

# 2021-2027年中国保健品行业市场发展模式及战略 咨询研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国保健品行业市场发展模式及战略咨询研究报告》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/202010/901397.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

保健品是保健食品的通俗说法。GB16740-97《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为：“保健（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。”所以在产品的宣传上，也不能出现有效率、成功率等相关的词语。

保健食品的保健作用在当今的社会中，也正在逐步被广大群众所接受。

2013-2020年中国中青年保健品市场规模逐年增长。其中2013年中青年保健品市场规模为297.9亿元，2020年中青年保健品市场规模为700.9亿元，较2013年增长403亿元，预测2021年中国中青年保健品市场规模将达到758.2亿元。

2013-2020年中国中青年保健品市场规模及增长

资料来源：艾瑞、智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国保健品行业市场发展模式及战略咨询研究报告》共十三章。首先介绍了保健品行业市场发展环境、保健品整体运行态势等，接着分析了保健品行业市场运行的现状，然后介绍了保健品市场竞争格局。随后，报告对保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对保健品产业有个系统的了解或者想投资保健品行业，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 保健品行业发展综述

第一节 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 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 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 中国保健品行业发展环境分析

### 第一节 经济环境分析

- 一、国家宏观经济环境
- 二、行业宏观经济环境

### 第二节 政策环境分析

- 一、行业法规及政策
- 二、行业发展规划

### 第三节 技术环境分析

- 一、主要生产技术分析
- 二、技术发展趋势分析

## 第三章 国际保健品行业发展分析及经验借鉴

### 第一节 全球保健品市场总体情况分析

- 一、全球保健品市场结构
- 二、全球保健品行业发展分析
- 三、全球保健品行业竞争格局

### 第二节 美国保健品行业发展经验借鉴

- 一、美国保健品行业发展历程分析
- 二、美国保健品行业运营模式分析
- 三、美国保健品行业发展趋势预测
- 四、美国保健品行业对中国的启示

### 第三节 日本保健品行业发展经验借鉴

- 一、日本保健品行业发展历程分析
- 二、日本保健品行业运营模式分析
- 三、日本保健品行业发展趋势预测
- 四、日本保健品行业对中国的启示

## 第二部分 市场深度调研

## 第四章 保健品行业细分市场发展分析

2019年中国保健品行业销售额1779亿元，比上年增加152亿元，同比增长9.34%；2020年保健品行业销售额将分别达到1984亿元，比上年增加205亿元，同比增长11.52%，随着消费者健康意识的提升，中国保健品行业未来可期。

2015-2020年中国保健品行业销售额及增长

资料来源：欧睿、智研咨询整理

## 第一节 补血类保健品市场发展状况

一、市场发展概述

二、市场发展现状

三、市场开拓策略

## 第二节 美容类保健品市场发展状况

一、市场发展现状

二、发展障碍因素

三、市场发展战略

## 第三节 减肥保健品市场发展状况

一、市场发展综述

二、行业格局解析

三、市场规范问题

四、产品市场策略

五、市场发展潜力

## 第四节 降血脂保健品市场发展状况

一、市场发展概况

二、市场消费分析

三、市场开发要点

四、市场发展潜力

## 第五节 眼睛保健品市场发展状况

一、国外市场概况

二、产品市场主体

三、产品研发状况

四、产品市场前景

## 第五章 保健品所属行业成分细分市场发展分析

### 第一节 中药保健品市场发展状况

一、市场发展优势

二、消费人群市场

三、产品格局分析

四、贸易影响因素

五、产品发展趋势

### 第二节 阿胶市场发展状况

一、总体规模分析

二、市场格局分析

### 三、原材料影响分析

#### 第三节 蜂王浆市场发展状况

##### 一、市场发展概况

##### 二、生产收购分析

##### 三、国内市场产销

##### 四、国际贸易形势

#### 第四节 保健酒市场发展状况

##### 一、市场发展综述

##### 二、营销渠道分析

##### 三、企业发展对策

##### 四、行业发展趋势

#### 第五节 维生素类产品发展状况

##### 一、国际贸易市场

##### 二、市场发展现状

##### 三、市场竞争格局

##### 四、产业发展趋势

#### 第六节 胶原蛋白市场发展状况

##### 一、市场现状分析

##### 二、市场监管环境

##### 三、市场发展前景

### 第六章 中国保健品市场营销分析

#### 第一节 保健品营销的要素分析

##### 一、概念设计

##### 二、产品利益的挖掘

##### 三、产品效果感设计

#### 第二节 保健品市场营销总体发展分析

##### 一、热门营销模式

##### 二、服务营销模式

##### 三、专卖店营销策略

##### 四、专卖店启动方式

##### 五、信息营销策略

##### 六、典型营销案例

#### 第三节 中国保健品营销策略模式分析

##### 一、关键因素分析

##### 二、营销可行路径

三、消费者营销思路

四、淡季营销策略

五、营销创新策略

六、服务营销策略

七、特定产品营销

第四节 中国保健品营销发展趋势

一、营销裂变特征

二、企业营销方向

三、营销出路探析

四、营销发展方向

第七章 中国保健品市场直销分析

第一节 直销与直销法的相关概述

一、直销的定义

二、直销的发展

三、直销的优点、运作与产品

四、直销相关法律分析

第二节 中国保健品行业的直销分析

一、直销对行业的作用

二、直销法的影响

三、医药保健品直销

四、中草药保健品直销

第三节 中国保健品行业直销的对策分析

一、直销关键因素

二、研发教育策略

三、品牌运作策略

四、药店直销策略

第四节 中国保健品企业直销案例分析

一、安利集团

二、天狮集团

第三部分 竞争格局分析

第八章 保健品市场竞争格局及集中度分析

第一节 保健品行业国际竞争格局分析

一、国际保健品市场发展状况

二、国际保健品市场竞争格局

三、国际保健品市场发展趋势分析

#### 四、国际保健品重点企业竞争力分析

##### 第二节 保健品行业国内竞争格局分析

###### 一、国内保健品行业市场规模分析

###### 二、国内保健品行业竞争格局分析

###### 三、国内保健品行业竞争力分析

##### 第三节 保健品行业集中度分析

###### 一、企业集中度分析

###### 二、区域集中度分析

###### 三、市场集中度分析

#### 第九章 保健品所属行业区域市场分析

##### 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 华东地区保健品所属行业分析

###### 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 华南地区保健品所属行业分析

###### 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 华中地区保健品所属行业分析

###### 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 华北地区保健品所属行业分析

###### 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 东北地区保健品所属行业分析

##### 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 西部地区保健品所属行业分析

##### 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

#### 第十章 中国保健品行业生产企业经营分析

##### 第一节 广东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

##### 第二节 安利（中国）日用品有限公司

###### 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

##### 第三节 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

##### 第四节 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

### 第五节 桂林莱茵生物科技股份有限公司

#### 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

### 第六节 江中药业股份有限公司

#### 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

### 第七节 上海交大昂立股份有限公司

#### 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

### 第八节 健康元药业集团股份有限公司

#### 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

### 第九节 海南椰岛（集团）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

### 第十节 哈药集团股份有限公司

#### 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

第四部分 发展前景展望

第十一章 2021-2027年保健品行业前景及趋势预测

第一节 2021-2027年保健品市场发展前景

一、保健品市场发展潜力

二、保健品市场发展前景展望

三、保健品细分行业发展前景分析

第二节 2021-2027年保健品市场发展趋势预测

一、保健品行业发展趋势分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、保健品行业市场规模预测

1、保健品行业市场容量预测

2、保健品行业销售收入预测

三、保健品行业细分市场发展趋势预测

第十二章 2021-2027年保健品行业投资机会与风险防范

第一节 中国保健品行业投资特性分析

一、保健品行业进入壁垒分析

二、保健品行业盈利模式分析

三、保健品行业盈利因素分析

第二节 中国保健品行业投资情况分析

一、保健品行业总体投资及结构

二、保健品行业投资规模情况

三、保健品行业投资项目分析

第三节 中国保健品行业投资风险

一、保健品行业供求风险

二、保健品行业关联产业风险

三、保健品行业产品结构风险

四、保健品行业技术风险

第四节 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、保健品行业投资机遇

### 第五部分 发展战略研究

#### 第十三章 保健品行业发展战略研究(ZY TL)

##### 第一节 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 对中国保健品品牌的战略思考

###### 一、保健品品牌的重要性

###### 二、保健品实施品牌战略的意义

###### 三、保健品企业品牌的现状分析

###### 四、中国保健品企业的品牌战略

###### 五、保健品品牌战略管理的策略

##### 第三节 保健品行业经营策略分析

###### 一、保健品市场细分策略

###### 二、保健品市场创新策略

###### 三、品牌定位与品类规划

###### 四、保健品新产品差异化战略

##### 第四节 保健品行业投资战略研究

###### 一、2021年保健品行业投资战略

###### 二、2021-2027年保健品行业投资战略

###### 三、2021-2027年细分行业投资战略

##### 图表目录：

图表 保健品行业生命周期

图表 保健品行业产业链结构

图表 2016-2020年中国保健品行业盈利能力分析

图表 2016-2020年中国保健品行业运营能力分析

图表 2016-2020年中国保健品行业偿债能力分析

图表 2016-2020年中国保健品行业发展能力分析

图表 2016-2020年中国保健品行业经营效益分析

图表 2016-2020年不同规模企业利润总额分布

图表 2016-2020年保健品行业不同规模企业从业人员分布

图表 2016-2020年保健品行业不同规模企业销售收入分布

图表 2016-2020年保健品行业不同规模企业资产总额分布

图表 2016-2020年保健品行业不同规模企业数量分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业利润总额分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业从业人员分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业销售收入分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业资产总额分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业数量分布

图表 2016-2020年全球保健品行业市场规模

图表 2016-2020年中国保健品行业市场规模

图表 2016-2020年保健品行业重要数据指标比较

图表 2016-2020年中国保健品市场占全球份额比较

图表 2016-2020年保健品行业工业总产值

图表 2016-2020年保健品行业销售收入

图表 2016-2020年保健品行业利润总额

图表 2016-2020年保健品行业资产总计

图表 2016-2020年保健品行业负债总计

图表 2016-2020年保健品行业竞争力分析

图表 2016-2020年保健品市场价格走势

图表 2016-2020年保健品行业主营业务收入

图表 2016-2020年保健品行业主营业务成本

图表 2016-2020年保健品行业销售费用分析

图表 2016-2020年保健品行业管理费用分析

图表 2016-2020年保健品行业财务费用分析

图表 2016-2020年保健品行业销售毛利率分析

图表 2016-2020年保健品行业销售利润率分析

图表 2016-2020年保健品行业成本费用利润率分析

图表 2016-2020年保健品行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/901397.html>