

2016-2022年中国保健品市场评估及投资前景分析报告

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年中国保健品市场评估及投资前景分析报告》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/C97161WCW8.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

保健品渗透人群扩大，消费者需求由基础保健向健康美丽演进升级。过去保健品市场主要渗透中老年消费者，需求也以基础保健需求为主。近年来，新生代消费者群体的崛起叠加消费观念转型将有效扩容保健品市场整体需求。体重保持、消化调节等功效精准对接当代女性塑形保养等需求，含有葡萄籽、蔓越莓、胶原蛋白等成分的保健品受到女性消费者的青睐，“美丽经济”有望成为保健品行业的新增长点。此外，“全民健身”及“健康消费”潮流下，运动营养型保健品也从专业运动员渗透到消费大众，各大厂商纷纷顺势推出运动健康保健品。综合来看，可预见未来中国保健品的发展将呈现“老龄人群向中青年人群”、“基础保健向健康美丽”等变化。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国保健品市场评估及投资前景分析报告》共八章。首先介绍了保健品产业相关概念及发展环境，接着分析了中国保健品行业规模及消费需求，然后对中国保健品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国保健品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国保健品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 保健品行业基础及特征 16

第一节 保健品定义及分类 16

一、保健食品定义 16

二、保健品分类 16

三、中国传统保健品 17

第二节 保健食品功能概述 18

一、保健品产品概况 18

二、法定保健品功能 18

三、保健食品功能开发 19

四、保健食品与一般食品药品区别 20

第三节 保健食品制造行业发展分析 21

- 一、保健食品制造行业发展概述 21
- 二、保健食品制造企业数量统计 22
- 三、保健食品制造资产总额分析 22
- 四、保健食品制造销售收入分析 23
- 五、保健食品制造利润总额分析 24
- 六、保健食品制造运营效益分析 25
- 七、保健食品行业市场竞争分析 26
- 八、保健食品行业生命周期分析 26

第二章 中国保健品产业背景 27

第一节 中国宏观经济背景 27

- 一、中国GDP增长情况分析 27
- 二、2016-2022年经济前景预测 28

第二节 中国人口结构分析 29

- 一、中国人口数量 29
- 二、人口结构分析 29

第三节 中国人民生活情况分析 30

- 一、中国恩格尔系数变动情况 30
- 二、中国城乡居民收入分析 31

第四节 中国居民消费支出分析 32

- 一、居民人均消费支出情况 32
- 二、居民消费支出结构分析 32
- 三、医疗保健支出情况分析 33

第三章 中国保健品市场分析 35

第一节 中国保健品行业发展历程 35

- 一、发展起步阶段 35
- 二、启动成长阶段 35
- 三、竞争发展阶段 35
- 四、“信任危机”阶段 35
- 五、“盘整复兴”阶段 36

第二节 中国保健品行业现状 36

一、	企业结构	36
二、	产品分类	37
三、	营销模式	37
四、	竞争形势	38
五、	销售现状	
第三节	中国保健品市场分析	38
一、	中国保健食品市场容量	38
二、	中国保健品产品结构	39
三、	保健品细分市场规模	39
四、	中国保健品品牌结构	40
五、	保健食品市场渠道分析	40
（一）	商超渠道分析	40
（二）	药店渠道分析	41
（三）	电商渠道分析	42
（四）	团购渠道分析	43
（五）	直销渠道分析	43
第四节	中国保健品进出口分析	44
第五节	中国运动保健品行业分析	45
一、	运动保健品相关概述	45
（一）	运动保健品定义	45
（二）	运动保健品分类	45
二、	全球运动保健品产业发展情况	46
（一）	全球运动保健品发展概况	46
（二）	全球运动保健品市场发展的驱动力	46
三、	中国运动保健品产业发展概况	48
（一）	运动保健品发展情况	48
（二）	运动营养品市场规模	48
（三）	运动保健品发展建议	49
第四章	保健食品产品竞争分析	51
第一节	增强免疫力功能	51
一、	产品数量	51

二、部分企业产品类别	51
第二节 辅助降血脂功能	52
一、产品数量	52
二、部分企业产品类别	52
三、降血脂保健品市场规模	53
第三节 辅助降血糖功能	54
一、产品数量	54
二、部分企业产品类别	54
第四节 抗氧化功能	55
一、产品数量	55
二、部分企业产品类别	55
第五节 辅助改善记忆功能	57
一、产品数量	57
二、部分企业产品类别	57
第六节 缓解视疲劳功能	58
一、产品数量	58
二、部分企业产品类别	58
第七节 促进排铅功能	59
一、产品数量	59
二、部分企业产品类别	59
第八节 清咽功能	60
一、产品数量	60
二、部分企业产品类别	61
第九节 辅助降血压功能	62
一、产品数量	62
二、部分企业产品类别	62
第十节 改善睡眠功能	63
一、产品数量	63
二、部分企业产品类别	63
第十一节 促进泌乳功能	64
一、产品数量	64
二、部分企业产品类别	64

第十二节 缓解体力疲劳功能 65

一、产品数量 65

二、部分企业产品类别 65

第十三节 提高缺氧耐受力功能 66

一、产品数量 66

二、部分企业产品类别 66

第十四节 对辐射危害有辅助保护功能 67

一、产品数量 67

二、部分企业产品类别 68

第十五节 减肥功能 69

一、产品数量 69

二、部分企业产品类别 69

三、减肥类保健品市场规模 70

第十六节 改善生长发育功能 70

一、产品数量 70

二、部分企业产品类别 70

第十七节 增加骨密度功能 71

一、产品数量 71

二、部分企业产品类别 71

第十八节 改善营养性贫血 72

一、产品数量 72

二、部分企业产品类别 73

第十九节 祛痤疮功能 74

一、产品数量 74

二、部分企业产品类别 74

第二十节 祛黄褐斑功能 75

一、产品数量 75

二、部分企业产品类别 75

第二十一节 改善皮肤水份功能 77

一、产品数量 77

二、部分企业产品类别 77

第二十二节 调节肠道菌群功能 78

- 一、产品数量 78
- 二、部分企业产品类别 78
- 第二十三节 促进消化功能 80
 - 一、产品数量 80
 - 二、部分企业产品类别 80
- 第二十四节 通便功能 81
 - 一、产品数量 81
 - 二、部分企业产品类别 81
- 第二十五节 对胃粘膜损伤有辅助保护功能 82
 - 一、产品数量 82
 - 二、企业产品类别 82

第五章 中国中药保健品市场发展分析 84

第一节 中药保健品市场发展潜力分析 84

- 一、中药保健品发展状况分析 84
 - (一) 中药保健品种类情况 84
 - (二) 中药保健品市场优势 84
 - (三) 中药保健品发展方向 84
- 二、中药保健品市场规模分析 87
- 三、中药保健品发展存在的问题 88
- 四、中药保健品发展前景分析 89

第二节 中药保健饮料市场发展潜力分析 90

- 一、中药保健饮料研发种类分析 90
- 二、中药保健饮料市场定位分析 91
- 三、中药保健饮料企业情况分析 91
- 四、中药保健饮料存在问题分析 92
- 五、中药保健饮料发展潜力分析 93

第三节 中药保健茶市场发展潜力分析 93

- 一、中药保健茶品种研发情况 93
- 二、中药保健茶发展情况分析 95
- 三、养生保健茶市场规模分析 96
- 四、中药保健茶企业情况分析 96

五、保健养生茶发展瓶颈分析	97
六、保健养生茶市场发展建议	98
七、保健养生茶发展趋势分析	98
第四节 中药保健酒市场发展潜力分析	99
一、中药保健酒市场发展现状	99
二、中药保健酒企业情况分析	99
三、品牌保健酒竞争策略分析	100
四、中药保健酒市场需求分析	106
五、中药保健酒发展趋势分析	106
六、中药保健酒发展潜力分析	108
第五节 中药药膳食品市场发展潜力分析	108
一、药膳食品概念分析	108
二、药膳食品功效分析	109
三、药膳食品分类情况分析	109
四、药膳食品功能性成分分析	110
五、药膳食品细分市场分析	111
(一) 保健类药膳食品市场分析	111
(二) 预防类药膳食品市场分析	111
(三) 治疗类药膳食品市场分析	111
(四) 康复类药膳食品市场分析	111
六、药膳食品市场发展前景分析	112
第六章 中国保健品行业主要上市企业竞争力	113
第一节 山东东阿阿胶股份有限公司	113
一、企业发展基本情况	113
二、企业主要产品分析	113
三、企业经营状况分析	113
四、企业销售网络分析	115
五、企业竞争优势分析	115
六、企业发展战略分析	116
第二节 上海交大昂立股份有限公司	116
一、企业发展基本情况	116

二、企业主要产品分析	117
三、企业经营状况分析	117
四、企业销售网络分析	118
五、企业竞争优势分析	119
第三节 深圳市海王生物工程股份有限公司	119
一、企业发展基本情况	119
二、企业主要产品分析	120
三、企业经营状况分析	120
四、企业销售网络分析	122
五、企业竞争优势分析	122
第四节 重庆太极实业（集团）股份有限公司	123
一、企业发展基本情况	123
二、企业主要产品分析	124
三、企业经营状况分析	125
四、企业销售网络分析	126
五、企业竞争优势分析	126
第五节 海南椰岛（集团）股份有限公司	126
一、企业发展基本情况	126
二、企业主要产品分析	127
三、企业经营状况分析	127
四、企业销售网络分析	128
五、企业竞争优势分析	129
第六节 健康元药业集团股份有限公司	129
一、企业发展基本情况	129
二、企业主要产品分析	129
三、企业经营状况分析	130
四、企业销售网络分析	131
五、企业竞争优势分析	132
第七节 哈药集团股份有限公司	133
一、企业发展基本情况	133
二、企业主要产品分析	134
三、企业经营状况分析	134

四、企业销售网络分析	135
五、企业竞争优势分析	136
六、企业发展战略分析	137
第八节 广誉远中药股份有限公司	138
一、企业发展基本情况	138
二、企业主要产品分析	139
三、企业经营状况分析	139
四、企业竞争优势分析	141
五、企业发展战略分析	141
第七章 中国保健品行业主要非上市企业竞争力	142
第一节 安利中国	142
一、企业发展基本情况	142
二、企业主要产品分析	142
三、企业竞争优势分析	143
四、企业发展战略分析	144
第二节 南方李锦记有限公司	144
一、企业发展基本情况	144
二、企业主要产品分析	145
三、企业营销网络分析	145
四、企业竞争优势分析	145
第三节 完美(中国)有限公司	146
一、企业发展基本情况	146
二、企业主要产品分析	146
三、企业营销网络分析	148
四、企业竞争优势分析	149
第四节 康宝莱(中国)保健品有限公司	150
一、企业发展基本情况	150
二、企业主要产品分析	150
三、企业营销网络分析	151
四、企业竞争优势分析	151
第五节 耶赛明(南通)保健有限公司	152

- 一、企业发展基本情况 152
- 二、企业主要产品分析 152
- 三、企业竞争优势分析 152
- 第六节 山东天地健生物工程有限公司 153
 - 一、企业发展基本情况 153
 - 二、企业主要产品分析 153
 - 三、企业营销网络分析 154
 - 四、企业竞争优势分析 156
- 第七节 珍奥集团股份有限公司 156
 - 一、企业发展基本情况 156
 - 二、企业主要产品分析 157
 - 三、企业营销网络分析 158
 - 四、企业竞争优势分析 158
- 第八节 深圳万基药业有限公司 159
 - 一、企业发展基本情况 159
 - 二、企业主要产品分析 160
 - 三、企业销售网络分析 161
 - 四、企业竞争优势分析 161
 - 五、企业加盟条件分析 162
- 第九节 蓬莱华泰保健品有限公司 163
 - 一、企业发展基本情况 163
 - 二、企业主要产品分析 163
 - 三、企业竞争优势分析 164
- 第十节 天津天狮生物发展有限公司 164
 - 一、企业发展基本情况 164
 - 二、企业主要产品分析 165
 - 三、企业营销网络分析 166
 - 四、企业竞争优势分析 166
 - 五、企业发展战略分析 167
- 第十一节 浙江绍兴东灵保健食品有限公司 167
 - 一、企业发展基本情况 167
 - 二、企业主要产品分析 167

三、企业竞争优势分析 168

第十二节 中健行集团有限公司 168

一、企业发展基本情况 168

二、企业主要产品分析 169

三、企业营销网络分析 170

四、企业竞争优势分析 171

第十三节 无锡健特药业有限公司 171

一、企业发展基本情况 171

二、企业主要产品分析 172

三、企业竞争优势分析 174

第十四节 海南养生堂药业有限公司 174

一、企业发展基本情况 174

二、企业主要产品分析 174

三、企业营销网络分析 175

四、企业竞争优势分析 176

第十五节 江西汪氏蜜蜂园有限公司 176

一、企业发展基本情况 176

二、企业主要产品分析 176

三、企业营销网络分析 177

四、企业竞争优势分析 178

第十六节 广州市合生元生物制品有限公司 179

一、企业发展基本情况 179

二、企业主要产品分析 179

三、企业营销网络分析 180

四、企业竞争优势分析 180

第十七节 武汉华珍药业有限公司 181

一、企业发展基本情况 181

二、企业主要产品分析 181

三、企业竞争优势分析 182

第十八节 山东五莲青莲海藻有限责任公司 182

一、企业发展基本情况 182

二、企业主要产品分析 182

三、企业竞争优势分析	182
第十九节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司	182
一、企业发展基本情况	182
二、企业主要产品分析	183
三、企业营销网络分析	183
四、企业竞争优势分析	184
第二十节 江西国林健康科技发展有限责任公司	184
一、企业发展基本情况	184
二、企业主要产品分析	184
三、企业竞争优势分析	185
第二十一节 无锡市富仁生物科技有限公司	185
一、企业发展基本情况	185
二、企业主要产品分析	186
三、企业竞争优势分析	186
第二十二节 苏州市郎力福保健品有限公司	187
一、企业发展基本情况	187
二、企业主要产品分析	187
三、企业竞争优势分析	187
第二十三节 杭州民生药业有限公司	188
一、企业发展基本情况	188
二、企业主要产品分析	189
三、企业竞争优势分析	190
第二十四节 中美上海施贵宝制药有限公司	190
一、企业发展基本情况	190
二、企业主要产品分析	190
三、企业竞争优势分析	191
第二十五节 南京长澳制药有限公司	192
一、企业发展基本情况	192
二、企业主要产品分析	192
三、企业竞争优势分析	192
第二十六节 广东大印象（集团）有限公司	193
一、企业发展基本情况	193

二、企业主要产品分析 193

三、企业营销网络分析 194

四、企业发展战略分析 195

第二十七节 顺德康富来保健品有限公司 195

一、企业发展基本情况 195

二、企业主要产品分析 195

三、企业竞争优势分析 196

第二十八节 云南盘龙云海药品经营有限公司 196

一、企业发展基本情况 196

二、企业主要产品分析 197

三、企业营销网络分析 198

四、企业竞争优势分析 198

五、企业发展战略分析 198

第八章 2016-2022年中国保健品行业投资前景 199 (ZY CW)

第一节 中国保健品行业SWOT分析 199

一、中国保健品行业优势分析 199

二、中国保健品行业劣势分析 199

三、中国保健品行业面临机遇与挑战 200

四、对中国保健品生产企业建议 201

第二节 保健食品行业投资特性分析 202

一、保健食品行业投资环境 202

(一) 保健食品市场拉动 202

(二) 保健食品科技推动 204

(三) 保健食品管理带动 204

二、保健食品行业投资壁垒 205

三、保健食品行业投资潜力 206

第三节 保健食品行业投资风险分析 207

一、政策监管风险分析 207

二、市场竞争风险分析 207

三、原料市场风险分析 208

四、食品安全风险分析 208

第四节 中国保健品行业发展预测 208

图表目录：

图表 1 保健品分类图 17

图表 2 保健品分类说明 17

图表 3 中国保健食品的功能范围 19

图表 4 2014-2015年中国保健食品行业经济指标统计 21

图表 5 2012-2015年中国保健食品制造企业数量变化趋势图 22

图表 6 2011-2015年保健食品制造资产总额统计 23

图表 7 2011-2015年保健食品制造资产变化趋势图 23

图表 8 2011-2015年保健食品制造销售收入统计 23

图表 9 2011-2015年保健食品制造销售收入变化趋势图 24

图表 10 2011-2015年保健食品制造利润总额统计 24

图表 11 2011-2015年保健食品制造利润变化趋势图 25

图表 12 2011-2015年保健食品制造毛利率情况 25

图表 13 2011-2015年保健食品制造销售利润率情况 26

图表 14 2010-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 27

图表 15 2014-2015年国内生产总值构成及增长速度统计 28

图表 16 2011-2015年中国人口总量增长趋势图 29

图表 17 2014年全国人口数及其构成 30

图表 18 2011-2015年中国城镇居民及农村居民家庭恩格尔系数统计 31

图表 19 2010-2015年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图 32

图表 20 2011-2015年中国城乡居民人均现金消费支出情况 32

图表 21 城镇居民家庭人均现金消费支出结构图 33

图表 22 农村居民家庭人均现金消费支出结构图 33

图表 23 2012-2015年中国城乡居民人均现金消费医疗保健支出及占比情况 34

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/C97161WCW8.html>