

2018-2024年中国养生保健 品行业发展现状分析及前景趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国养生保健品行业发展现状分析及前景趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/0061896ESY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

保健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。保健品无论是那种类型，它都有出自保健目的，不能速效的，但长时间服用可使人受益的特征。

近年来，国民收入水平的提高、人口老龄化引发的慢病管理需求提升、城市化及生活环境的问题引发人们对健康的关注，成为了中国保健食品市场发展的重要驱动力。保健营养类食品按照其监管标准和用途可以分为保健食品和功能性食品。近20年来，中国保健食品市场涌现出不少品牌，其中不乏大量中国本土品牌。2016年，在中国相对分散的保健食品市场中，中国知名本土品牌市场占比约25%，未来发展仍有巨大潜力。前十的品牌中有六家是直销企业。由于目前消费者对保健食品的认知较低，直销企业凭借其庞大紧密的销售网络在消费者教育和产品宣传上具有优势，占据较大的市场份额。

随着中国经济持续高速增长，国民生活质量空前提高，普通民众的生活已从温饱型向健康型过渡，促使保健品行业市场规模不断扩大，2016年我国保健品行业总产值超过2500亿元。近年来，消费者的健康养生意识不断加深，在健康生活方式的投入快速增长。在饮食上，消费者不断寻求多功能食品，例如既能最大程度满足营养需求，又能增强活力、抗衰老、保持身材等。低热量、低脂肪、低糖类产品逐渐成为流行趋势，绿色、天然、健康也成为众多食品品牌的定位。在常规饮食之外，消费者也加强了对自身健康的投入，包括在保健食品、运动健身和健康家居品类上的花销。健康消费新趋势为保健食品市场带来巨大的发展空间。

报告目录

第一部分 保健产业现状篇 14

第一章 2017年中国养生保健品行业运行环境解析 14

第一节 2017年中国养生保健品行业环境分析 14

一、养生保健品行业特性，发展方向 14

二、国外养生保健品行业发展分析 17

三、国内养生保健品行业发展分析 17

第二节 2017年中国养生保健品政策环境分析 18

一、《食品安全法》首次纳入养生保健品监管 18

二、《食品安全法》对养生保健品行业的影响 19

三、药监局严查养生保健品行业 19

四、养生保健品广告法规分析	20
第三节 2017年中国养生保健品社会环境分析	22
一、人口规模及结构分析	22
二、中国人口老龄化及健康意识	23
三、居民收入与消费分析	24
第四节 2017年中国养生保健品技术环境分析	27
一、技术发展现状	27
二、保健食品技术审评水平	28
三、养生保健品生产技术研究发展动向	35
第五节 2017年中国养生保健品市场环境变化分析	36
一、广告对购买决策的影响力变化	36
二、行业的信任危机对需求的影响	36
三、产品同质化对需求的影响分析	36
第二章 2017年中国养生保健品行业运行新形势透析	37
第一节 2017年中国养生保健品行业运行总况	37
一、中国养生保健品行业发展阶段	37
二、养生保健品行业困境之中被迫转型	38
三、产品功能分布情况	41
四、主要产品概念诉求	42
第二节 2017年中国养生保健品行业发展状况分析	42
一、中国养生保健品行业产值分析	42
二、在新医改春风下养生保健品市场成香饽饽	44
三、养生保健品市场进入“冰封”时期	44
四、新《食品安全法》为养生保健品行业设门槛	46
第三节 2017年中国养生保健品行业原材料分析	48
一、我国保健产品主要原料	48
二、主要原料产品分布概况	49
三、水溶性膳食纤维分析及预测	49
四、全球鱼油消费量及价格分析	61
第四节 2017年中国养生保健品行业的问题及对策分析	62
一、中国养生保健品企业发展应返璞归真	62

- 二、中国养生保健品企业的研发策略浅析 63
- 三、养生保健品企业成功开发产品的四大动力 64

第二部分 养生保健品市场篇 67

第三章 2017年中国养生保健品市场运行动态分析 67

第一节 2017年中国养生保健品市场规模分析 67

- 一、中国养生保健品企业规模 67
- 二、都市女性养生保健品市场规模 67
- 三、2017年我国养生保健品市场规模 68

第二节 2017年中国养生保健品市场规模预测 69

- 一、2017年中国保健产业年销售额 69
- 二、2018年中国养生保健品市场规模预测 69

第三节 2017年中国养生保健品区域市场分析 69

- 一、东北地区养生保健品市场分析 69
- 二、华北地区养生保健品市场分析 70
- 三、华东地区养生保健品市场分析 71
- 四、华中地区养生保健品市场分析 71
- 五、华南地区养生保健品市场分析 72
- 六、西部地区养生保健品市场分析 72
- 七、养生保健品企业区域市场规划策略 73

第四章 2017年中国养生保健品需求与消费状况分析 77

第一节 2017年中国养生保健品需求与消费状况分析 77

- 一、辅食、养生保健品消费市场分析 77
- 二、中国养生保健品消费量高价位盘整 79

第二节 2017年中国养生保健品市场消费动向分析 80

- 一、养生保健品市场消费者跟风现象 80
- 二、养生保健品市场两极分化趋势 82
- 三、养生保健品消费者购买行为分析 82

第三节 2017年中国养生保健品消费者分析 86

- 一、老年养生保健品市场发展分析 86
- 二、女性养生保健品市场发展分析 87

三、儿童养生保健品市场发展分析 88

四、养生保健品消费人群变化情况 88

第五章 2017年中国养生保健品市场产品监测情况分析 90

第一节 2017年中国保健药品市场运行分析 90

一、保健药品功能分布 90

二、保健药品市场开始“清理门户” 90

三、2017年养生保健品市场占有份额 91

第二节 2017年中国保健食品市场产品竞争排名情况 92

一、保健食品企业竞争力 92

二、保健食品产品畅销排名 92

三、保健食品市场占有份额 95

第三节 2017年中国保健茶市场产品竞争排名情况 96

一、保健茶企业竞争力 96

二、保健茶产品畅销排名 97

三、保健茶市场占有份额 97

第四节 2017年中国保健酒市场产品竞争排名情况 98

一、保健酒企业竞争力 98

二、保健酒产品畅销排名 99

三、保健酒市场占有份额 99

第五节 2017年中国保健饮料市场产品竞争排名情况 100

一、保健饮料企业竞争力 100

二、保健饮料产品畅销排名 101

三、保健饮料市场占有份额 101

第六章 2017年中国养生保健品行业市场价格走势 103

第一节 2017年中国养生保健品市场价格波动情况 103

一、影响养生保健品价格的因素分析 103

二、2017年蜂王浆价格走势分析 103

第二节 2017年中国养生保健品原料价格走势分析 104

一、中国中药材价格监测 104

二、红花价格走势分析 104

三、宁夏枸杞价格走势 105

四、2017年中药材价格走势 106

第七章 2017年中国养生保健品进出口贸易市场综述 108

第一节 2017年中国养生保健品进出口贸易简况 108

一、养生保健品贸易情况分析 108

二、中国养生保健品年销售额及增长情况 108

三、养生保健品B2C电子商务行业分析 109

第二节 2017年我国医药养生保健品进出口形势分析 111

一、2017年中国医药养生保健品进出口统计 111

二、医药养生保健品进出口分省市统计 115

第八章 2017年中国养生保健品市场营销解析 117

第一节 养生保健品营销的三大要素 117

一、概念设计

二、产品利益的挖掘 119

三、产品效果感设计 120

四、养生保健品广告的四大要素 121

第二节 2017年中国养生保健品营销总体概况 123

一、浅谈养生保健品服务营销 123

二、如何打造养生保健品专卖店营销 127

三、如何创新养生保健品营销 132

四、减肥养生保健品市场营销分析 134

五、医药养生保健品营销转型 135

六、中国养生保健品营销模式 139

第三节 2017年中国养生保健品行业的直销分析 140

一、直销法的实施给养生保健品市场带来的影响 140

二、直销有助于养生保健品行业发展 142

三、传统模式与直销模式在养生保健品领域应用的差异 143

四、医药养生保健品的直销分析 149

五、养生保健品企业直销案例分析 150

1、安利养生保健品的直销 150

2、天狮集团养生保健品直销 151

第四节 未来中国养生保健品营销趋势透视 152

一、价值营销将走入养生保健品行业发展主流 152

二、医药养生保健品营销八大趋势 155

三、医药养生保健品营销发展的几个新方向 159

四、养生保健品企业营销未来方向探析 161

第三部分 养生保健品竞争篇 164

第九章 2017年中国养生保健品行业竞争格局分析 164

第一节 2017年中国养生保健品竞争总况 164

一、医药保健产业格局将面临激烈震荡 164

二、保健酒市场竞争分析 164

第二节 从OEM观看养生保健品行业违规竞争 165

一、OEM是养生保健品企业必然的选择 165

二、从OEM透析保健食品行业违规操作的根源 166

三、养生保健品行业发展要走出急功近利的误区 167

第三节 主要产品市场竞争分析 168

一、各大补血产品品牌竞争回顾 168

二、补血养生保健品市场竞争格局 170

三、减肥养生保健品市场竞争概况 171

四、美容养颜类养生保健品市场竞争分析 174

第十章 2017年中国养生保健品上市企业竞争力同比分析 175

第一节 健康元药业集团股份有限公司 175

一、企业概况 175

二、企业主要经济指标分析 177

三、企业盈利能力分析 178

四、企业偿债能力分析 178

五、企业运营能力分析 179

六、企业成长能力分析 179

第二节 山东东阿阿胶股份有限公司 180

一、企业概况 180

- 二、企业主要经济指标分析 182
- 三、企业盈利能力分析 183
- 四、企业偿债能力分析 183
- 五、企业运营能力分析 184
- 六、企业成长能力分析 184
- 第三节 哈药集团股份有限公司 184
 - 一、企业概况 184
 - 二、企业主要经济指标分析 185
 - 三、企业盈利能力分析 186
 - 四、企业偿债能力分析 186
 - 五、企业运营能力分析 187
 - 六、企业成长能力分析 187
- 第四节 海南椰岛(集团)股份有限公司 187
 - 一、企业概况 187
 - 二、企业主要经济指标分析 188
 - 三、企业盈利能力分析 189
 - 四、企业偿债能力分析 189
 - 五、企业运营能力分析 190
 - 六、企业成长能力分析 190
- 第五节 上海交大昂立股份有限公司 191
 - 一、企业概况 191
 - 二、企业主要经济指标分析 192
 - 三、企业盈利能力分析 193
 - 四、企业偿债能力分析 193
 - 五、企业运营能力分析 193
 - 六、企业成长能力分析 194
- 第六节 北京双鹭药业股份有限公司 194
 - 一、企业概况 194
 - 二、企业主要经济指标分析 195
 - 三、企业盈利能力分析 196
 - 四、企业偿债能力分析 196
 - 五、企业运营能力分析 197

六、企业成长能力分析 197

第七节 海王集团 197

一、企业概况 198

二、企业财务指标分析 198

第四部分 养生保健品关联产业篇 200

第十一章 2017年中国植物提取物运行状况分析 200

第一节 植物提取物产业相关概述 200

第二节 2017年中国植物提取物现状综述 202

一、植物提取物在养生保健品中的应用 202

二、中草药、植物提取物提取现状 202

1、银杏叶提取物 202

2、金银花提取物 208

三、发展格局 210

四、2017年中国植物提取物出口市场分析 214

第三节 2017年中国植物药提取物行业技术分析 216

一、现代植物药的主要工业分离技术 216

二、天然中药提取物AF-8新技术通过鉴定 218

三、大孔树脂吸附法 219

四、半仿生提取法 219

第四节 2017年中国植物药提取物市场动态分析 220

一、中药提取物产业化需调控和规范 220

二、厦台药厂签协议 台湾药品有望进军大陆 220

三、我国植物提取物产业化标准化步伐加快 221

四、植物提取物国际管理模式分析 221

第五节 其它主要产品市场运行分析分析 223

一、大豆异黄酮提取物市场分析 223

二、灵芝提取物市场分析 226

三、黄芪提取物市场分析 229

四、当归提取物市场分析 232

五、红豆杉提取物市场分析 233

六、红景天提取物市场分析 238

- 七、虎杖提取物市场分析 241
- 八、绞股蓝提取物市场分析 243
- 九、葡萄籽提取物市场分析 246
- 十、千层塔提取物市场分析 250

第十二章 2017年中国植物药提取物上市企业竞争力及关键性数据透析 254

第一节 浙江康恩贝制药股份有限公司 254

- 一、企业概况 254
- 二、企业主要经济指标分析 255
- 三、企业盈利能力分析 255
- 四、企业偿债能力分析 256
- 五、企业运营能力分析 256
- 六、企业成长能力分析 256

第二节 四川中汇医药(集团)股份有限公司 257

- 一、企业概况 257
- 二、企业主要经济指标分析 257
- 三、企业盈利能力分析 258
- 四、企业偿债能力分析 258
- 五、企业运营能力分析 259
- 六、企业成长能力分析 259

第三节 天津天士力股份有限公司 260

- 一、企业概况 260
- 二、企业主要经济指标分析 260
- 三、企业盈利能力分析 261
- 四、企业偿债能力分析 261
- 五、企业运营能力分析 262
- 六、企业成长能力分析 262

第四节 山东沃华医药科技股份有限公司 262

- 一、企业概况 262
- 二、企业主要经济指标分析 263
- 三、企业盈利能力分析 263
- 四、企业偿债能力分析 264

五、企业运营能力分析 264

六、企业成长能力分析 265

第五节 青海三普药业股份有限公司 265

一、企业概况 265

二、企业主要经济指标分析 266

三、企业盈利能力分析 266

四、企业偿债能力分析 266

五、企业运营能力分析 267

六、企业成长能力分析 267

第六节 贵州益佰制药股份有限公司 268

一、企业概况 268

二、企业主要经济指标分析 268

三、企业盈利能力分析 269

四、企业偿债能力分析 269

五、企业运营能力分析 269

六、企业成长能力分析 270

第十三章 2018-2024年中国养生保健品行业发展预测分析 271

第一节 中国养生保健品行业发展预测 271

一、中国养生保健品发展前景分析 271

二、中国养生保健品市场规模将扩大 272

三、养生保健品行业主要企业发展前景 272

四、养生保健品的药店销售前景分析 272

第二节 养生保健品行业总体发展趋势分析 274

一、养生保健品行业发展呈现四大趋势 274

二、产品研发未来发展走向 274

三、养生保健品大众化逐渐成新趋势 275

四、白领将成为养生保健品消费主力 275

第三节 养生保健品主要热门种类发展趋势 276

一、养生保健品行业绿色天然产品发展空间巨大 276

二、中药养生保健品将成国际市场上的新宠 276

三、美容养颜类养生保健品市场发展趋势分析 277

四、氨基酸类养生保健品市场发展预测	277
五、中国减肥市场四大发展趋势	277
六、中国保健酒行业前景预测	279
七、中草药保健茶市场前景分析	279
八、孕妇养生保健品市场前景广阔	280
第十四章2018-2024年我国养生保健品行业投资价值与投资策略分析	282
第一节 2017年中国养生保健品投资概况	282
一、养生保健品投资特性	282
二、养生保健品投资环境分析	283
第二节 2018-2024年我国养生保健品行业投资价值分析	285
一、减肥产品投资价值分析	285
二、润肠通便产品投资价值分析	286
三、美容产品投资价值分析	286
四、排铅产品投资价值分析	286
五、补肾产品投资价值分析	287
六、蜂产品行业投资价值分析	287
第三节 2018-2024年中国养生保健品行业投资风险预警	288
一、养生保健品直销存在四大风险	288
二、养生保健品行业社会风险分析	289
三、养生保健品行业原材料价格波动风险分析	290
四、养生保健品投资政策风险分析	291
五、养生保健品产业监管风险与应对策略	293
第四节 2018-2024年养生保健品行业投资机会及策略	294
一、养生保健品投资的三个要点	294
二、养生保健品发展历程和基本规律	296
三、养生保健品销售的基本规则以及风险预防	297
四、脑白金和太太口服液案例分析	298
五、近年养生保健品黑马产品分析和经验总结	300
六、养生保健品的市场机会分析	301

图表 1 2017年人口数及其构成	22
图表 2 2012-2017年农村居民人均纯收入及其实际增长速度	24
图表 3 2012-2017年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度	24
图表 4 2012-2017年农村家庭收入增速高于城市家庭	25
图表 5 2012-2017年农村消费支出增速高于城市消费支出增速	25
图表 6 各国中产阶级比例对比	26
图表 7 我国城镇居民各档收入比例	26
图表 8 中国保健食品行业发展阶段	37
图表 9 保健食品的功能评审受理范围	41
图表 10 2012-2017年养生保健品产值分析	42
图表 11 2017年全国保健食品制造总产值出口交货值完成情况表（分省市）	42
图表 12 养生保健品原料分布：	49
图表 13 2012-2017年水溶性膳食纤维产量分析	50
图表 14 水溶性膳食纤维的组成	51
图表 15 水溶性膳食纤维的相对分子质量分布	51
图表 16 高浓度水溶性膳食纤维、蔗糖、Glc和山梨醇水溶液的相对平衡湿度	52
图表 17 水溶性膳食纤维的基本特性	52
图表 18 水溶性膳食纤维的主要应用范围及参考使用量表	53
图表 19 高纤维酸奶的实用配方：	55
图表 20 膳食纤维冰淇淋的实用配方：	55
图表 21 高纤维运动饮料的实用配方：	56
图表 22 低能量纤维糖果配方：	56
图表 23 低能量纤维巧克力配方：	57
图表 24 国内部分使用水溶性膳食纤维产品及公司列表	60
图表 25 2012-2017年中国营养保健食品业规模以上企业数量统计表	67
图表 26 2012-2017年我国养生保健品市场规模分析	68
图表 27 2012-2017年中国保健产业年销售额分析	69
图表 28 2012-2017年东北地区养生保健品市场规模	69
图表 29 2012-2017年华北地区养生保健品市场规模	70
图表 30 2012-2017年华东地区养生保健品市场规模	71

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/0061896ESY.html>