

2019年中国保健食品滋补品行业分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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年中国保健食品滋补品行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/396108396108.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

保健食品亦称功能性食品。一个特定的食品种类。它具有调节人体功能的作用，但不以治疗疾病为目的，适于特定人群食用。

从我国营养保健品行业目前的分类方式来看，主要有三种：1) 按照品类来分，主要可以分为运动营养品、儿童保健品、体重管理保健品、滋养类保健品以及膳食补充剂；2：按照功能分类，主要可以分为27多类，占比较大的包括增强免疫力、缓解体力疲劳、改善睡眠、通便、增加骨密度、辅助降血脂等几类；3) 按照消费人群分类，分为老年人营养保健品、年轻女性营养保健品、青少年营养保健品等。

数据显示，在行业分产品2017年的销售数据中，我国膳食补充剂类营养保健品销量最大，达到1673.30亿元，占全行业比重为55.21%；其次为滋补类保健品，市场规模为1013.83亿元，占全行业比重为33.45%。

2017年我国营养保健品行业产品结构

数据来源：药监局

从我国膳食补充剂类保健品市场总体来看，品牌集中度较低，前三品牌市场占比合计不超过30%，市场竞争较为激烈。具体来看，2017年，我国膳食补充剂类保健品市场占比前三的品牌无限极、安利和天狮，占比分别为11.9%、8.5%和6.4%，三者占比之和为26.8%。

2010-2017年我国膳食补充剂类保健品市场品牌份额

数据来源：药监局

从我国运动类营养保健品的竞争格局来，品牌集中度较高，且呈逐年增强趋势。具体来看，2017年，我国运动营养类保健品市场占比前三的品牌康比特、美瑞克斯和肌肉科技，占比分别为44.5%、24.8%和17.1%，三者占比之和为85.4%。

2010-2017年我国运动营养类保健品市场品牌份额

数据来源：药监局

从我国滋补类保健品品牌竞争格局来看，总体上品牌集中度较低。具体来看，2017年，我国滋补类保健品市场占比前三的品牌无限极、999和天师，占比分别为11.6%、3%和2.2%，仅无限极市场份额占比超过10%，三者占比之和为16.8%。

2010-2017年我国滋补类保健品市场品牌份额

数据来源：药监局（JP YZ）

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 保健食品滋补品行业发展概述

第一节 保健食品滋补品行业界定

一、保健食品滋补品定义

二、保健食品滋补品分类

三、行业经济特性

四、产业链结构分析

第二节 保健食品滋补品行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 保健食品滋补品市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、国内和国际市场

四、主要竞争因素

第二章 保健食品滋补品经济环境及产业发展环境分析

第一节 中国宏观经济运行环境环境

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、全社会消费品零售总额

第二节 中国保健食品滋补品政策环境

一、行业主管部门

二、行业法律法规

三、行业政策规划

第三节 中国保健食品滋补品社会环境

一、人口环境分析

二、城乡居民收入

三、居民消费价格

四、中国城镇化率

五、人口老龄化趋势

第四节 中国保健食品滋补品技术环境

第三章 中国保健食品滋补品行业经济运行分析

第一节 保健食品滋补品所属行业发展分析

第二节 保健食品滋补品所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 保健食品滋补品所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 保健食品滋补品所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第五节 保健食品滋补品所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第二部分 行业深度分析

第四章 中国保健食品滋补品产业经济效益分析

第一节 行业偿债能力分析

第二节 行业盈利能力分析

一、毛利率

二、销售利润率

三、总资产利润率

四、成本费用利润率

第三节 行业营运能力分析

一、应收账款周转率

二、流动资产周转率

三、总资产周转率

第四节 行业成长能力分析

第五章 中国保健食品滋补品行业市场运行分析

第一节 中国保健食品滋补品行业基本概况

一、保健食品滋补品市场调研

二、保健食品滋补品进出口分析

三、我国保健食品滋补品出口面临的挑战

四、保健食品滋补品大型高端产品发展情况

第二节 影响保健食品滋补品行业发展的因素

一、经济成长

二、保健消费支出

三、人口老龄化

四、亚健康人群增长

第三节 中国保健食品滋补品行业供需情况

一、保健食品滋补品企业的发展机遇

二、大型保健食品滋补品等产品自主研发情况

三、保健食品滋补品企业产业优化与战略调整情况

四、2019-2025年保健食品滋补品行业发展预测

第六章 保健食品滋补品销售市场调研

第一节 保健食品滋补品营销渠道对比分析

第二节 保健食品滋补品销售渠道竞争分析

第三节 保健食品滋补品重点销售区域分析

第四节 保健食品滋补品消费人群趋势分析

第七章 保健食品滋补品市场价格及走势分析

第一节 保健食品滋补品人参产品价格分析

第二节 保健食品滋补品虫草产品价格分析

第三节 保健食品滋补品燕窝产品市场调研

第四节 保健食品滋补品阿胶产品市场调研

第五节 保健食品滋补品价格变动影响因素

第三部分 竞争格局分析

第八章 国内保健食品滋补品行业重点企业分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第三节 山东东阿阿胶股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第四节 上海交大昂立股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第五节 海南椰岛股份有限公司

- 一、企业基本情况

- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第九章 保健食品滋补品消费者调查分析

第一节 保健食品滋补品市场运营状况分析对象情况分析

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、消费者年龄结构调查
- 三、消费者对保健品认知调查

第二节 保健食品滋补品消费者消费习惯调查

- 一、保健食品滋补品产品消费者购买频次调查
- 二、消费者对保健食品滋补品价格认同情况调查
- 三、消费者购买渠道情况调查

第三节 保健食品滋补品消费者品牌状况调查

- 一、消费者的消费理念调研
- 二、消费者对保健食品滋补品品牌偏好调查
 - 1、综合营养滋补品
 - 2、养颜滋补保健品
 - 3、补血型保健品
 - 4、补钙型保健品
 - 5、补脑型保健品
 - 6、补肾型保健品
- 三、消费者对保健食品滋补品品牌的首要认知渠道

第十章 保健食品滋补品企业竞争策略分析

第一节 保健食品滋补品市场竞争策略分析

- 一、保健食品滋补品市场增长潜力分析
- 二、保健食品滋补品主要潜力品种分析
- 三、保健食品滋补品产品竞争策略分析
- 四、典型企业产品竞争策略分析

第二节 保健食品滋补品企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对保健食品滋补品影响

- 二、中国保健食品滋补品市场竞争趋势
- 三、保健食品滋补品行业竞争格局展望
- 四、保健食品滋补品行业竞争策略分析
- 五、保健食品滋补品企业竞争策略分析

第十一章 2019-2025年保健食品滋补品行业竞争格局展望

第一节 保健食品滋补品行业的发展周期

- 一、保健食品滋补品行业的发展周期
- 二、保健食品滋补品行业的增长性
- 三、保健食品滋补品行业的成熟度

第二节 保健食品滋补品行业历史竞争格局综述

- 一、保健食品滋补品行业集中度分析
- 二、保健食品滋补品主要品牌分析
- 三、保健食品滋补品行业竞争程度

第三节 中国保健食品滋补品市行业SWOT分析与对策

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、威胁
- 四、机遇

第四部分 趋势预测展望

第十二章 2019-2025年中国保健食品滋补品行业发展趋势预测

第一节 保健食品滋补品行业销售收入预测

第二节 保健食品滋补品行业总资产预测

第三节 保健食品滋补品行业市场发展走向预测

第四节 中国保健食品滋补品企业面对市场竞争采取的措施

第十三章 2019-2025年保健食品滋补品行业发展趋势及投资规划建议研究

第一节 保健食品滋补品行业发展趋势分析

- 一、燕窝行业发展趋势
- 二、海参行业发展趋势
- 三、阿胶行业发展趋势
- 四、保健品行业发展趋势

第二节 保健食品滋补品行业投资前景研究

- 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 2019-2025年中国保健食品滋补品行业投资机会与风险分析

第一节 2019-2025年中国保健食品滋补品行业投资机会

第二节 保健食品滋补品行业投资效益分析

- 一、投资状况分析
- 二、投资效益分析
- 三、投资前景预测
- 四、投资方向
- 五、投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响保健食品滋补品行业发展的主要因素

- 一、有利因素分析
- 二、稳定因素分析
- 三、不利因素分析
- 四、行业发展面临的挑战分析
- 五、行业发展面临的机遇分析

第四节 保健食品滋补品行业投资前景及控制策略分析

- 一、市场风险及控制策略
- 二、政策风险及控制策略
- 三、经营风险及控制策略
- 四、食品安全风险及控制策略

图表目录

图表 保健食品管理分类分级表

图表 保健食品与普通食品主要区别

图表 保健食品与药品主要区别

图表 2015-2018年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2018年中国城镇居民消费支持及其构成

图表 保健品消费者年龄与消费的关系

图表 消费者年龄与购买目的的关系

图表 2015-2018年中国保健品行业产值分析

图表 2015-2018年鱼油价格变动趋势图

图表 2018年中国保健食品产品畅销排行榜

图表 2015-2018年中国保健食品市场占有率分析

图表详见报告正文..... (GY YX)

【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年中国保健食品滋补品行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/396108396108.html>