

中国营养保健食品行业现状深度研究与未来前景 分析报告（2024-2031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《中国营养保健食品行业现状深度研究与未来前景分析报告（2024-2031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/202407/715281.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

一、营养保健食品产业链全景

营养保健食品是指通过补充人体必需的营养素和生物活性物质，对特定人群具有平衡营养摄取作用，达到提高机体健康和降低疾病风险的目的，但不以治疗疾病为目的，也不能代替正常饮食的食品。目前营养保健食品已形成较为完整的产业链：

资料来源：观研天下整理

二、营养保健食品产业链上游

营养保健食品产业链上游为原料生产。原料是保健食品质量的保证和基础，国家对保健食品原料制造行业实行严格的监管政策。一款功能性原料从开发到应用需经过功能性试验，动物、人体实验，临床试验等流程，时间周期通常需要 8-10 年、甚至更久，对企业研发和资金实力要求较高，后续也需要经过国家行政审批才能进一步商业化，此外产地对动植物类原材料质量影响也较大。因此该环节往往存在较高的技术、资金和产地壁垒，市场集中度高，典型公司有科汉森、金达威集团、新和成等。

我国营养保健食品行业相关监管政策	时间	政策	重点内容/影响	1996年
《保健食品管理办法》		将保健食品定义为表明具有特定保健功能的食品，即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的的食品。		
保健食品命名禁止使用虚假、夸大或绝对化、明示或暗示治疗作用的词语等。	2012年	《保健品命名规定》		
《中华人民共和国食品安全法》（2015年修订）使用保健食品原料目录以外原料的保健食品和首次进口的保健食品应当经国务院食品安全监督管理部门注册。但是，首次进口的保健食品中属于补充维生素、矿物质等营养物质的，应当报国务院食品安全监督管理部门备案。其他保健食品应当报省、自治区、直辖市人民政府食品安全监督管理部门备案。	2015年	《中华人民共和国食品安全法》		
《保健食品注册与备案管理办法》	2016年	一是调整保健食品上市产品的管理模式；二是优化保健食品注册程序；三是强化保健食品注册证书的管理；四是明确保健食品的备案要求；五是严格保健食品的命名规定；六是强化对保健食品注册和备案违法行为的处罚。		
《“健康中国 2030”规划纲要》	2016年		提出“2030年，主要健康指标进入高收入国家行列”的战略目标，实现健康产业规模显著扩大。	
《食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治方案》	2017年	强化整治：1) 未经许可生产食品和保健食品、经营食品和保健食品、进口食品和保健食品行为；2) 食品和保健食品标签虚假标识声称行为；3) 利用网络、会议营销、电视购物、直销、电话营销等方式违法营销宣传、欺诈销售食品和保健食品行为。		
《联合整治“保健”市场乱象百日行动方案》	2019年	整治“保健”市场出现的虚假宣传、违法广告、消费欺诈、假冒伪劣等一系列突出问题等，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。		
《保健食品原料目录营养素补充剂（2020）	2021年			

年版)》和《允许保健食品声称的保健功能目录营养素补充剂(2020年版)》对最新保健食品原料种类进行规定。2022年“十四五”中医药发展规划以保健食品、特殊医学用途配方食品、功能性化妆品、日化产品为重点,研发中医药健康产品。2023年《允许保健食品声称的保健功能目录非营养素补充剂(2023年版)》将原有的27种保健功能调整为24种,并对已批准注册的产品中注册证书为“无有效期和无产品技术要求”的产品进行了清理换证。

资料来源:观研天下整理

营养保健食品产业链上游相关企业简介 企业名称 简介 科汉森 丹麦科汉森,具备140多年菌种研究历史,全球领先的自有营养健康中心益生菌供应商,拥有世界上最大,生产能力最强的菌种工厂。金达威集团 厦门金达威集团股份有限公司成立于1997年11月,是生产辅酶Q10、NMN等国家火炬计划重点高新技术企业和创新型试点企业。公司于2011年10月28日在深圳证券交易所挂牌上市。新和成 新和成专注于营养品、香料、高分子材料等功能化学品的研发、生产、销售和服务,为全球100多个国家和地区的客户提供营养健康、日化护理、交通、环保、能源等领域提供综合解决方案。

资料来源:观研天下整理

三、营养保健食品产业链中游

营养保健食品产业链中游为生产和品牌运营环节,参与者包括生产商(制剂生产)和品牌商(品牌运营)。

1. 营养保健食品品牌商

营养保健食品品牌商主要面向C端消费者销售自有品牌,优势重点在于市场研究、产品营销和推广以及市场渠道的拓展,典型公司有汤臣倍健、哈药集团等。

营养保健食品代表品牌商简介 企业名称 简介 汤臣倍健 汤臣倍健创立于1995年10月,2002年系统地将膳食营养补充剂引入中国非直销领域,并迅速成长为中国膳食营养补充剂领导品牌和标杆企业。汤臣倍健充分整合国内外权威营养健康研究机构等资源,聚焦“新功能、新原料、新技术”的创新性研发。建立了全面、科学的膳食营养补充体系,包括:蛋白质、维生素、矿物质及其它功能性膳食营养补充食品。哈药集团 哈药集团有限公司是国有参股的中外合资企业。拥有2家在上海证券交易所上市的公众公司(即哈药集团股份有限公司和哈药集团三精制药股份有限公司)和27家全资、控股及参股公司。员工2万余人,注册资本共计37亿元,资产总额119亿元。哈药集团融医药制造、贸易、科研于一体,主营业务涵盖抗生素、化学药物制剂、非处方药品及保健食品、中药、生物工程药品、动物疫苗及兽药、医药流通七大产业领域。康恩贝 浙江康恩贝制药股份有限公司前身为兰溪市云山制药厂,经过逾五十年的发展,现已成长为一家集药物研发、生产、销售于一体的中药企业(SH600572),位列中国中药企业10强,入选国务院国有企业“科改示范企业”。惠氏制药有限公司 惠氏是全球500强企业之一,也是全球最大的以研发为基础的制药和保健品公司之一。惠氏在研究、开发、制造和销售药品、疫苗、生物制品、营养品和非处方药品等方面处于全球领先地位

位。

资料来源：观研天下整理

营养保健食品多存在见效较慢和产品同质化问题，消费者难以建立较强的品牌忠诚度，导致中小品牌快速迭代、份额提升难度较大，龙头汤臣倍健经过近20年发展，目前国内市占率仍仅占10.4%。

数据来源：观研天下数据中心整理

2.营养保健食品生产商

生产商主要为品牌商提供代工服务，通常也可以协助品牌商办理产品注册或备案，或将自身申请获取的保健品批文授权给品牌商使用，生产商优势重点在于配方研制、产品生产、质量控制和供应链管理。

经过多年来在研发和供应链方面的布局，生产商普遍积淀了较强的研发资源和批文储备，供应链发展也较为成熟。在品牌商竞争激烈的背景下，品牌商大多侧重于营销推广、渠道拓展等方面，产品生产研发优势并不突出，权衡之下多将研发制造交付于供应链发展成熟、注册备案经验丰富的生产商。随着行业扩容、品牌商竞争愈发激烈，产业链专业分工预计将更加明显，生产商有望承接更多代工需求。

根据覆盖品类、剂型的范围，营养保健食品生产商可分为综合型和专业型制造商，目前综合型厂商占据头部地位，其中仙乐健康中国市场营销营收达2.5亿美元，位居行业第一位。

营养保健食品生产商分类及简介

类别

企业名称

简介

综合型生产商

仙乐健康

仙乐健康成立于1993年，是全球主要的营养保健食品合同开发与制造商之一。产品涵盖软胶囊、VeggieSoft®素怡®植物胶软胶囊、营养软糖、片剂、硬胶囊、粉剂、健康饮品、益生菌等多个剂型。

艾兰得

艾兰得打通全球营养品生产、研发、销售全产业链，横跨亚、美、欧建立11个生产基地和4个国际研发中心，全球员工超过5000人。艾兰得构建全球销售网络，足迹和影响力遍布全球80多个国家和地区。公司旗下有艾兰得、艾兰得威、Bloem、BioCare等10多个国内外品牌。

百合股份

威海百合生物技术股份有限公司（下简称“百合股份”）成立于2005年11月，专业从事营养保健食品和特膳食品的研发、生产和销售。于2022年1月在上交所主板上市，证券代码：60

3102，是营养保健食品行业主板上市第一股。百合股份现拥有2大生产厂区，8大数字化智能生产工厂，可生产软胶囊、硬胶囊、片剂、粉剂、滴剂、瓶饮、软饮、口服液、软糖等10余种剂型，4000余种产品，产品出口欧美等70个国家。

专业型生产商

大江生医

TCI是委托研究开发暨生产服务的CDMO公司,具备差异化的产品设计与研发技术优势,TCI是成熟的ODM/代工/oem代加工厂家,目前已开发了保健食品、补水面膜、机能性饮料(益生菌)等。

亿超健康

广东亿超生物科技有限公司作为一家集科研、设计、制造、销售、服务于一体化的现代化综合型企业,生产范围涵盖软胶囊、营养软糖、片剂、粉剂/颗粒剂、液态饮、婴童营养、运动营养等。

资料来源：观研天下整理

三、营养保健食品产业链下游

营养保健食品产业链下游为销售环节，销售渠道包括线上渠道和商超、便利店、药店、母婴店等线下渠道。由于线下销售时保健品不得与普通食品和药品混放，需要设置专柜，营养保健食品以线上为主要销售渠道，包括天猫、京东、药店、直销等。根据数据，2023年我国营养保健食品线下销售渠道占比44%，线上渠道占比56%。

数据来源：观研天下数据中心整理

营养保健食品终端为消费市场。近年来，人们的保健意识逐渐提高，推动营养保健食品行业稳健快速增长。根据数据，2023年全球营养保健食品市场规模为1827亿美元，较上年同比增长6.4%，过去五年年均复合增速为4.6%，预计未来五年的年均复合增速为5.7%，至2028年全球营养保健食品市场规模将达到2411亿美元。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国营养保健食品行业现状深度研究与未来前景分析报告（2024-2031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年中国营养保健食品行业发展概述

第一节 营养保健食品行业发展情况概述

- 一、营养保健食品行业相关定义
- 二、营养保健食品特点分析
- 三、营养保健食品行业基本情况介绍
- 四、营养保健食品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、营养保健食品行业需求主体分析

第二节 中国营养保健食品行业生命周期分析

- 一、营养保健食品行业生命周期理论概述
- 二、营养保健食品行业所属的生命周期分析

第三节 营养保健食品行业经济指标分析

- 一、营养保健食品行业的赢利性分析
- 二、营养保健食品行业的经济周期分析
- 三、营养保健食品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球营养保健食品行业市场发展现状分析

第一节 全球营养保健食品行业发展历程回顾

第二节 全球营养保健食品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲营养保健食品行业地区市场分析

- 一、亚洲营养保健食品行业市场现状分析

二、亚洲营养保健食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲营养保健食品行业市场前景分析

第四节北美营养保健食品行业地区市场分析

一、北美营养保健食品行业市场现状分析

二、北美营养保健食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美营养保健食品行业市场前景分析

第五节欧洲营养保健食品行业地区市场分析

一、欧洲营养保健食品行业市场现状分析

二、欧洲营养保健食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲营养保健食品行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界营养保健食品行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球营养保健食品行业市场规模预测

第三章 中国营养保健食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保健食品行业的影响分析

第三节中国营养保健食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保健食品行业的影响分析

第五节中国营养保健食品行业产业社会环境分析

第四章 中国营养保健食品行业运行情况

第一节中国营养保健食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

第二节中国营养保健食品行业市场规模分析

一、影响中国营养保健食品行业市场规模的因素

二、中国营养保健食品行业市场规模

三、中国营养保健食品行业市场规模解析

第三节中国营养保健食品行业供应情况分析

一、中国营养保健食品行业供应规模

二、中国营养保健食品行业供应特点

第四节中国营养保健食品行业需求情况分析

一、中国营养保健食品行业需求规模

二、中国营养保健食品行业需求特点

第五节中国营养保健食品行业供需平衡分析

第五章 中国营养保健食品行业产业链和细分市场分析

第一节中国营养保健食品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、营养保健食品行业产业链图解

第二节中国营养保健食品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对营养保健食品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对营养保健食品行业的影响分析

第三节我国营养保健食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年中国营养保健食品行业市场竞争分析

第一节中国营养保健食品行业竞争现状分析

一、中国营养保健食品行业竞争格局分析

二、中国营养保健食品行业主要品牌分析

第二节中国营养保健食品行业集中度分析

一、中国营养保健食品行业市场集中度影响因素分析

二、中国营养保健食品行业市场集中度分析

第三节中国营养保健食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年中国营养保健食品行业模型分析

第一节中国营养保健食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

第二节中国营养保健食品行业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、中国营养保健食品行业SWOT分析结论

第三节中国营养保健食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年中国营养保健食品行业需求特点与动态分析

第一节中国营养保健食品行业市场动态情况

第二节中国营养保健食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

第三节营养保健食品行业成本结构分析

第四节营养保健食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

第五节中国营养保健食品行业价格现状分析

第六节中国营养保健食品行业平均价格走势预测

一、中国营养保健食品行业平均价格趋势分析

二、中国营养保健食品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国营养保健食品行业所属行业运行数据监测

第一节 中国营养保健食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 中国营养保健食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 中国营养保健食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年中国营养保健食品行业区域市场现状分析

第一节 中国营养保健食品行业区域市场规模分析

一、影响营养保健食品行业区域市场分布的因素

二、中国营养保健食品行业区域市场分布

第二节 中国华东地区营养保健食品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区营养保健食品行业市场分析

(1) 华东地区营养保健食品行业市场规模

(2) 华南地区营养保健食品行业市场现状

(3) 华东地区营养保健食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、华中地区营养保健食品行业市场分析

(1) 华中地区营养保健食品行业市场规模

(2) 华中地区营养保健食品行业市场现状

(3) 华中地区营养保健食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、华南地区营养保健食品行业市场分析

(1) 华南地区营养保健食品行业市场规模

(2) 华南地区营养保健食品行业市场现状

(3) 华南地区营养保健食品行业市场规模预测

第五节 华北地区营养保健食品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区营养保健食品行业市场分析

(1) 华北地区营养保健食品行业市场规模

(2) 华北地区营养保健食品行业市场现状

(3) 华北地区营养保健食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、东北地区营养保健食品行业市场分析

(1) 东北地区营养保健食品行业市场规模

(2) 东北地区营养保健食品行业市场现状

(3) 东北地区营养保健食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、西南地区营养保健食品行业市场分析

(1) 西南地区营养保健食品行业市场规模

(2) 西南地区营养保健食品行业市场现状

(3) 西南地区营养保健食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、西北地区营养保健食品行业市场分析

(1) 西北地区营养保健食品行业市场规模

(2) 西北地区营养保健食品行业市场现状

(3) 西北地区营养保健食品行业市场规模预测

第十一章 营养保健食品行业企业分析（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 2024-2031年中国营养保健食品行业发展前景分析与预测

第一节中国营养保健食品行业未来发展前景分析

一、营养保健食品行业国内投资环境分析

二、中国营养保健食品行业市场机会分析

三、中国营养保健食品行业投资增速预测

第二节中国营养保健食品行业未来发展趋势预测

第三节中国营养保健食品行业规模发展预测

一、中国营养保健食品行业市场规模预测

二、中国营养保健食品行业市场规模增速预测

三、中国营养保健食品行业产值规模预测

四、中国营养保健食品行业产值增速预测

五、中国营养保健食品行业供需情况预测

第四节中国营养保健食品行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国营养保健食品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国营养保健食品行业进入壁垒分析

一、营养保健食品行业资金壁垒分析

二、营养保健食品行业技术壁垒分析

三、营养保健食品行业人才壁垒分析

四、营养保健食品行业品牌壁垒分析

五、营养保健食品行业其他壁垒分析

第二节营养保健食品行业风险分析

一、营养保健食品行业宏观环境风险

二、营养保健食品行业技术风险

三、营养保健食品行业竞争风险

四、营养保健食品行业其他风险

第三节中国营养保健食品行业存在的问题

第四节中国营养保健食品行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国营养保健食品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国营养保健食品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国营养保健食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

第三节营养保健食品行业营销策略分析

一、营养保健食品行业产品策略

二、营养保健食品行业定价策略

三、营养保健食品行业渠道策略

四、营养保健食品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/715281.html>