

2016-2022年中国营养保健 食品市场研究与投资前景报告

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

《2016-2022年中国营养保健食品市场研究与投资前景报告》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/B88477ZUAD.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

目前中国保健食品的功能多集中在免疫调节、抗衰老、抗疲劳等领域，而未来的发展趋势是产品功能分布将逐步发散，趋向合理，中药保健食品、老年保健食品、职业保健食品、昆虫保健食品、海洋保健食品、第三代保健食品等是中国保健食品未来的发展方向。

营养保健品行业发展空间巨大，国内保健产品将参与到国际竞争中。产品与服务市场将不断细分化，产品售后服务要求高，完成行业由卖产品转变为卖服务。保健市场透明度和诚信度不增提高，让理性消费成主流，且科技含量将不断提高。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国营养保健食品市场研究与投资前景报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 保健食品的相关概述 21

第一节 保健食品阐述 21

一、保健食品的功用 21

二、保健食品与一般食品的区别 22

三、保健食品的外延 23

第二节 保健食品的分类 23

第三节 中国保健食品的历程 24

一、发展起步阶段 24

二、启动成长阶段 24

三、竞争发展阶段 25

四、“信任危机”阶段 25

五、“盘整复兴”阶段 25

第二章 2015-2016年全球保健食品运行状况分析 27

第一节 2015-2016年世界保健食品运行总况	27
一、世界保健食品所处发展阶段	27
二、世界保健食品发展现状分析	27
三、世界保健食品市场监管分析	28
四、世界保健食品标识内容的现状分析	30
五、全球膳食营养补充剂的行业概况	32
六、世界保健食品市场动态分析	33
第二节 2015-2016年日本保健食品的细分化管理	34
一、特定保健用食品	34
二、营养机能食品	35
三、健康食品	35
第三节 2015-2016年世界其它地区保健食品发展动态分析	36
一、美国提高保健食品行业门槛	36
二、韩国保健食品市场发展现状	37
三、欧洲的保健品市场现状及特点	38
四、2016年台湾保健食品市场分析	39
五、全球主要国家益生菌市场分析	40
第四节 2016-2022年世界营养保健食品市场发展趋势探析	40
一、全球保健食品发展趋势分析	40
二、黄酮类保健食品成市场新宠	41
第三章 2016年中国保健食品运行环境解析	43
第一节 2016年中国经济环境分析	43
一、2016年中国gdp增长总体情况分析	43
二、2016年中国全社会固定资产投资分析	44
三、2016年中国社会消费品零售总额分析	45
四、2016年中国城乡居民收入与消费分析	46
五、2016年中国对外贸易发展形势分析	48
六、2016年中国宏观经济运行情况分析	49
第二节 2016年中国保健食品行业政策环境分析	52
一、保健食品主管部门和监管体制	52
二、中国保健食品行业相关法律法规	52

三、《食品安全法》促进保健品市场规范	54
四、《保健食品产品技术要求规范》实施	54
五、《保健食品监督管理条例》有望出台	55
第三节 2016年中国营养保健食品社会环境分析	55
一、人口城市化带来巨大需求	55
二、经济成长带来消费升级	56
三、消费观念的变化拉动需求	57
四、老人和儿童市场快速成长	58
五、“亚健康”人群迅速增长	59
第四章 2015-2016年中国保健食品业运行新态势分析	60
第一节 2015-2016年中国保健品业运行综述	60
一、2016年中国保健品市场规模分析	60
二、中国保健品四大营销模式分析	60
三、中国保健品行业备受外资青睐	61
四、连锁加盟将成保健品营销主流	62
第二节 2015-2016年中国保健食品行业运行透析	63
一、中国保健食品行业发展历程	63
二、我国保健食品市场现状分析	64
三、保健食品行业进入严管时代	65
四、保健食品监督管理条例将出台	66
第三节 2015-2016年中国保健食品市场需求分析	66
一、保健食品总体需求状况分析	66
二、膳食营养补充剂市场发展情况	67
三、2016年中国益生菌市场分析	68
第四节 2015-2016年中国保健食品发展存在的问题分析	68
一、产品定位与功能结构不合理	68
二、保健食品行业监管尚存漏洞	69
三、保健食品虚假宣传误导消费	70
四、产品质量水平参差不齐	71
第五节 2015-2016年中国保健食品发展对策与建议	71

第五章 2011-2016年中国营养保健食品行业经济运行状况	74
第一节 2015-2016年中国营养保健食品行业发展分析	74
一、2015年中国营养保健食品行业发展概况	74
二、2016年中国营养保健食品行业发展概况	76
第二节 2011-2016年中国营养保健食品行业总体规模分析	79
一、2011-2016年中国营养保健食品行业企业规模分析	79
二、2011-2016年中国营养保健食品行业人员规模统计	82
三、2011-2016年中国营养保健食品行业资产规模分析	82
四、2011-2016年中国营养保健食品行业负债规模分析	83
五、2011-2016年中国营养保健食品行业市场规模分析	84
第三节 2011-2016年中国营养保健食品行业供需平衡分析	87
一、2011-2016年中国营养保健食品行业产成品分析	87
二、2015-2016年中国营养保健食品行业供给区域分布	88
三、2011-2016年中国营养保健食品行业销售产值分析	89
四、2015-2016年中国营养保健食品行业需求区域分布	89
第四节 2011-2016年中国营养保健食品行业投资状况分析	91
一、2011-2016年中国营养保健食品行业投资增长分析	91
二、2015-2016年中国营养保健食品行业投资区域分布	94
三、2015-2016年不同规模营养保健食品企业资产总额分析	96
四、2015-2016年不同性质营养保健食品企业资产总额分析	97
第五节 2016年中国营养保健食品行业总体结构特征分析	98
一、2016年中国营养保健食品行业经济类型结构	98
二、2016年中国营养保健食品企业规模结构分析	99
三、2016年中国营养保健食品行业区域结构特征	100
第六章 2011-2016年中国营养保健食品行业经济运行效益分析	103
第一节 2011-2016年中国营养保健食品行业获利能力分析	103
一、2011-2016年中国营养保健食品行业利润总额分析	103
二、2015-2016年不同规模营养保健食品企业获利能力分析	104
三、2015-2016年不同性质营养保健食品企业获利能力分析	104
四、2015-2016年中国主要省区营养保健食品行业获利能力	105
第二节 2011-2016年中国营养保健食品行业经营效益分析	108

- 一、2011-2016年中国营养保健食品行业偿债能力分析 108
- 二、2011-2016年中国营养保健食品行业盈利能力分析 111
- 三、2011-2016年中国营养保健食品行业毛利率分析 115
- 四、2011-2016年中国营养保健食品行业运营能力分析 118
- 第三节 2011-2016年中国营养保健食品行业成本费用分析 122
- 一、2011-2016年中国营养保健食品行业销售成本分析 122
- 二、2011-2016年中国营养保健食品行业销售费用分析 122
- 三、2011-2016年中国营养保健食品行业管理费用分析 123
- 四、2011-2016年中国营养保健食品行业财务费用分析 124

第七章 2011-2016年中国营养保健食品行业区域结构分析 125

第一节 2011-2016年中国主要区域营养保健食品行业发展分析 125

- 一、2011-2016年华北地区营养保健食品行业发展情况 125
- 二、2011-2016年东北地区营养保健食品行业发展情况 126
- 三、2011-2016年华东地区营养保健食品行业发展情况 127
- 四、2011-2016年华中地区营养保健食品行业发展情况 128
- 五、2011-2016年华南地区营养保健食品行业发展情况 129
- 六、2011-2016年西南地区营养保健食品行业发展情况 130
- 七、2011-2016年西北地区营养保健食品行业发展情况 131

第二节 2011-2016年中国重点省区营养保健食品行业发展分析 132

- 一、2011-2016年广东省营养保健食品行业发展分析 132
- 二、2011-2016年山东省营养保健食品行业发展分析 134
- 三、2011-2016年江苏省营养保健食品行业发展分析 135
- 四、2011-2016年浙江省营养保健食品行业发展分析 137
- 五、2011-2016年北京市营养保健食品行业发展分析 139

第八章 2016年中国营养保健食品行业经济运行状况 141

第一节 2016年中国营养保健食品行业发展分析 141

第二节 2016年不同规模营养保健食品企业发展分析 143

- 一、2016年大型营养保健食品企业发展分析 143
- 二、2016年中型营养保健食品企业发展分析 144
- 三、2016年小型营养保健食品企业发展分析 145

第三节 2016年不同性质营养保健食品企业总体规模分析 146

- 一、2016年国有营养保健食品企业发展分析 146
- 二、2016年集体营养保健食品企业发展分析 147
- 三、2016年股份合作制营养保健食品企业发展分析 148
- 四、2016年股份制营养保健食品企业发展分析 149
- 五、2016年民营营养保健食品企业发展分析 149
- 六、2016年外资营养保健食品企业发展分析 150
- 七、2016年其他性质营养保健食品企业发展分析 151

第四节 2016年中国营养保健食品行业区域分布 152

- 一、2016年中国营养保健食品行业企业区域分布 152
- 二、2016年中国营养保健食品行业资产区域分布 154
- 三、2016年中国营养保健食品行业收入区域分布 155
- 四、2016年中国营养保健食品行业供给区域分布 156
- 五、2016年中国营养保健食品行业需求区域分布 157
- 六、2016年中国营养保健食品行业获利区域分布 158

第五节 2016年中国营养保健食品行业经营效益分析 159

- 一、2016年中国营养保健食品行业偿债能力分析 159
- 二、2016年中国营养保健食品行业盈利能力分析 161
- 三、2016年中国营养保健食品行业运营能力分析 168
- 四、2016年中国营养保健食品行业成本费用分析 173

第九章 2015-2016年中国保健食品市场消费调研分析 174

第一节 影响保健食品需求的因素 174

- 一、消费者认知 174
- 二、消费者收入 175
- 三、保健食品的消费心理 176
- 四、保健食品功效夸大 177
- 五、消费者对保健食品产生信任危机 178

第二节 2015-2016年中国保健食品市场消费调研 179

- 一、保健食品市场最受关注十大品牌 179
- 二、保健食品功效关注调研 180
- 三、保健食品价格敏感度调研 180

四、保健食品的食用频率	181
第三节 2015-2016年中国保健食品需求结构分析	181
一、城乡需求结构	181
二、不同群体需求结构	182
1、儿童	182
2、女性	182
3、老年人	183
三、地域差异	183
1、东部地区	183
2、中部地区	184
3、西部地区	184
四、各线城市差异	185
1、一线城市--以上海、北京为例	185
2、二线城市--以杭州、沈阳为例	186
第十章 2015-2016年中国保健食品消费市场分析	187
第一节 2015-2016年中国保健食品消费者分析	187
一、现代人的保健观念	187
二、保健食品消费者消费行为分析	188
三、保健食品消费群体分析	189
第二节 2015-2016年中国保健食品消费者市场分析	189
一、中老年保健食品市场发展分析	189
二、女性保健食品市场发展状况分析	191
三、儿童青少年保健食品市场发展状况	192
第三节 2015-2016年中国保健食品热点产品市场分析	194
一、“---”功能保健食品市场分析	194
二、“---”功能保健食品市场分析	194
三、“排铅”功能保健食品市场分析	195
四、“---”功能保健食品市场分析	196
五、抗辐射功能保健食品市场	197
六、---、补脑类保健品产品市场分析	198
七、降血糖雷保健食品产品市场分析	198

第十一章 2015-2016年中国保健食品企业营销策略分析 201

第一节 2015-2016年中国保健食品营销策略分析 201

一、保健食品营销战略四大致命误解 201

二、注重产品品质 202

三、把承诺落在实处 202

四、注重消费者感受 202

五、树立良好的营销心态 203

第二节 2015-2016年中国保健食品产业销售渠道分析 203

一、药店 203

二、超市 204

三、电子商务 204

四、直销 204

第三节 2015-2016年中国保健品市场营销案例解析 205

一、太阳神---ci理念的先行者 205

二、三株---人海---的先驱 207

三、脑白金---礼品概念的最大赢家 209

四、红桃k---农村市场战略的胜利者 211

五、太太---创新守住女人阵地 214

六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑 216

第四节 2015-2016年中国保健品市场营销策略建议 217

一、理性回归---从严谨的市调开始 217

二、产品延伸---1+1大于2 218

三、精准定位---创造差异诉求 219

四、善用媒介---科学投放策略 219

五、终端制胜---软硬兼施见真功 220

六、广告创新---实效的增值之道 221

七、范式变革---企业角色转换 223

八、品牌营销---直面市场未来 223

九、科技应用---技术创新促发展 224

第十二章 2015-2016年中国保健食品市场竞争态势分析 226

第一节 2015-2016年中国保健食品竞争总况	226
一、保健食品市场竞争概况	226
二、保健食品品牌竞争分析	226
三、保健食品营销渠道竞争	227
第二节 2015-2016年中国保健食品行业集中度分析	228
一、行业资产集中度分析	228
二、行业销售集中度分析	229
三、行业利润集中度分析	229
第三节 2016-2022年中国保健食品竞争趋势分析	230
第十三章 2016年中国营养保健食品重点企业竞争力分析	232
第一节 上海交大昂立股份有限公司	232
一、企业基本情况	232
二、2016年企业经营情况分析	232
三、2016年企业经济指标分析	233
四、2016年企业盈利能力分析	234
五、2016年企业偿债能力分析	234
六、2016年企业运营能力分析	235
七、2016年企业成长能力分析	235
八、2016年企业成本费用分析	236
九、企业发展战略及未来展望	236
第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司	237
一、企业基本情况	237
二、2016年企业经营情况分析	237
三、2016年企业经济指标分析	239
四、2016年企业盈利能力分析	240
五、2016年企业偿债能力分析	240
六、2016年企业运营能力分析	240
七、2016年企业成长能力分析	241
八、2016年企业成本费用分析	241
九、企业发展战略及未来展望	242
第三节 宝健(中国)日用品有限公司	243

- 一、公司基本情况 243
- 二、2016年企业主要经济指标 243
- 三、2016年企业偿债能力分析 244
- 四、2016年企业盈利能力分析 244
- 五、2016年企业运营能力分析 244
- 六、2016年企业成本费用分析 245
- 第四节 完美(中国)日用品有限公司 245
 - 一、公司基本情况 245
 - 二、2016年企业主要经济指标 246
 - 三、2016年企业偿债能力分析 246
 - 四、2016年企业盈利能力分析 247
 - 五、2016年企业运营能力分析 247
 - 六、2016年企业成本费用分析 247
- 第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司 248
 - 一、公司基本情况 248
 - 二、2016年企业主要经济指标 248
 - 三、2016年企业偿债能力分析 249
 - 四、2016年企业盈利能力分析 249
 - 五、2016年企业运营能力分析 250
 - 六、2016年企业成本费用分析 250
- 第六节 康宝莱(中国)保健品有限公司 251
 - 一、公司基本情况 251
 - 二、2016年企业主要经济指标 251
 - 三、2016年企业偿债能力分析 252
 - 四、2016年企业盈利能力分析 252
 - 五、2016年企业运营能力分析 252
 - 六、2016年企业成本费用分析 253
- 第七节 岳阳市本草生物工程有限公司 253
 - 一、公司基本情况 253
 - 二、2016年企业主要经济指标 254
 - 三、2016年企业偿债能力分析 254
 - 四、2016年企业盈利能力分析 255

五、2016年企业运营能力分析	255
六、2016年企业成本费用分析	255
第八节 广州黄振龙凉茶有限公司	256
一、公司基本情况	256
二、2016年企业主要经济指标	257
三、2016年企业偿债能力分析	257
四、2016年企业盈利能力分析	257
五、2016年企业运营能力分析	258
六、2016年企业成本费用分析	258
第九节 南京九蜂堂蜂产品有限公司	259
一、公司基本情况	259
二、2016年企业主要经济指标	259
三、2016年企业偿债能力分析	260
四、2016年企业盈利能力分析	260
五、2016年企业运营能力分析	260
六、2016年企业成本费用分析	261
第十节 深圳市博康保健品有限公司	262
一、公司基本情况	262
二、2016年企业主要经济指标	262
三、2016年企业偿债能力分析	263
四、2016年企业盈利能力分析	263
五、2016年企业运营能力分析	263
六、2016年企业成本费用分析	263
第十一节 蓬莱华泰保健品有限公司	264
一、公司基本情况	264
二、2016年企业主要经济指标	264
三、2016年企业偿债能力分析	265
四、2016年企业盈利能力分析	265
五、2016年企业运营能力分析	266
六、2016年企业成本费用分析	266
第十二节 江西汪氏蜜蜂园有限公司	267
一、公司基本情况	267

二、2016年企业主要经济指标	268
三、2016年企业偿债能力分析	268
四、2016年企业盈利能力分析	269
五、2016年企业运营能力分析	269
六、2016年企业成本费用分析	269
第十三节 无锡健特药业有限公司	270
一、公司基本情况	270
二、2016年企业主要经济指标	271
三、2016年企业偿债能力分析	271
四、2016年企业盈利能力分析	272
五、2016年企业运营能力分析	272
六、2016年企业成本费用分析	272
第十四节 无锡健特生物工程有限公司	273
一、公司基本情况	273
二、2016年企业主要经济指标	274
三、2016年企业偿债能力分析	274
四、2016年企业盈利能力分析	274
五、2016年企业运营能力分析	275
六、2016年企业成本费用分析	275
第十五节 中健行集团有限公司	276
一、公司基本情况	276
二、2016年企业主要经济指标	277
三、2016年企业偿债能力分析	277
四、2016年企业盈利能力分析	277
五、2016年企业运营能力分析	278
六、2016年企业成本费用分析	278
第十六节 南方李锦记有限公司	279
一、公司基本情况	279
二、2016年企业主要经济指标	280
三、2016年企业偿债能力分析	280
四、2016年企业盈利能力分析	280
五、2016年企业运营能力分析	281

六、2016年企业成本费用分析	281
第十七节 深圳万基药业有限公司	282
一、公司基本情况	282
二、2016年企业主要经济指标	283
三、2016年企业偿债能力分析	283
四、2016年企业盈利能力分析	283
五、2016年企业运营能力分析	284
六、2016年企业成本费用分析	284
第十八节 天津天狮生物发展有限公司	285
一、公司基本情况	285
二、2016年企业主要经济指标	285
三、2016年企业偿债能力分析	286
四、2016年企业盈利能力分析	286
五、2016年企业运营能力分析	287
六、2016年企业成本费用分析	287
第十四章 2016-2022年中国营养保健食品行业前景预测分析	289
第一节 2016-2022年中国营养保健食品行业发展趋势分析	289
一、保健食品功能发展趋向专一化	289
二、中药保健食品具有独特的发展优势	289
三、高新技术生产保健食品是未来发展方向	289
四、基因食品将成为未来保健食品发展主流	290
第二节 2016-2022年中国营养保健食品市场预测分析	290
一、中国营养保健食品市场前景分析	290
二、营养保健食品市场规模预测分析	291
三、卫生与健康包装食品零售规模预测	291
第三节 2016-2022年中国营养保健食品市场盈利预测分析	292
第十五章 2016-2022年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析	293
第一节 2016-2022年中国营养保健食品行业投资环境分析	293
一、营养保健食品市场拉动	293
二、营养保健食品科技推动	295

三、营养保健食品管理带动	295
第二节 2016-2022年中国营养保健食品行业投资机会分析	296
一、营养保健食品投资吸引力分析	296
二、营养保健食品行业投资区域分析	297
第三节 2016-2022年中国营养保健食品行业投资风险分析	298
一、政策监管风险	298
二、市场竞争风险	298
三、原料市场风险	299
四、食品安全风险	299
第四节 2016-2022年中国营养保健食品投资策略及建议	300
附：报告说明	301

图表目录：

图表 1 保健食品功用情况表	21
图表 2 2010-2015年全球营养保健品产业情况	28
图表 3 2010-2015年全球主要地区保健食品市场规模统计	28
图表 4 2010-2016年日本各类特定保健食品市场规模	35
图表 5 2010-2016年中国国内生产总值及增长速度趋势图	43
图表 6 2010-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图	44
图表 7 2010-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	46
图表 8 2010-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	47
图表 9 2010-2016年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图	47
图表 10 2010-2016年农村居民纯收入及增长情况统计	48
图表 11 2010-2016年农村居民人均消费性支出及增长趋势图	48
图表 12 2010-2016年中国进出口总额增长趋势图	49
图表 13 保健食品行业主管部门及相关职责	52
图表 14 中国保健食品行业主要法律法规	53
图表 15 2016年中国人口数及其构成情况	55
图表 16 2010-2016年中国人口数量变化趋势图	56
图表 17 2010-2016年中国城镇化率变化趋势图	56
图表 18 2010-2016年中国老年人口及比重变化趋势图	58
图表 19 2010-2016年中国保健品市场销售额增长趋势	60

图表 20 2010-2016年中国卫生与健康包装食品市场规模变化趋势图 67

图表 21 2010-2015年膳食营养补充剂非直销领域市场规模情况 67

图表 22 2010-2016年中国益生菌冲剂市场规模增长趋势图 68

图表 23 2016年中国营养保健食品行业经济指标统计 74

图表 24 2016年中国营养保健食品行业前五省区企业数量排名 75

图表 25 2016年中国营养保健食品行业前五省区资产总计排名 76

图表 26 2016年中国营养保健食品行业前五省区销售收入排名 76

图表 27 2016年中国营养保健食品行业前五省区利润总额排名 76

图表 28 2016年中国营养保健食品行业经济指标统计 77

图表 29 2016年中国营养保健食品行业前五省区企业数量排名 78

图表 30 2016年中国营养保健食品行业前五省区资产总计排名 78

图表 31 2016年中国营养保健食品行业前五省区销售收入排名 79

图表 32 2016年中国营养保健食品行业前五省区利润总额排名 79

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/B88477ZUAD.html>