业所属的生命周期分析

第三节 营养品行业经济指标分析

一、营养品行业的赢利性分析

二、营养品行业的经济周期分析

三、营养品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球营养品行业市场发展现状分析

第一节 全球营养品行业发展历程回顾

第二节 全球营养品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲营养品行业地区市场分析

一、亚洲营养品行业市场现状分析

二、亚洲营养品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲营养品行业市场前景分析

第四节 北美营养品行业地区市场分析

- 一、北美营养品行业市场现状分析
- 二、北美营养品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美营养品行业市场前景分析
- 第五节 欧洲营养品行业地区市场分析
 - 一、欧洲营养品行业市场现状分析
 - 二、欧洲营养品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲营养品行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界营养品行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球营养品行业市场规模预测

第三章 中国营养品行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对营养品行业的影响分析
- 第三节 中国营养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
 - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对营养品行业的影响分析
- 第五节 中国营养品行业产业社会环境分析

第四章 中国营养品行业运行情况

- 第一节 中国营养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 中国营养品行业市场规模分析
 - 一、影响中国营养品行业市场规模的因素
 - 二、中国营养品行业市场规模
 - 三、中国营养品行业市场规模解析
- 第三节 中国营养品行业供应情况分析
 - 一、中国营养品行业供应规模
 - 二、中国营养品行业供应特点
- 第四节 中国营养品行业需求情况分析
 - 一、中国营养品行业需求规模
 - 二、中国营养品行业需求特点

第五节中国营养品行业供需平衡分析

第五章 中国营养品行业产业链和细分市场分析

第一节中国营养品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、营养品行业产业链图解

第二节中国营养品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对营养品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对营养品行业的影响分析

第三节我国营养品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国营养品行业市场竞争分析

第一节中国营养品行业竞争现状分析

一、中国营养品行业竞争格局分析

二、中国营养品行业主要品牌分析

第二节中国营养品行业集中度分析

一、中国营养品行业市场集中度影响因素分析

二、中国营养品行业市场集中度分析

第三节中国营养品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国营养品行业模型分析

第一节中国营养品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国营养品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国营养品行业SWOT分析结论

第三节中国营养品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国营养品行业需求特点与动态分析

第一节中国营养品行业市场动态情况

第二节中国营养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

第三节营养品行业成本结构分析

第四节营养品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国营养品行业价格现状分析

第六节中国营养品行业平均价格走势预测

一、中国营养品行业平均价格趋势分析

二、中国营养品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国营养品行业所属行业运行数据监测

第一节中国营养品行业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

第二节中国营养品行业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

第三节中国营养品行业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

第十章 2019-2023年中国营养品行业区域市场现状分析

第一节中国营养品行业区域市场规模分析

一、影响营养品行业区域市场分布的因素

二、中国营养品行业区域市场分布

第二节中国华东地区营养品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区营养品行业市场分析

（1）华东地区营养品行业市场规模

（2）华南地区营养品行业市场现状

（3）华东地区营养品行业市场规模预测

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、华中地区营养品行业市场分析

（1）华中地区营养品行业市场规模

（2）华中地区营养品行业市场现状

（3）华中地区营养品行业市场规模预测

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、华南地区营养品行业市场分析

- (1) 华南地区营养品行业市场规模
- (2) 华南地区营养品行业市场现状
- (3) 华南地区营养品行业市场规模预测

第五节华北地区营养品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区营养品行业市场分析

- (1) 华北地区营养品行业市场规模
- (2) 华北地区营养品行业市场现状
- (3) 华北地区营养品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区营养品行业市场分析

- (1) 东北地区营养品行业市场规模
- (2) 东北地区营养品行业市场现状
- (3) 东北地区营养品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区营养品行业市场分析

- (1) 西南地区营养品行业市场规模
- (2) 西南地区营养品行业市场现状
- (3) 西南地区营养品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区营养品行业市场分析

- (1) 西北地区营养品行业市场规模
- (2) 西北地区营养品行业市场现状
- (3) 西北地区营养品行业市场规模预测

第十一章 营养品行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国营养品行业发展前景分析与预测

第一节 中国营养品行业未来发展前景分析

- 一、营养品行业国内投资环境分析
- 二、中国营养品行业市场机会分析
- 三、中国营养品行业投资增速预测

第二节 中国营养品行业未来发展趋势预测

第三节 中国营养品行业规模发展预测

- 一、中国营养品行业市场规模预测
- 二、中国营养品行业市场规模增速预测
- 三、中国营养品行业产值规模预测
- 四、中国营养品行业产值增速预测
- 五、中国营养品行业供需情况预测

第四节 中国营养品行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国营养品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国营养品行业进入壁垒分析

- 一、营养品行业资金壁垒分析
- 二、营养品行业技术壁垒分析
- 三、营养品行业人才壁垒分析
- 四、营养品行业品牌壁垒分析
- 五、营养品行业其他壁垒分析

第二节营养品行业风险分析

- 一、营养品行业宏观环境风险
- 二、营养品行业技术风险
- 三、营养品行业竞争风险
- 四、营养品行业其他风险

第三节中国营养品行业存在的问题

第四节中国营养品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国营养品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国营养品行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国营养品行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 营养品行业营销策略分析

- 一、营养品行业产品策略
- 二、营养品行业定价策略
- 三、营养品行业渠道策略
- 四、营养品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/672796.html>