

2020-2026年中国滋补保健品行业市场营销模式及 投资规划分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国滋补保健品行业市场营销模式及投资规划分析报告》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/202006/875801.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

2018年中国保健品行业市场规模达1627亿元，同比增长9.8%，预计18-23年CAGR为9.10%。从规模占比来看，维生素和膳食补充剂占据绝对主导地位，而体重管理及运动营养规模占比相对较小。2018年，三者分别占比91.3%,7.4%,1.3%。趋势上看，维生素和膳食补充剂占比呈逐年下降趋势，但依然占据90%+的比例。由于低基数效应叠加消费者需求，运动营养增速最为迅猛，2013-2018年CAGR达39.6%;维生素和膳食补充剂及体重管理过去5年CAGR分别为10.3%,11.9%。

2007-2022年中国保健品行业市场规模及预测

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国滋补保健品行业市场营销模式及投资规划分析报告》共五章。首先介绍了滋补保健品行业市场发展环境、滋补保健品整体运行态势等，接着分析了滋补保健品行业市场运行的现状，然后介绍了滋补保健品市场竞争格局。随后，报告对滋补保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了滋补保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对滋补保健品产业有个系统的了解或者想投资滋补保健品行业，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：

第一章 滋补保健品市场分析

1.1 保健品市场概况

1.1.1 保健品“暴富年代”终结

1.1.2 保健品“波谷”不会轻易再现

1.1.3 中国保健品市场 将保持高速发展态势

1.1.4 男性保健品市场呼唤理性回归

1.1.5 我国居民家庭购买保健品调查分析

1.1.6 保健品产业喜忧参半：成也OEM 败也OEM

1.2 滋补保健品市场总体分析

1.2.1 保健滋补品市场分析

1.2.2 中草药滋补品国际市场分析

1.2.3 洋参类保健产品还有戏吗？

- 1.2.4 我国参类滋补品市场分析
- 1.2.5 美国滋补品市场悄悄成长潜力无限
- 1.2.6 滋补保健品消费增长情况
- 1.2.7 我国主要城市参类保健品市场调查分析
- 1.3 重点企业动态
 - 1.3.1 太太药业：健康元投资1亿重振喜悦
 - 1.3.2 阿阿胶进攻滋补保健品市场
 - 1.3.3 健康元拟分拆鹰牌花旗参上市 股东利润或降10%
 - 1.3.4 康富来瞄准亿元销售目标
 - 1.3.5 “异类”朱保国战略困局：“太太”并非那么美

第二章 参类滋补品市场

2.1 人参概况

- 2.1.1 人参的历史
- 2.1.2 人参家族
- 2.1.3 人参的功效
- 2.1.4 人参对免疫异常病人免疫功能的影响
- 2.1.5 现代人参对疾病的治疗
- 2.1.6 人参制剂对肿瘤病人的治疗作用

2.2 人参市场概况

人参按加工方式分类 种类 加工方式 鲜参 刚从地里挖出来的人参 生晒参
鲜人参从地里挖出洗净晒干 红参
红参是鲜人参经过浸润、清洗、分选、蒸制、晾晒、烘干等工序加工而成 大力参 大力参是介于生晒参和红参之间的一个品种，具有生晒参和红参的双重特点，即外皮类似生晒参，肉质类似红参样。其产品具有与生晒参相近的特点，用于加工大力参的鲜人参较生晒参原料优

。

数据来源：公开资料整理

- 2.2.1 参制品市场分析
- 2.2.2 参类保健品：一半自用一半送礼
- 2.2.3 参类保健品市场：成熟更具挑战性
- 2.2.4 高丽参花旗参之争
- 2.2.5 国际市场人参需求再度走俏
- 2.3 西洋参
 - 2.3.1 西洋参简介
 - 2.3.2 西洋参市场打响品牌形象战

- 2.3.3 保健新品牛蒡洋参茶走俏中秋市场
- 2.3.4 陕西汉中产西洋参畅销
- 2.3.5 陕西西洋参质量高于美国原产地
- 2.3.6 洋参保健市场第二春有多长
- 2.3.7 南京西洋参市场调查报告
- 2.3.8 世界最大西洋参基地落户金山
- 2.4 高丽参
 - 2.4.1 高丽参
 - 2.4.2 “正官庄”高丽参进入上海
 - 2.4.3 韩国高丽参瞄准中国市场
 - 2.4.4 韩国人参登陆中国市场
 - 2.4.5 韩国人参市场开放 进口量将大大增加
 - 2.4.6 珠三角将是下一步拓展高丽参市场的重点之一
 - 2.4.7 韩国首次向中国出口人参
 - 2.4.8 台湾将向韩厂商输出人参萃取技术
 - 2.4.9 朝鲜高丽参借道深圳进军国际市场
- 2.5 吉林人参
 - 2.5.1 人参的产地
 - 2.5.2 园参加工简介
 - 2.5.3 人参市场：摸得到看不懂
 - 2.5.4 呼吁：国家应尽快出台规定禁止人参花蕾出口
 - 2.5.5 韩国将限制进口中国产人参
 - 2.5.6 深企加入人参精加工产业大军
 - 2.5.7 国产人参欲称霸“滋补强身”不可缺
 - 2.5.8 吉林省人参产业让人欢喜让人忧
 - 2.5.9 人参出口市场分析前景展望
 - 2.5.10 中国攻克人参花蕾提纯 终结名贵药材低价出口
- 2.6 市场发展策略
 - 2.6.1 为吉林人参发展献计献策
 - 2.6.2 提高人参产品科技含量是占领市场的重要途径
 - 2.6.3 人参产销分析及建议
 - 2.6.4 振兴吉林人参产业
 - 2.6.5 人参产业亟待通过改革创新占领国际市场

3.1 相关概念

3.1.1 冬虫夏草

3.1.2 冬虫夏草特性

3.1.3 冬虫夏草-抗癌珍品

3.2 冬虫夏草种植产业的发展

3.2.1 冬虫夏草的人工栽培

3.2.2 中国陆地总面积的10%以上都野生有冬虫夏草

3.2.3 四川省冬虫夏草资源分布

3.2.4 冬虫夏草市价暴涨，缘于资源枯竭

3.2.5 青海“冬虫夏草”面临空前劫难

3.3 虫草开发技术

3.3.1 冬虫夏草产业化生产获技术性突破

3.3.2 云南用生物技术开发成功冬虫夏草

3.4 虫草市场分析

3.4.1 人工北虫草的发展前景

3.4.2 虫草产业前景广阔

3.4.3 冬虫夏草销价未升大幅度回落

3.4.4 “虫草经济”鼓了满乡农民钱袋

第四章 鹿茸滋补品市场

4.1 鹿茸概述

4.1.1 简述鹿

4.1.2 鹿茸概述

4.1.3 鹿茸的种类

4.1.4 鹿茸的药理作用

4.2 鹿的养殖业分析

4.2.1 我国养鹿业的起源

4.2.2 我国养鹿业的发展

4.2.3 我国鹿人工培育品系

4.2.4 养鹿经济效益分析

4.2.5 影响鹿茸生长的主要因素

4.2.6 提高鹿茸产量十二法

4.2.7 我国科学家破解鹿茸再生之谜

4.3 鹿茸市场分析

4.3.1 鹿茸出口量占全国出口总量的50%

4.3.2 山参鹿茸热销韩国市场 "北药"为我省赢得大量订单

4.3.3 新西兰鹿茸已占领全球4成市场

4.3.4 中国鹿业的发展前景分析

4.3.5 群雄逐"鹿"：新挑战与新机遇

4.3.6 鹿茸市场前景广阔

第五章 蜂蜜滋补品市场

5.1 蜂蜜产业分析（ZY ZS）

5.1.1 中国蜂蜜产业发展状况分析

5.1.2 河南蜂蜜产业一年“酿造”十亿产值

5.1.3 做大做强吉林特色蜂蜜产业

5.1.4 引资开发 加工增值 宁明把蜂蜜产业做大

5.1.5 我国蜂蜜深加工产业有待开发

5.1.6 蜂蜜产业需重拳治理

5.1.7 蜂蜜质量分析报告

5.1.8 有机蜂蜜及其开发前景

5.2 国际市场分析

5.2.1 中国蜂蜜有望走俏国际市场

5.2.2 我国蜂蜜重返欧盟市场

5.2.3 新加坡蜂蜜进口、消费市场情况

5.2.4 中国蜂蜜占日本市场近九成

5.2.5 阿根廷蜂蜜市场动态

5.2.6 世界蜂蜜贸易的发展趋势及我国的对策

5.2.7 欧美对我国蜂蜜出口设限

5.2.8 我国蜂业生产与蜂蜜贸易的国际地位

5.2.9 我国蜂蜜出口竞争力的分析

5.2.10 提高我国蜂蜜出口竞争力的对策建议

5.3 相关政策法规

5.3.1 蜂蜜卫生管理办法

5.3.2 蜂蜜行业出口规则

5.3.3 国际市场蜂蜜质量有标准

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202006/875801.html>