

2017-2022年中国中药食品行业运营态势及投资方向研究报告

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《2017-2022年中国中药食品行业运营态势及投资方向研究报告》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/zhongxiyao/293854293854.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

1中国保健食品发展历史概述

1.1第1代保健食品

第1代保健食品主要为以原形为主的产品，例如人参、天麻、冬虫夏草、鹿茸等。它们多数是具有悠久历史的老字号药材行的产品，如北京同仁堂、上海雷允上、杭州胡庆余堂，尖峰仁寿堂等均有这类产品。这一代保健食品已经有几千年的历史，并且以后还将继续存在。这些健康产品基本不用进行市场宣传，已经家喻户晓，市场靠的是质量和信誉，销售形式也是传统的店面销售。产品大多为人参、鹿茸、冬虫夏草、蛤蚧、海马、蛤土蟆等，或是其简单加工炮制品等。

这一代保健食品有如下特点：（1）基本不破坏原来的形态，消费者或专家可以根据产品外形辨别；（2）使用时以煲汤、泡酒等为主要方式；（3）稍作加工，如切片等。这一代健康食品的代表产品有同仁堂参茸等。

1.2第2代保健食品

1985年左右，第2代保健食品开始出现。第2代保健食品主要以多种营养强化食品为主。根据不同营养素以及中药的各种功能推断该食品的保健功效，在未经任何功能性实验检验的情况下，进行其功效的推广宣传。这些产品的销售主要靠各种广告宣传，当时绝大多数广告将几乎全部保健食品夸张成包治百病的神药（那个时代的广告法规不规范），而恰恰那时消费者对保健食品知识的了解也缺乏，对广告中所宣称的内容深信不疑，从而出现了人们对保健食品需求的激剧增长、保健食品市场急速扩张的现象。然而，由于没有得到科学证实，这些保健产品所宣称的保健功能往往不能达不到相应效果，给消费者的思想上造成了极大的混乱，使消费者对保健食品的态度由坚信不疑转为基本不信，给保健食品的发展造成了极大地信任危机。这一畸形发展也注定了这一代保健食品的不合法性和短命性，从而直接导致了20世纪90年代保健食品市场发展的大倒退。

这一代健康食品的特点：（1）在没有确切的科学依据的情况下，过分夸大产品的功效；（2）品牌扩张度和产品的品质不能达到同步；（3）产品的功效没有一个科学确切的评价体系；（4）口服液形式的保健品开始在市场出现。

这一代健康食品的代表品牌有太阳神口服液、中华鳖精等。诞生于1988年的太阳神口

服液，产品本质上就是一种营养液，在1996年《保健食品管理办法》颁布前，其属于一种营养强化食品。中华鳖精也是这个阶段健康食品的代表，由当年红极一时的马家军为其代言广告，在当年的产品概念深入人心。

1.3第3代保健食品

第3代保健食品是由国家正式认可的相关机构经过动物和人体试验，证明其具有促进某项生理功能，经政府监管部门批准生产上市的保健食品。在这个时期，虽然保健食品的保健功能均通过严格的科学实验进行功效验证，但对保健食品的作用机制尚未完全清楚，保健食品中哪些有效成分（功能因子）在起作用也不甚了解。目前市场上的许多保健食品就属于这类产品，批准的部门也不相同：有些由卫生部批准，有些由食品药品监督管理局批准。

依旧缺乏更进一步的科学依据，特别是机制方面。

所以尽管国家按规定审批通过了1万多个保健食品上市，但是该行业的市场也只是在调整之中，依然没有走出市场低谷。

这一代保健食品的特点包括：（1）产品的功效有一定的科学依据；（2）产品功效因子的基础功效没有更加确切的试验数据；（3）保健食品的种类繁多。这一类产品的代表有排毒养颜胶囊、海王金牡蛎、延生护宝液等。

1.4第4代保健食品

第4代保健食品是明确了产品中的有效成分（或称为功能因子）的化学结构及其量，其保健功能的作用机制也基本得以阐明的一类保健品。这些有效成分在现有的科学技术条件下，可通过一定的手段提取分离出来，也可经标准的方法进行定性或定量检测。这样保健食品的保健功能不仅可得到保证，也消除了可能的副作用，同时为这代保健食品的确认提供了可靠的检验方法。这一代产品在欧美已经畅销10多年，在中国开始渐成规模。以科学为依据的研发与管理开始引导中国的保健食品行业真正走出低谷，逐渐进入理智而且健康的发展轨道。

这一代保健食品的特点包括：（1）建立科学正规的评价体系；（2）提取及检测技术的发展促进了产品的成熟度；（3）从业人员的专业程度保证了产品的品质；（4）各种与药物剂型形态相同的产品大量出现。

这一代保健食品的代表产品包括：硫酸软骨素胶囊、葡萄籽胶囊、辅酶Q10片剂等。

表：第1~4代保健食品的情况

资料来源：公开资料，中国报告网整理

2第5代保健食品的提出

上述4代健康食品在老百姓中的印象总体来说是能治病，这是对健康食品的最大误解。保健食品是食品，不是药物。保健食品不能用于治疗疾病，主要用于预防疾病。第5代保健食品将得到最科学的诠释。

以上4代保健品有其各自的特点，但在当今时代，也显示出了产品本身的很多不足，在这个时代大背景下，必然孕育着符合时代趋势的方向性保健食品的出现，这就是第5代保健食品。除了有前4代保健食品的优点外，第5代保健食品更有其自身独特的优势：（1）产品确定的安全性；（2）产品成分明确；（3）产品得到科学的功效验证；（4）产品在外观、口感及服用的方便性上都有本质性地提高；（5）解除了人们在服用产品时不良的心里暗示；（6）产品的形态多样。

因此，第5代保健品可定义为在食品药理学理论的指导下，采用现代科学与食品制造加工技术生产出的功效成分明确、质量稳定、效果可靠、顺应消费者生理和心理需求的一类保健食品。其改变前几代特别是第4代产品常以片剂、胶囊等药品常见形态作为保健食品形态的现状，将保健成分蕴含在人们常用的普通食品如饼干糖果、茶、饮料、膏等形态中，同时充分根据人们的喜好、使用习惯等设计包装、口味、视觉等。这一类产品目前刚刚在欧美国家兴起，其代表产品为花青素软糖、软磷脂软糖、苹果多酚巧克力等。

第5代保健食品将极大改变人们对保健食品的感官认识，更加明确保健食品的防病功能，使人们通过较长时间的食用，改善人们的身体健康状况，以达治“未病”的目的。

在第5代健康食品的开发方面也有其独特之处：原料经过科学严格的筛选，并对相关应用的原料进行科学的比例搭配，使得产品的功效性有更大程度的保障。另外，优良的外观及口感也是产品必须具备的。通过先进的加工技术及工艺，制造出高品质的产品，并且应用科学、严谨的方法进行检测。

产品的安全性及功效性有独立科学的体系进行验证。产品包装更加安全、方便，易于消费者接受；包装所传递的信息既客观、真实地向消费者诠释了产品，也没有过分夸大的语

言，尊重了消费者的知情权。

目前市场上第5代健康食品的代表产品有江中集团的猴菇饼干，碧生源的常润茶袋泡茶，石药集团的“果维康”，浙江尖峰健康科技的蓝莓软糖，养生堂的成长快乐软糖等产品。它们在一定程度上改善了传统的保健食品形态，回归常规食品形态，让消费者在身心愉悦的同时起到了保健的作用，目前均得到了很好的市场反馈。

3展望

保健食品是食品，不是药物。保健食品不能用于治疗疾病，主要用于预防疾病。基于这样的理念，我国现代保健食品行业经过30多年的摸索与发展，逐渐走向成熟，第5代保健食品也应运而生。与前几代的最大区别是第5代保健食品“好看，好吃，好用”，并且功效与作用机制明确，让消费者在身心愉悦地使用的时候起到预防保健的作用。在目前“亚健康”人群越来越多，“治未病”呼声越来越高的背景下，第5代保健品较之前几代产品将会有更大的发展前景。

第5代保健品必将具有以下的发展趋势：（1）以普通食品（饮料，饼干，膏剂等）为主要形态，味美可口，携带方便；（2）专注于以传统养生理念为接受基础，适应现代人生活习惯的健康食品，例如美味可口的美容产品玫瑰花膏和益智仁核桃仁为主料的蛋白饮料等；（3）充分注意生产工艺的科学性、经济性和环境保护等；（4）质量标准较少采用紫外法测定总黄酮、总多糖，尽量采用HPLC检测具体的单体成分；（5）具有防伪性，检测相关物质，例如减肥类测定西布曲明、大黄素、番泻苷等，保证产品的安全性。

总之，在未来的一段时间内，第1类和第4、5类产品将长期并存，第2、3类产品将会逐渐退出市场，特别是第1代和第5代保健食品会大放异彩。

中国报告网发布的《2017-2022年中国中药食品行业运营态势及投资方向研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

目录

第一章“十二五”中药食品行业发展基本情况

1.1 中药食品行业基本特征

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业管理体制

1.1.3 行业生命周期判断

1.1.4 行业在国民经济中的地位

1.2 “十二五”中药食品行业发展回顾

1.2.1 “十二五”期间中药食品行业发展概述

1.2.2 “十二五”期间中药食品行业发展成就

1.2.3 “十二五”中药食品行业技术发展状况

1.2.4 “十二五”期间中药食品行业发展存在的问题

第二章“十二五”中国中药食品行业发展环境分析

2.1 “十二五”期间中国宏观经济环境分析

2.1.1 “十二五”期间中国GDP增长情况分析

2.1.2 “十二五”期间中国工业发展形势分析

2.1.3 “十二五”期间中国居民收入与消费情况

2.1.4 国民经济发展总体情况分析

2.2 “十二五”期间中国中药食品产业政策环境

2.2.1 中药食品行业相关政策分析

2.2.2 中药食品产品相关标准情况

2.3 “十二五”期间中国中药食品行业社会环境分析

2.3.1 人口环境分析

2.3.2 资源生态环境

2.3.3 文化环境分析

2.4 “十二五”期间中国中药食品行业技术环境分析

第三章“十二五”期间中国中药食品行业经济运行状况分析

3.1 “十二五”中国中药食品行业行业发展分析

3.1.1 中国中药食品行业主要经济指标概述

- 3.1.2中国中药食品行业主要经济指标概述
- 3.1.3中国中药食品行业主要经济指标概述
- 3.1.4中国中药食品行业主要经济指标概述
- 3.1.5中国中药食品行业主要经济指标概述
- 3.2“十二五”中国中药食品行业总体运行情况
 - 3.2.1“十二五”期间中国中药食品行业企业数量统计
 - 3.2.2“十二五”期间中国中药食品行业从业人员统计
 - 3.2.3“十二五”期间中国中药食品行业销售收入分析
 - 3.2.4“十二五”期间中国中药食品行业利润总额分析
 - 3.2.5“十二五”期间中国中药食品行业亏损情况分析
- 3.3“十二五”期间中国中药食品行业资产负债结构分析
 - 3.3.1“十二五”期间中国中药食品行业应收账款分析
 - 3.3.2“十二五”期间中国中药食品行业流动资产状况
 - 3.3.3“十二五”期间中国中药食品行业负债总额分析
- 3.4“十二五”期间中国中药食品行业经营效益分析
 - 3.4.1“十二五”期间中国中药食品行业盈利能力分析
 - 3.4.2“十二五”期间中国中药食品行业偿债能力分析
 - 3.4.3“十二五”期间中国中药食品行业营运能力分析
- 3.5“十二五”期间中国中药食品行业投资状况分析
 - 3.5.1“十二五”期间中国中药食品行业资产增长分析
 - 3.5.2“十二五”期间中国中药食品行业资产区域分布
 - 3.5.3“十二五”期间中国中药食品主要省区投资增速
- 3.6“十二五”期间中药食品行业成本费用结构分析
 - 3.6.1“十二五”期间年中国中药食品行业销售成本分析
 - 3.6.2“十二五”期间中国中药食品行业销售费用分析
 - 3.6.3“十二五”期间中国中药食品行业管理费用统计
 - 3.6.4“十二五”期间中国中药食品行业财务费用统计

第四章“十二五”期间中国中药食品行业区域发展格局分析

- 4.1“十二五”华北地区中药食品行业运行情况分析
 - 4.1.1华北地区中药食品行业主要经济指标
 - 4.1.2华北地区中药食品行业经营能力分析
 - 4.1.3华北地区中药食品行业盈利能力分析
 - 4.1.4华北地区中药食品行业偿债能力分析
- 4.2“十二五”东北地区中药食品行业运行情况分析

- 4.2.1东北地区中药食品行业主要经济指标
- 4.2.2东北地区中药食品行业经营能力分析
- 4.2.3东北地区中药食品行业盈利能力分析
- 4.2.4东北地区中药食品行业偿债能力分析
- 4.3“十二五”华东地区中药食品行业运行情况分析
- 4.3.1华东地区中药食品行业主要经济指标
- 4.3.2华东地区中药食品行业经营能力分析
- 4.3.3华东地区中药食品行业盈利能力分析
- 4.3.4华东地区中药食品行业偿债能力分析
- 4.4“十二五”华中地区中药食品行业运行情况分析
- 4.4.1华中地区中药食品行业主要经济指标
- 4.4.2华中地区中药食品行业经营能力分析
- 4.4.3华中地区中药食品行业盈利能力分析
- 4.4.4华中地区中药食品行业偿债能力分析
- 4.5“十二五”华南地区中药食品行业运行情况分析
- 4.5.1华南地区中药食品行业主要经济指标
- 4.5.2华南地区中药食品行业经营能力分析
- 4.5.3华南地区中药食品行业盈利能力分析
- 4.5.4华南地区中药食品行业偿债能力分析
- 4.6“十二五”西南地区中药食品行业运行情况分析
- 4.6.1西南地区中药食品行业主要经济指标
- 4.6.2西南地区中药食品行业经营能力分析
- 4.6.3西南地区中药食品行业盈利能力分析
- 4.6.4西南地区中药食品行业偿债能力分析
- 4.7“十二五”西北地区中药食品行业运行情况分析
- 4.7.1西北地区中药食品行业主要经济指标
- 4.7.2西北地区中药食品行业经营能力分析
- 4.7.3西北地区中药食品行业盈利能力分析
- 4.7.4西北地区中药食品行业偿债能力分析

第五章“十二五”期间中国中药食品市场竞争状况分析

- 5.1“十二五”期间中药食品市场竞争态势分析
- 5.2“十二五”期间中国中药食品市场集中度分析
- 5.2.1中药食品行业集中度分析
- 5.2.2中药食品区域集中度分析

5.2.3 中药食品企业集中度分析

5.3 “十二五”期间中国中药食品市场竞争策略分析

第六章“十二五”期间中国中药食品行业领先企业研究

6.1 浙江五养堂药业有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2 上海同济生物制品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.3 亳州市辉煌保健食品有限责任公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.4 深圳市宝明堂保健品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.5 中健行集团有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第七章“十三五”期间中国中药食品行业发展前景分析

7.1 “十三五”期间中国中药食品行业发展前景分析

7.1.1 “十三五”期间中国经济总体发展状况分析

7.1.2 “十三五”期间中药食品行业影响因素分析

7.1.3 “十三五”期间中国中药食品市场前景分析

7.2“十三五”期间中国中药食品行业预测分析

7.2.1“十三五”期间中国中药食品需求形势预测分析

7.2.2“十三五”期间中国中药食品市场规模预测分析

第八章“十三五”期间中国中药食品投资前景与策略分析

8.1“十三五”期间中国中药食品投资潜力分析

8.1.1中药食品行业投资吸引力

8.1.2中药食品市场增长动力分析

8.1.3中药食品区域投资潜力分析

8.2“十三五”期间中国中药食品投资风险分析

8.2.1宏观经济风险

8.2.2产业政策风险

8.2.3市场竞争风险

8.2.4技术风险分析

8.2.5原材料风险

8.3“十三五”期间中国中药食品投资策略分析

图表目录

图表1我国中药食品行业所处生命周期示意图

图表2GDP初步核算数据

图表3GDP环比和同比增长速度

图表41-2季度GDP初步核算数据

图表52季度GDP环比和同比增长速度

图表6规模以上工业增加值同比增长速度

图表75月份规模以上工业生产主要数据

图表8钢材日均产量及同比增速

图表9水泥日均产量及同比增速

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/293854293854.html>