

2017-2023年中国商超营养保健品行业市场全景调研与竞争格局研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国商超营养保健品行业市场全景调研与竞争格局研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201709/565496.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

2015年我国商超维生素销售金额为425.9亿元；占比为52%；儿童保健销售金额为73.7亿元；占比为9%；植物/传统保健销售金额为262.1亿元；占比为32%；体重管理销售金额为57.3亿元；占比为7%。

2015年商超渠道营养保健品品类格局

资料来源：公开资料、智研咨询整理

2015年我国保健品销售渠道分布格局

资料来源：公开资料、智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国商超营养保健品行业市场全景调研与竞争格局研究报告》共十四章。首先介绍了商超营养保健品行业市场发展环境、商超营养保健品整体运行态势等，接着分析了商超营养保健品行业市场运行的现状，然后介绍了商超营养保健品市场竞争格局。随后，报告对商超营养保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了商超营养保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对商超营养保健品产业有个系统的了解或者想投资商超营养保健品行业，本报告是您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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 商超营养保健品行业发展综述

第一节 商超营养保健品行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 商超营养保健品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 商超营养保健品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

第二章 商超营养保健品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 商超营养保健品行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、商超营养保健品行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、2016年宏观经济形势分析

二、“十三五”时期我国经济形势预测

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、商超营养保健品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、商超营养保健品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、商超营养保健品行业技术发展现状

二、商超营养保健品行业技术人才现状

三、商超营养保健品行业技术发展动态

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 国际商超营养保健品行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球商超营养保健品市场总体情况分析

一、全球商超营养保健品市场结构

二、全球商超营养保健品行业发展分析

三、全球商超营养保健品行业竞争格局

第二节 美国商超营养保健品行业发展经验借鉴

一、美国商超营养保健品行业发展历程分析

二、美国商超营养保健品行业市场现状分析

三、美国商超营养保健品行业发展趋势预测

四、美国商超营养保健品行业对中国的启示

第三节 日本商超营养保健品行业发展经验借鉴

- 一、日本商超营养保健品行业发展历程分析
- 二、日本商超营养保健品行业市场现状分析
- 三、日本商超营养保健品行业发展趋势预测
- 四、日本商超营养保健品行业对中国的启示

第四节 韩国商超营养保健品行业发展经验借鉴

- 一、韩国商超营养保健品行业发展历程分析
- 二、韩国商超营养保健品行业市场现状分析
- 三、韩国商超营养保健品行业发展趋势预测
- 四、韩国商超营养保健品行业对中国的启示

第二部分 市场深度调研

第四章 中国商超营养保健品行业运行现状分析

第一节 我国商超营养保健品行业发展状况分析

- 一、行业发展历程和阶段
- 二、行业发展概况及特点
- 三、行业发展存在的问题及对策
- 四、行业商业模式分析

第二节 2011-2017年商超营养保健品行业运行现状分析

- 一、行业资产规模分析
- 二、行业市场规模分析

2014年我国商超营养保健品销售规模为683.8亿元，2015年该渠道销售金额为819.1亿元，占同期国内保健品市场规模总量的34.7%。

2010-2015年我国商超营养保健品销售规模走势图

资料来源：公开资料、智研咨询整理

- 三、行业市场发展特点

第三节 2011-2017年商超营养保健品市场经营情况分析

- 一、行业工业总产值
- 二、行业销售额分析
- 三、行业产销量分析
- 四、行业利润总额分析

第四节 2011-2017年中国商超营养保健品行业企业分析

- 一、企业数量变化分析
- 二、不同规模企业结构分析
- 三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第五节 2011-2017年中国商超营养保健品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第六节 我国商超营养保健品市场价格走势分析

一、商超营养保健品市场定价机制组成

二、商超营养保健品市场价格影响因素

三、商超营养保健品价格走势分析

四、2017-2023年商超营养保健品价格走势预测

第五章 中国商超营养保健品市场供需形势分析

第一节 商超营养保健品行业生产分析

一、国内产品及原材料生产基地分布

二、产品及原材料产业集群发展分析

三、2011-2017年原材料产能情况分析

第二节 中国商超营养保健品市场供需分析

一、2011-2017年中国商超营养保健品行业供给情况

1、中国商超营养保健品行业供给分析

2、中国商超营养保健品行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、2011-2017年中国商超营养保健品行业需求情况

1、商超营养保健品行业需求市场

2、商超营养保健品行业客户结构

3、商超营养保健品行业需求的地区差异

三、2011-2017年中国商超营养保健品行业供需平衡分析

第三节 商超营养保健品产品市场应用及需求预测

一、商超营养保健品产品应用市场总体需求分析

1、商超营养保健品产品应用市场需求特征

2、商超营养保健品产品应用市场需求总规模

二、2017-2023年商超营养保健品行业领域需求量预测

1、商超营养保健品行业需求产品功能预测

2、商超营养保健品行业需求产品市场格局预测

3、重点行业商超营养保健品产品需求分析预测

第六章 商超营养保健品行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 商超营养保健品行业进出口市场分析

一、商超营养保健品行业进出口综述

- 1、中国商超营养保健品进出口的特点分析
- 2、中国商超营养保健品进出口地区分布状况
- 3、中国商超营养保健品进出口的贸易方式及经营企业分析
- 4、中国商超营养保健品进出口政策与国际化经营

二、商超营养保健品行业出口市场分析

- 1、2011-2017年行业出口整体情况
- 2、2011-2017年行业出口总额分析
- 3、2011-2017年行业出口产品结构

三、商超营养保健品行业进口市场分析

- 1、2011-2017年行业进口整体情况
- 2、2011-2017年行业进口总额分析
- 3、2011-2017年行业进口产品结构

第二节 中国商超营养保健品出口面临的挑战及对策

- 一、中国商超营养保健品出口面临的挑战
- 二、商超营养保健品行业进出口前景
- 三、商超营养保健品行业进出口发展建议

第三部分 市场全景调研

第七章 商超营养保健品行业产业结构分析

第一节 商超营养保健品产业链结构分析

- 一、商超营养保健品行业产业链构成
- 二、商超营养保健品行业产业链结构模型分析
- 三、主要环节增值空间
- 四、产业链条的竞争优势分析

第二节 商超营养保健品行业上游产业分析

- 一、上游产业主要原料市场分析
- 二、上游产业市场规模分析
- 三、上游产业价格变化趋势
- 四、上游产业对行业的影响

第三节 商超营养保健品行业下游产业分析

- 一、下游产业发展概况

二、下游产业市场规模分析

三、下游产业应用结构

四、下游产业对行业的影响

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国商超营养保健品行业国际竞争战略

四、产业结构调整方向分析

第八章 我国商超营养保健品细分市场分析及预测

第一节 中国商超营养保健品行业细分市场结构分析

一、商超营养保健品行业市场结构现状分析

二、商超营养保健品行业细分结构特征分析

三、商超营养保健品行业细分市场发展概况

四、商超营养保健品行业市场结构变化趋势

第二节 营养型市场分析

一、主要产品种类及特点

二、主要作用及功效

三、市场销售规模分析

四、市场竞争格局分析

五、市场发展趋势及前景

第三节 强化型市场分析

一、主要产品种类及特点

二、主要作用及功效

三、市场销售规模分析

四、市场竞争格局分析

五、市场发展趋势及前景

第四节 功能型市场分析

一、主要产品种类及特点

二、主要作用及功效

三、市场销售规模分析

四、市场竞争格局分析

五、市场发展趋势及前景

第五节 机能因子型市场分析

一、主要产品种类及特点

- 二、主要作用及功效
- 三、市场销售规模分析
- 四、市场竞争格局分析
- 五、市场发展趋势及前景

第四部分 竞争格局分析

第九章 2017-2023年商超营养保健品行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、商超营养保健品行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力

二、商超营养保健品行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析

三、商超营养保健品行业SWOT分析

- 1、商超营养保健品行业优势分析
- 2、商超营养保健品行业劣势分析
- 3、商超营养保健品行业机会分析
- 4、商超营养保健品行业威胁分析

第二节 中国商超营养保健品行业竞争格局综述

一、商超营养保健品行业竞争概况

- 1、行业品牌竞争格局
- 2、行业企业竞争格局
- 3、行业产品竞争格局

二、中国商超营养保健品行业竞争力分析

- 1、我国商超营养保健品行业竞争力剖析
- 2、我国商超营养保健品企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内商超营养保健品企业竞争能力提升途径

三、中国商超营养保健品竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第三节 商超营养保健品行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第十章 商超营养保健品行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区商超营养保健品行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 华南地区商超营养保健品行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 华中地区商超营养保健品行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华北地区商超营养保健品行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 东北地区商超营养保健品行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西部地区商超营养保健品行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第十一章 中国商超营养保健品行业重点企业经营分析

第一节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第二节 汤臣倍健股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第三节 养生堂药业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第四节 哈药集团三精制药有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第五节 北京同仁堂健康药业股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第六节 江西汪氏蜜蜂园有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第七节 九芝堂股份有限公司

- 一、企业发展概况

- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第八节 杭州赛诺菲民生健康药业有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第九节 浙江康恩贝制药股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第十节 上海黄金搭档生物科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2017-2023年商超营养保健品行业前景及趋势预测

第一节 2017-2023年商超营养保健品市场发展前景

- 一、商超营养保健品市场发展潜力
- 二、商超营养保健品市场发展前景展望
- 三、商超营养保健品细分行业发展前景分析

第二节 2017-2023年商超营养保健品市场发展趋势预测

- 一、2017-2023年商超营养保健品行业发展趋势
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
 - 3、产品应用趋势分析
- 二、2017-2023年商超营养保健品市场规模预测
 - 1、商超营养保健品行业市场容量预测
 - 2、商超营养保健品行业销售收入预测
 - 3、2017-2023年商超营养保健品行业应用趋势预测
- 四、2017-2023年细分市场发展趋势预测

第三节 2017-2023年中国商超营养保健品行业供需预测

- 一、2017-2023年中国商超营养保健品行业供给预测
- 二、2017-2023年中国商超营养保健品行业产量预测
- 三、2017-2023年中国商超营养保健品市场销量预测
- 四、2017-2023年中国商超营养保健品行业需求预测
- 五、2017-2023年中国商超营养保健品行业供需平衡预测

第十三章 2017-2023年商超营养保健品行业投资机会与风险防范

第一节 中国商超营养保健品行业投资特性分析

- 一、商超营养保健品行业进入壁垒分析
- 二、商超营养保健品行业盈利模式分析
- 三、商超营养保健品行业盈利因素分析

第二节 中国商超营养保健品行业投资情况分析

- 一、商超营养保健品行业总体投资及结构
- 二、商超营养保健品行业投资规模情况
- 三、商超营养保健品行业投资项目分析

第三节 中国商超营养保健品行业投资风险

- 一、商超营养保健品行业供求风险
- 二、商超营养保健品行业关联产业风险

三、商超营养保健品行业产品结构风险

四、商超营养保健品行业技术风险

第四节 商超营养保健品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、商超营养保健品行业投资机遇

第六部分 发展战略研究

第十四章 商超营养保健品行业发展战略研究（ZYPX）

第一节 商超营养保健品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国商超营养保健品品牌的战略思考

一、商超营养保健品品牌的重要性

二、商超营养保健品实施品牌战略的意义

三、商超营养保健品企业品牌的现状分析

四、中国商超营养保健品企业的品牌战略

五、商超营养保健品品牌战略管理的策略

第三节 商超营养保健品行业经营策略分析

一、商超营养保健品市场细分策略

二、商超营养保健品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、商超营养保健品新产品差异化战略

第四节 商超营养保健品行业投资战略研究

一、2017年商超营养保健品行业投资战略

二、2017-2023年商超营养保健品行业投资战略

三、2017-2023年细分行业投资战略

图表目录：

图表：商超营养保健品行业生命周期

图表：商超营养保健品行业产业链结构

图表：2011-2017年商超营养保健品行业不同规模企业销售收入分布

图表：2011-2017年商超营养保健品行业不同规模企业数量分布

图表：2011-2017年全球商超营养保健品行业市场规模

图表：2011-2017年中国商超营养保健品行业市场规模

图表：2011-2017年商超营养保健品行业重要数据指标比较

图表：2011-2017年商超营养保健品行业工业总产值

图表：2011-2017年商超营养保健品行业销售收入

图表：2011-2017年商超营养保健品行业利润总额

图表：2011-2017年商超营养保健品行业资产总计

图表：2011-2017年商超营养保健品行业竞争力分析

图表：2011-2017年商超营养保健品市场价格走势

图表：2011-2017年商超营养保健品行业主营业务收入

图表：2011-2017年商超营养保健品行业主营业务成本

图表：2011-2017年商超营养保健品行业产能分析

图表：2011-2017年商超营养保健品行业产量分析

图表：2011-2017年商超营养保健品行业需求分析

图表：2011-2017年商超营养保健品行业进口数据

图表：2011-2017年商超营养保健品行业出口数据

图表：2011-2017年商超营养保健品行业集中度

图表：2017-2023年商超营养保健品行业市场规模预测

图表：2017-2023年商超营养保健品行业销售收入预测

图表：2017-2023年商超营养保健品行业产量预测

图表：2017-2023年商超营养保健品行业竞争格局预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/565496.html>