

2017-2023年中国保健品行业 市场运营态势与市场前景预测报告

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

《2017-2023年中国保健品行业市场运营态势与市场前景预测报告》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/7741286T2P.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

近几年保健品呈现进出口两旺态势。2011年我国保健品出口同比增长115%，经过2010-2011年的大幅增长后，2012年我国保健品出口额2.13亿美元，同比增长3.47%；2013年出口额为2.48亿美元，同比增长16.17%，基本属于平稳增长；2014年出口额达2.7亿美元（同比增长8.90%），出口数量同比增长51.21%，出口价格同比下降27.98%，出口主要以原料为主，缺乏附加值高的保健成品。2015年上半年我国保健品出口额1.44亿美元，同比增长12.99%。

2013年，我国保健品行业产值为1,624亿元，同比增长了39.88%；2014年产值达2,083亿元，同比增长了28.26%；2015年，我国保健品消费市场规模大概有2,198.53亿元。预计2017年我国保健品行业产值将达到4,419亿元，2021年达到11,035亿元，未来五年（2017-2023年）年均复合增长率约为25.71%。

中国保健品行业产值预测数据来源：公开数据整理

2015年前三季度，中国营养保健品行业实现利润总额258.61亿元，同比增长16.81%。

预计2017年我国营养保健品行业利润将达到452亿元，未来五年（2017-2023）年均复合增长率约为15.27%，2021年利润将达到798亿元。

中国保健品行业利润预测数据来源：公开数据整理

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国保健品行业市场运营态势与市场前景预测报告》共九章。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 保健品行业发展现状 7

第一章 我国养生保健品行业发展现状 7

第一节 全国保健品市场分析 7

一、2013年保健品市场规模分析	7
二、2014年保健品市场规模分析	7
三、2015年保健品市场规模分析	8
四、2016年保健品市场规模分析	8
第二节 保健品市场价格分析	9
一、保健品市场价格影响因素	9
二、保健品市场价格情况	10
第三节 农村保健品市场分析	10
一、农村保健品市场分析	10
二、农村保健品市场需求特点	12
三、2017-2023年农村保健品市场前景分析	13
第二章 2016年中国营养保健食品行业经济运行分析	14
第一节 2013-2016年中国保健食品行业发展分析	14
一、2013年中国营养保健食品行业发展概况	14
二、2014年中国营养保健食品行业发展概况	15
三、2015年中国保健食品行业发展概况	16
四、2016年中国保健食品行业发展概况	17
第二节 2014-2016年中国保健食品行业规模分析	19
一、资产规模增长分析	19
二、销售规模增长分析	19
三、利润规模增长分析	20
第三节 2014-2016年中国保健食品行业成本费用分析	21
一、销售成本统计	21
二、主要费用统计	22
第四节 2014-2016年中国保健食品行业运营效益分析	22
一、偿债能力分析	22
二、盈利能力分析	23
三、运营能力分析	24
第三章 保健品消费市场分析	25
第一节 保健品消费者分析	25

一、现代达人保健观念	25
二、保健品消费特点分析	26
三、保健品消费群体分析	27
四、保健品中产阶级消费者分析	28
第二节 保健品消费者市场分析	29
一、中老年保健品市场发展分析	29
二、女性保健品市场发展状况分析	32
三、儿童保健品市场发展状况分析	33
第三节 保健品细分市场分析	35
一、减肥类产品市场发展分析	35
二、补肾壮阳类保健品市场分析	36
三、我国女性补血养颜市场分析	37
四、我国维生素行业发展现状及趋势	39
五、补钙类产品市场现状及趋势分析	41
第二部分 保健品行业竞争格局	44
第四章 养生保健品行业竞争格局分析	44
第一节 养生保健品行业竞争格局概况	44
一、保健品行业区域集中度分析	44
二、养生保健品企业竞争概况	44
第二节 中国养生保健品行业结构分析	45
一、行业的省份分布概况	45
二、行业销售集中度分析	46
三、行业利润集中度分析	46
第三节 中国保健品产业竞争状况	47
一、我国养生保健品行业产品竞争现状	47
二、我国保健品企业的竞争力分析	47
三、中国养生保健品行业并购重组意义	47
第四节 养生保健品行业竞争格局分析	48
一、国内外保健品竞争分析	48
二、我国保健品市场现状分析	48
三、我国保健品品牌集中度分析	49

四、国内主要保健品企业动向 49

第五章 保健品企业竞争策略分析 51

第一节 保健品市场竞争策略分析 51

一、保健品市场增长潜力分析 51

二、保健品主要潜力品种分析 51

三、潜力保健品品种竞争策略 53

四、典型企业产品竞争策略分析 54

第二节 保健品企业竞争策略分析 56

一、2017-2023年我国保健品市场竞争趋势 56

二、2017-2023年养生保健品行业竞争格局展望 56

三、2017-2023年养生保健品行业竞争策略分析 57

四、2017-2023年保健品企业竞争策略分析 57

第三部分 保健品行业发展预测 59

第六章 养生保健品行业发展趋势分析 59

第一节 2017-2023年养生保健品行业发展趋势 59

一、保健品大众化趋势分析 59

二、我国保健食品市场发展趋势 59

三、未来医疗养生保健品行业发展趋向分析 60

四、中国传统保健品发展趋势 60

第二节 2017-2023年保健品产业发展趋势 61

一、保健品产业发展前景分析 61

二、保健品产业发展走向分析 62

三、保健品产业未来发展策略 63

第三节 2017-2023年保健品产业发展趋势分析 64

一、2017-2023年保健品产品功能趋向 64

二、2017-2023年保健品宣传手段趋势 64

三、2017-2023年保健品价格走势分析 65

第四节 2017-2023年国内保健品市场预测 65

一、2017-2023年国内保健品行业销售收入预测 65

二、2017-2023年国内保健品市场价格预测 66

三、2017-2023年国内养生保健品行业集中度预测 66

第四部分 保健品行业投资战略研究 67

第七章 养生保健品行业投资环境分析 67

第一节 养生保健品行业投资环境 67

一、政策环境分析 67

（一）行业主管部门 67

（二）行业法律法规 68

（三）行业政策规划 69

二、技术环境分析 69

三、市场环境分析 70

第二节 2017-2023年我国经济形势分析 70

一、2015年我国宏观经济运行情况分析 70

二、2016年我国宏观经济发展情况分析 70

三、“十二五”我国宏观经济形势分析 71

第三节 中国医药卫生体制改革分析 72

一、医疗保障制度改革与发展分析 72

二、医疗卫生体制改革进程与特点 74

三、新医药卫生体制改革政策解读 81

四、医药卫生体制改革取得成效 84

五、医疗卫生事业面临体制问题 87

六、医疗卫生体制改革思路和建议 88

第四节 中国药品进出口政策分析 90

一、药企出口欧盟将获政府“质保” 90

二、我国保健品出口面临的挑战分析 91

三、医药技术出口管制调整情况 92

第八章 养生保健品行业投资机会与风险 96

第一节 养生保健品行业投资效益分析 96

一、2014-2016年养生保健品行业投资效益分析 96

二、2017-2023年养生保健品行业投资前景分析 96

三、2017-2023年中国保健品市场零售规模预测 97

四、2017-2023年养生保健品行业投资建议分析	97
第二节 影响养生保健品行业发展的主要因素	98
一、2017-2023年影响养生保健品行业运行的有利因素分析	98
二、2017-2023年影响养生保健品行业运行的不利因素分析	98
三、2017-2023年我国养生保健品行业发展面临的挑战分析	99
四、2017-2023年我国养生保健品行业发展面临的机遇分析	100
第三节 养生保健品行业投资风险及控制策略分析	100
一、2017-2023年养生保健品行业政策风险及控制策略	100
二、2017-2023年养生保健品行业经营风险及控制策略	101
三、2017-2023年养生保健品行业食品安全风险及控制策略	101
四、2017-2023年保健品市场竞争风险及控制策略	102
五、2017-2023年养生保健品行业技术风险及控制策略	102
第九章 养生保健品行业投资战略研究	103
第一节 养生保健品行业发展战略研究	103
一、战略综合规划	103
二、技术开发战略	103
三、区域战略规划	104
四、产业战略规划	104
五、营销品牌战略	104
六、竞争战略规划	106
第二节 对我国保健品品牌的战略思考	107
一、企业品牌的重要性	107
二、保健品实施品牌战略的意义	107
三、保健品企业品牌的现状分析	108
四、我国保健品企业的品牌战略	109
五、保健品品牌战略管理的策略	119
第三节 医药保健品企业发展策略分析	120
一、医药保健品企业经营模式	120
二、新形势下医药保健品OTC营销策划	122
第四节 医药保健品市场突围策略	124
一、产品定位	124

- 二、营销创新 124
- 三、消费群体细分 125
- 四、产品宣传 125
- 第五节 养生保健品行业投资战略研究 125
 - 一、2017-2023年养生保健品行业投资战略 125
 - 二、2017-2023年细分行业投资战略 126

图表目录：

- 图表 1 2013年中国保健品零售额分类别统计 7
- 图表 2 2014年中国保健品零售额分类别统计 7
- 图表 3 2015年中国保健品零售额分类别统计 8
- 图表 4 2013-2016年我国保健品零售额变化趋势图 8
- 图表 5 2016年中国保健品零售额分类别统计 9
- 图表 6 2016年淘宝热销保健品价格情况 10
- 图表 7 2008-2016年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 11
- 图表 8 农村居民家庭平均每人消费支出构成 11
- 图表 9 2013年中国营养保健食品制造业经济指标统计 14
- 图表 10 2014年中国营养保健食品制造业经济指标统计 15
- 图表 11 2015年中国保健食品制造业经济指标统计 16
- 图表 12 2016年中国保健食品制造业经济指标统计 18
- 图表 13 2014-2016年中国保健食品制造业资产总额统计 19
- 图表 14 2014-2016年中国保健食品制造业资产变化趋势图 19
- 图表 15 2014-2016年中国保健食品制造业销售收入统计 19
- 图表 16 2014-2016年中国保健食品制造业销售收入变化趋势图 20
- 图表 17 2014-2016年中国保健食品制造业利润总额统计 20
- 图表 18 2014-2016年中国保健食品制造业利润变化趋势图 21
- 图表 19 2014-2016年中国保健食品制造业销售成本统计 21
- 图表 20 2014-2016年中国保健食品制造业销售成本趋势图 22
- 图表 21 2014-2016年中国保健食品制造业费用统计 22
- 图表 22 2014-2016年中国保健食品制造业资产负债率情况 23
- 图表 23 2014-2016年中国保健食品制造业毛利率情况 23
- 图表 24 2014-2016年中国保健食品制造业成本费用利润率情况 24

图表 25 2014-2016年中国保健食品制造业资产利润率情况 24

图表 26 2016年中国保健食品制造业运营能力情况 24

图表 27 老年人服用保健品的频率 30

图表 28 老年人消费保健品的来源 30

图表 29 老年人选择服用保健品的主要原因 31

图表 30 儿童保健品品牌结构 34

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/7741286T2P.html>