

2017-2022年中国保健食品滋补品市场供需预测及 投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国保健食品滋补品市场供需预测及投资前景分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201704/515279.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

报告目录：

- 第一章 保健食品滋补品行业发展概述 12
 - 第一节 行业界定 12
 - 一、行业经济特性 12
 - 二、主要细分行业 12
 - 三、产业链结构分析 13
 - 第二节 保健食品滋补品行业发展成熟度 15
 - 一、行业发展周期分析 15
 - 二、行业及其主要子行业成熟度分析 16
 - 第三节 保健食品滋补品市场特征分析 17
 - 一、市场规模 17
 - 二、产业关联度 17
 - 三、影响需求的关键因素 17
 - 四、国内和国际市场 19
 - 五、主要竞争因素 20
- 第二章 保健食品滋补品经济环境及产业发展环境分析 22
 - 第一节 中国宏观经济历史运行情况 22
 - 一、gdp历史变动轨迹 22
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹 22
 - 三、进出口贸易历史变动轨迹 25
 - 第二节 2017-2022年中国宏观经济发展环境展望 25
 - 第三节 金融危机对保健食品滋补品行业的影响 28
 - 第四节 发展环境分析 28
 - 一、政策环境 28
 - 二、社会环境 30
 - 三、技术环境 30
- 第三章 保健食品滋补品行业供求状况分析 31
 - 第一节 整体生产能力 31
 - 第二节 产值分布特征及变化 31
 - 第三节 产品供给分析 32
 - 第四节 当前市场容量及增长速度 32
 - 第五节 2016年保健食品滋补品业整体销售能力 33
 - 一、工业销售产值 33

二、 销售收入 33

三、 利润率 34

四、 产销率 34

第六节 2017-2022年保健食品滋补品产品需求预测 34

第四章 保健食品滋补品产业经济运行分析 35

第一节 营运能力分析 35

第二节 偿债能力分析 35

第三节 2011-2016年盈利能力分析 36

一、 资产利润率 36

二、 销售利润率 36

第四节 2011-2016年发展能力分析 37

一、 资产年均增长率 37

二、 利润增长率 37

第五章 2016年中国保健食品滋补品行业市场运行分析 37

第一节 2016年中国保健食品滋补品行业基本概况 37

一、 保健食品滋补品市场分析 37

二、 保健食品滋补品进出口数量和金额 38

三、 我国保健食品滋补品出口面临的挑战 39

四、 保健食品滋补品大型高端产品发展情况 39

第二节 2016年影响保健食品滋补品行业发展的因素 40

一、 经济危机 40

二、 反倾销税限制 40

三、 成本的上涨 40

四、 人民币升值 41

第三节 2016年中国保健食品滋补品行业供需情况 41

一、 保健食品滋补品企业的发展机遇 41

二、 大型保健食品滋补品等产品自主研发情况 41

三、 保健食品滋补品企业产业优化与战略调整情况 42

四、 2017-2022年保健食品滋补品行业发展预测 44

第六章 保健食品滋补品销售市场分析 45

第一节 保健食品滋补品国内营销模式分析 45

第二节 行业价格竞争方式分析 46

第三节 保健食品滋补品国内销售渠道分析 48

第四节 保健食品滋补品行业国际化营销模式分析 48

第五节 保健食品滋补品重点销售区域分析 50

第六节 保健食品滋补品内部与外部流通量分析	51
第七章 保健食品滋补品市场价格及价格走势分析	52
第一节 保健食品滋补品年度价格变化分析	52
第二节 保健食品滋补品月度价格变化分析	52
第三节 保健食品滋补品各厂家价格分析	53
第四节 保健食品滋补品市场价格驱动因素分析	55
第五节 2017-2022年我国保健食品滋补品市场价格预测	56
第八章 国内保健食品滋补品行业重点企业分析	57
第一节 健康元药业集团股份有限公司	57
一、企业简介	57
二、产品介绍	57
三、经营情况	57
四、未来发展趋势	57
五、企业优劣势分析	58
六、企业投资情况调查	58
七、企业产品特征现状及趋势分析	58
八、企业最新动态研究	59
九、企业战略发展分析	59
第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司	60
一、企业简介	60
二、产品介绍	60
三、经营情况	61
四、未来发展趋势	61
五、企业优劣势分析	62
六、企业投资情况调查	62
七、企业产品特征现状及趋势分析	62
八、企业最新动态研究	65
九、企业战略发展分析	66
第三节 山东东阿阿胶股份有限公司	67
一、企业简介	67
二、产品介绍	67
三、经营情况	67
四、未来发展趋势	68
五、企业优劣势分析	68
六、企业投资情况调查	68

- 七、企业产品特征现状及趋势分析 69
- 八、企业最新动态研究 69
- 九、企业战略发展分析 70
- 第四节 上海交大昂立股份有限公司 70
 - 一、企业简介 70
 - 二、产品介绍 70
 - 三、经营情况 71
 - 四、未来发展趋势 71
 - 五、企业优劣势分析 71
 - 六、企业投资情况调查 72
 - 七、企业产品特征现状及趋势分析 72
 - 八、企业最新动态研究 73
 - 九、企业战略发展分析 73
- 第五节 海南椰岛股份有限公司 73
 - 一、企业简介 73
 - 二、产品介绍 73
 - 三、经营情况 74
 - 四、未来发展趋势 74
 - 五、企业优劣势分析 75
 - 六、企业投资情况调查 75
 - 七、企业产品特征现状及趋势分析 75
 - 八、企业最新动态研究 76
 - 九、企业战略发展分析 76
- 第九章 保健食品滋补品消费者调查分析 77
 - 第一节 保健食品滋补品市场调查对象情况分析 77
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查 77
 - 二、年龄结构调查 77
 - 三、不同地区的消费者偏好调查 78
 - 第二节 保健食品滋补品消费者消费习惯调查 79
 - 一、保健食品滋补品产品消费者购买频次调查 79
 - 二、消费者对保健食品滋补品价格认同情况调查 79
 - 三、消费者购买渠道情况调查 80
 - 第三节 保健食品滋补品消费者品牌状况调查 81
 - 一、消费者品牌忠诚度调查 81
 - 二、消费者的消费理念调研 81

- 三、消费者对保健食品滋补品品牌偏好调查 82
- 四、消费者对保健食品滋补品品牌的首要认知渠道 83
- 第十章 保健食品滋补品企业竞争策略分析 84
 - 第一节 保健食品滋补品市场竞争策略分析 84
 - 一、2016年保健食品滋补品市场增长潜力分析 84
 - 二、2016年保健食品滋补品主要潜力品种分析 85
 - 三、现有保健食品滋补品产品竞争策略分析 89
 - 四、潜力保健食品滋补品品种竞争策略选择 91
 - 五、典型企业产品竞争策略分析 91
 - 第二节 保健食品滋补品企业竞争策略分析 92
 - 一、金融危机对保健食品滋补品行业的影响 92
 - 二、金融危机后保健食品滋补品行业竞争格局的变化 93
 - 三、2017-2022年我国保健食品滋补品市场竞争趋势 93
 - 四、2017-2022年保健食品滋补品行业竞争格局展望 95
 - 五、2017-2022年保健食品滋补品行业竞争策略分析 96
 - 六、2017-2022年保健食品滋补品企业竞争策略分析 98
- 第十一章 2017-2022年保健食品滋补品行业竞争格局展望 99
 - 第一节 保健食品滋补品行业的发展周期 99
 - 一、保健食品滋补品行业的经济周期 99
 - 二、保健食品滋补品行业的增长性与波动性 100
 - 三、保健食品滋补品行业的成熟度 101
 - 第二节 保健食品滋补品行业历史竞争格局综述 101
 - 一、保健食品滋补品行业集中度分析 101
 - 二、保健食品滋补品行业竞争程度 101
 - 第三节 中国保健食品滋补品市行业swot分析与对策 102
 - 一、优势 102
 - 二、劣势 103
 - 三、威胁 104
 - 四、机遇 105
 - 五、发展我国保健食品滋补品工业的建议 106
- 第十二章 2017-2022年我国保健食品滋补品行业发展趋势预测 107
 - 第一节 保健食品滋补品行业产量预测 107
 - 第二节 保健食品滋补品行业销售收入预测 108
 - 第三节 保健食品滋补品行业总资产预测 108
 - 第四节 保健食品滋补品行业工业总产值预测 109

第五节 我国保健食品滋补品行业市场未来发展的走向预测	109
第六节 中国保健食品滋补品企业面对市场竞争采取的措施	111
第十三章 保健食品滋补品行业发展趋势及投资战略研究	112
第一节 保健食品滋补品行业发展趋势分析	112
一、 市场发展趋势	112
二、 行业竞争趋势	112
三、 渠道分布趋势	112
四、 市场趋势分析	113
第二节 保健食品滋补品行业发展战略研究	113
一、 战略综合规划	113
二、 技术开发战略	114
三、 业务组合战略	114
四、 区域战略规划	115
五、 产业战略规划	115
六、 竞争战略规划	116
第十四章 公司对行业投资机会与风险分析 (ZY LII)	
第一节 2017-2022年中国保健食品滋补品行业投资机会	116
一、 市场前景	116
二、 投资机会	116
第二节 保健食品滋补品行业投资效益分析	117
一、 投资状况分析	117
二、 投资效益分析	117
三、 投资趋势预测	118
四、 投资方向	119
五、 投资的建议	120
六、 新进入者应注意的障碍因素分析	120
第三节 影响保健食品滋补品行业发展的主要因素	120
一、 有利因素分析	120
二、 稳定因素分析	121
三、 不利因素分析	122
四、 行业发展面临的挑战分析	122
五、 行业发展面临的机遇分析	122
第四节 保健食品滋补品行业投资风险及控制策略分析	123
一、 市场风险及控制策略	123
二、 政策风险及控制策略	123

- 三、经营风险及控制策略 124
- 四、行业技术风险及控制策略 124
- 五、同业竞争风险及控制策略 124
- 六、其他风险及控制策略 124 (ZY LII)

图表目录：

- 图表 1：中国保健食品细分行业现状 12
- 图表 2：保健食品产业链构成 14
- 图表 3：中国保健食品产业生命周期 16
- 图表 4：2010-2016年4季度保健食品滋补品行业市场规模及增长率分析 单位：亿元 17
- 图表 5：2005-2016年二季度我国国民生产总值统计 单位：亿元 22
- 图表 6：2007-2016年全社会固定资产投资统计 单位：亿元 23
- 图表 7：2016年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 单位：亿元 23
- 图表 8：2007-2016年我国货物进出口额统计 单位：亿美元 25
- 图表 9：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品行业产能规模及增长率分析 单位：亿元 31
- 图表 10：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品行业供应规模及增长率分析 单位：亿元 32
- 图表 11：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品行业市场容量及增长率分析 单位：亿元 33
- 图表 12：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品行业工业销售产值及增长率分析 单位：千元 33
- 图表 13：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品行业销售收入及增长率分析 单位：千元 33
- 图表 14：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品毛利率分析 34
- 图表 15：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品行业产销率分析 34
- 图表 16：2017-2022年保健食品滋补品产品市场规模预测 单位：亿元 35
- 图表 17：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品行业经营能力分析 35
- 图表 18：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品行业偿债能力分析 35
- 图表 19：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品总资产利润率分析 36
- 图表 20：2010-2016年4季度我国保健食品滋补品销售利润率分析 36
- 图表 21：2010-2016年4季度保健食品滋补品行业总资产及增长率分析 单位：千元 37
- 图表 22：2010-2016年4季度保健食品滋补品行业利润总额及增长率分析 单位：千元 37
- 图表 23：我国保健食品滋补品行业销售渠道情况 48
- 图表 24：我国保健食品滋补品各区域市场份额占比情况 51
- 图表 25：2010-2015年我国保健食品滋补品价格走势 52
- 图表 26：2016年1-7月我国保健食品滋补品价格走势 53

- 图表 27：部分保健食品滋补品价格及厂家 53
- 图表 28：2010-2016年健康元药业集团经营指标统计 单位：元 57
- 图表 29：健康元药业集团股份有限公司优劣势分析 58
- 图表 30：2010-2016年健康元药业集团资产增减情况统计 单位：元 58
- 图表 31：2010-2016年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司经营情况 单位：元 61
- 图表 32：广东汤臣倍健生物科技股份有限公司优劣势分析 62
- 图表 33：2010-2016年山东东阿阿胶股份有限公司经营情况 单位：元 67
- 图表 34：山东东阿阿胶股份有限公司优劣势分析 68
- 图表 35：2010-2016年山东东阿阿胶股份有限公司资产增减情况统计 单位：元 68
- 图表 36：2010-2016年上海交大昂立股份有限公司经营情况 单位：元 71
- 图表 37：上海交大昂立股份有限公司优劣势分析 71
- 图表 38：2010-2016年交大昂立企业资产增减情况统计 元 72
- 图表 39：2010-2016年海南椰岛股份有限公司经营情况 单位：元 74
- 图表 40：海南椰岛股份有限公司优劣势分析 75
- 图表 41：2010-2016年海南椰岛股份有限公司资产增减情况统计 元 75
- 图表 42：不同收入水平消费者对保健食品滋补品的关注度 77
- 图表 43：不同年龄水平消费者对保健食品滋补品的关注度 78
- 图表 44：不同地区消费者对保健食品滋补品的关注度 78
- 图表 45：保健食品滋补品产品消费者购买频次调查 79
- 图表 46：消费者对保健食品滋补品价格认同情况 80
- 图表 47：保健食品滋补品消费者购买渠道调查 80
- 图表 48：消费者对保健食品滋补品的忠诚度 81
- 图表 49：我国保健食品滋补品消费者品牌偏好 83
- 图表 50：消费者对保健食品滋补品首要认知渠道 83
- 图表 51：行业的经济周期发展 100
- 图表 52：2017-2022年我国保健食品滋补品行业产能规模预测 亿元 108
- 图表 53：2017-2022年我国保健食品滋补品行业销售收入预测 亿元 108
- 图表 54：2017-2022年我国保健食品滋补品行业总资产预测 亿元 109
- 图表 55：2017-2022年我国保健食品滋补品行业总产值预测 亿元 109
- 图表 56：影响保健食品滋补品行业发展有利因素分析 120
- 图表 57：影响保健食品滋补品行业发展稳定因素分析 121
- 图表 58：影响保健食品滋补品行业发展不利因素分析 122
- 图表 59：保健食品滋补品行业发展面临的挑战分析 122
- 图表 60：保健食品滋补品行业发展面临的机遇分析 122

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/515279.html>