

# 2016-2022年中国保健品市场 调查与投资风险报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国保健品市场调查与投资风险报告》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/K77161D13V.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

在中国，养生保健一直是传统文化中的重要元素。随着国内经济文化水平的不断提高，大众对自身的健康越来越关注，自我保健意识也越来越强，越来越科学理性。我国已成为世界保健(功能)食品产业重要的原料供应和委托生产国。

国内保健食品市场呈现出“三分天下”的格局：即以中医理论为基础，以药用植物为原料的产品;以营养学理论为基础，以各类营养物质为资源的营养补充剂;以生物学为理论基础，通过生物转化生成的产品。

作为国际新兴医药保健市场的中国，近年来一直保持着良好的发展势头，呈现出巨大的市场活力和发展空间。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国保健品市场调查与投资风险报告》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 保健品行业相关概述

#### 1.1 保健品行业定义及特点

##### 1.1.1 保健品行业的定义

##### 1.1.2 保健品行业产品/服务特点

#### 1.2 保健品行业统计标准

##### 1.2.1 保健品行业统计口径

##### 1.2.2 保健品行业统计方法

##### 1.2.3 保健品行业数据种类

##### 1.2.4 保健品行业研究范围

#### 1.3 保健品行业经营模式分析

##### 1.3.1 生产模式

##### 1.3.1 采购模式

### 1.3.1 销售模式

## 第二章 保健品行业市场特点概述

### 2.1 行业市场概况

#### 2.1.1 行业市场特点

#### 2.1.2 行业市场化程度

#### 2.1.3 行业利润水平及变动趋势

### 2.2 进入本行业的主要障碍

#### 2.2.1 资金准入障碍

#### 2.2.2 市场准入障碍

#### 2.2.3 技术与人才障碍

#### 2.2.4 其他障碍

### 2.3 行业的周期性、区域性

#### 2.3.1 行业周期分析

##### 1、行业的周期波动性

##### 2、行业产品生命周期

#### 2.3.2 行业的区域性

### 2.4 我国保健品行业驱动因素分析

#### 2.4.1 人均收入水平持续提升

#### 2.4.2 老龄化趋势加速蔓延

#### 2.4.3 城镇化使农民消费市民化，保健品支出增加

#### 2.4.4 亚健康人群呈扩大趋势，人们养生、防病诉求增加

#### 2.4.5 国家政策扶持，保健食品行业迎发展生机

#### 2.4.6 保健品迎两大利好政策

##### 1、保健食品要改成备案制

##### 2、直销牌照可在线申请

## 第三章 2016年中国保健品行业发展环境分析

### 3.1 保健品行业政治法律环境（P）

#### 3.1.1 行业主管部门分析

#### 3.1.2 行业监管体制分析

#### 3.1.3 行业主要法律法规

- 3.1.4 相关产业政策分析
- 3.1.5 行业相关发展规划
- 3.1.6 政策环境对行业的影响
- 3.2 保健品行业经济环境分析（E）
  - 3.2.1 宏观经济形势分析
  - 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
- 3.3 保健品行业社会环境分析（S）
  - 3.3.1 保健品产业社会环境
  - 3.3.2 社会环境对行业的影响
- 3.4 保健品行业技术环境分析（T）
  - 3.4.1 保健品技术分析
    - 1、技术水平总体发展情况
    - 2、中国保健品行业新技术研究
  - 3.4.2 保健品技术发展水平
    - 1、中国保健品行业技术水平所处阶段
    - 2、与国外保健品行业的技术差距
  - 3.4.3 行业主要技术发展趋势
  - 3.4.4 技术环境对行业的影响

#### 第四章 全球保健品行业发展概述

- 4.1 2016年全球保健品行业发展情况概述
  - 4.1.1 全球保健品行业发展现状
  - 4.1.2 全球保健品行业发展特征
  - 4.1.3 全球保健品行业市场规模
- 4.2 2016年全球主要地区保健品行业发展状况
  - 4.2.1 欧洲保健品行业发展情况概述
  - 4.2.2 美国保健品行业发展情况概述
  - 4.2.3 日韩保健品行业发展情况概述
- 4.3 2016-2022年全球保健品行业趋势预测分析
  - 4.3.1 全球保健品行业市场规模预测
  - 4.3.2 全球保健品行业趋势预测分析
  - 4.3.3 全球保健品行业发展趋势分析

#### 4.4 全球保健品行业重点企业发展动态分析

### 第五章 中国保健品行业发展概述

#### 5.1 中国保健品行业发展状况分析

##### 5.1.1 中国保健品行业发展阶段

##### 5.1.2 中国保健品行业发展总体概况

##### 5.1.3 中国保健品行业发展特点分析

#### 5.2 2016年保健品行业发展现状

##### 5.2.1 2016年中国保健品行业市场规模

##### 5.2.2 2016年中国保健品行业发展分析

##### 5.2.3 2016年中国保健品企业发展分析

#### 5.3 2016-2022年中国保健品行业面临的困境及对策

##### 5.3.1 中国保健品行业面临的困境及对策

###### 1、中国保健品行业面临困境

###### 2、中国保健品行业对策探讨

##### 5.3.2 中国保健品企业发展困境及策略分析

###### 1、中国保健品企业面临的困境

###### 2、中国保健品企业的对策探讨

##### 5.3.3 国内保健品企业的出路分析

#### 5.4 互联网+对保健品行业的影响分析

##### 5.4.1 互联网+时代保健品行业发展环境变化

##### 5.4.2 互联网+给保健品行业发展带来的挑战

###### 1、互联网下保健品行业营销环节面临的挑战

###### 2、互联网下保健品行业组织管理面临的挑战

###### 3、互联网下保健品行业客户关系管理的挑战

##### 5.4.3 互联网+给保健品行业发展带来的机遇

##### 5.4.4 互联网+时代保健品行业市场发展分析

### 第六章 中国保健品行业市场运行分析

#### 6.1 2014-2016年中国保健品行业总体规模分析

##### 6.1.1 企业数量结构分析

##### 6.1.2 人员规模状况分析

- 6.1.3 行业资产规模分析
- 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2014-2016年中国保健品行业产销情况分析
  - 6.2.1 中国保健品行业工业总产值
  - 6.2.2 中国保健品行业工业销售产值
  - 6.2.3 中国保健品行业产销率
- 6.3 2014-2016年中国保健品行业市场供需分析
  - 6.3.1 中国保健品行业供给分析
  - 6.3.2 中国保健品行业需求分析
  - 6.3.3 中国保健品行业供需平衡
- 6.4 2014-2016年中国保健品行业财务指标总体分析
  - 6.4.1 行业盈利能力分析
  - 6.4.2 行业偿债能力分析
  - 6.4.3 行业营运能力分析
  - 6.4.4 行业发展能力分析

## 第七章 中国保健品行业细分市场调研

- 7.1 保健品行业细分市场概况
  - 7.1.1 市场细分充分程度
  - 7.1.2 市场细分发展趋势
  - 7.1.3 市场细分战略研究
  - 7.1.4 细分市场结构分析
- 7.2 营养型（营养食品）保健品市场
  - 7.2.1 市场发展现状概述
  - 7.2.2 行业市场规模分析
  - 7.2.3 行业市场需求分析
  - 7.2.4 产品市场潜力分析
- 7.3 强化营养型保健品市场
  - 7.3.1 市场发展现状概述
  - 7.3.2 行业市场规模分析
  - 7.3.3 行业市场需求分析
  - 7.3.4 产品市场潜力分析

## 7.4 机能型保健品市场

### 7.4.1 市场发展现状概述

### 7.4.2 行业市场规模分析

### 7.4.3 行业市场需求分析

### 7.4.4 产品市场潜力分析

## 7.5 机能因子型保健品市场

### 7.5.1 市场发展现状概述

### 7.5.2 行业市场规模分析

### 7.5.3 行业市场需求分析

### 7.5.4 产品市场潜力分析

## 7.6 Sansheng Consulting建议

### 7.6.1 细分市场评估结论

### 7.6.2 细分市场建议

## 第八章 中国保健品行业上、下游产业链分析

### 8.1 保健品行业产业链概述

#### 8.1.1 产业链定义

#### 8.1.2 保健品行业产业链

### 8.2 保健品行业主要上游产业发展分析

#### 8.2.1 上游产业发展现状

#### 8.2.2 上游产业供给分析

#### 8.2.3 上游供给价格分析

#### 8.2.4 主要供给企业分析

### 8.3 保健品行业主要下游产业发展分析

#### 8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

#### 8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

#### 8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

#### 8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业调研

## 第九章 中国保健品行业市场竞争格局分析

### 9.1 中国保健品行业竞争格局分析

#### 9.1.1 保健品行业区域分布格局



- 9.1.2 保健品行业企业规模格局
- 9.1.3 保健品行业企业性质格局
- 9.2 中国保健品行业竞争五力分析
  - 9.2.1 保健品行业上游议价能力
  - 9.2.2 保健品行业下游议价能力
  - 9.2.3 保健品行业新进入者威胁
  - 9.2.4 保健品行业替代产品威胁
  - 9.2.5 保健品行业现有企业竞争
- 9.3 中国保健品行业竞争SWOT分析
  - 9.3.1 保健品行业优势分析（S）
  - 9.3.2 保健品行业劣势分析（W）
  - 9.3.3 保健品行业机会分析（O）
  - 9.3.4 保健品行业威胁分析（T）
- 9.4 中国保健品行业投资兼并重组整合分析
  - 9.4.1 投资兼并重组现状
  - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国保健品行业重点企业竞争策略分析

## 第十章 保健品行业领先企业竞争力分析

- 10.1 湖南九芝堂股份有限公司竞争力分析
  - （1）企业发展简况分析
  - （2）企业经营情况分析
  - （3）企业竞争优势分析
- 10.2 海王生物工程股份有限公司竞争力分析
  - （1）企业发展简况分析
  - （2）企业经营情况分析
  - （3）企业竞争优势分析
- 10.3 山东东阿阿胶股份有限公司竞争力分析
  - （1）企业发展简况分析
  - （2）企业经营情况分析
  - （3）企业竞争优势分析
- 10.4 江西江中药业股份有限公司竞争力分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业竞争优势分析

#### 10.5 健康元药业集团股份有限公司竞争力分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业竞争优势分析

#### 10.6 上海交大昂立股份有限公司竞争力分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业竞争优势分析

#### 10.7 汤臣倍健股份有限公司竞争力分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业竞争优势分析

#### 10.8 保龄宝生物股份有限公司竞争力分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业竞争优势分析

#### 10.9 健安喜竞争力分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业竞争优势分析

#### 10.10 Puritan s Pride公司竞争力分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业竞争优势分析

### 第十一章 2016-2022年中国保健品行业发展趋势与前景分析

#### 11.1 2016-2022年中国保健品市场趋势预测

##### 11.1.1 2016-2022年保健品市场发展潜力

##### 11.1.2 2016-2022年保健品市场趋势预测展望

11.1.3 2016-2022年保健品细分行业趋势预测分析

11.2 2016-2022年中国保健品市场发展趋势预测

11.2.1 2016-2022年保健品行业发展趋势

11.2.2 2016-2022年保健品市场规模预测

11.2.3 2016-2022年保健品行业应用趋势预测

11.2.4 2016-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2016-2022年中国保健品行业供需预测

11.3.1 2016-2022年中国保健品行业供给预测

11.3.2 2016-2022年中国保健品行业需求预测

11.3.3 2016-2022年中国保健品供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2016-2022年中国保健品行业行业前景调研

12.1 保健品行业投资现状分析

12.1.1 保健品行业投资规模分析

12.1.2 保健品行业投资资金来源构成

12.1.3 保健品行业投资项目建设分析

12.1.4 保健品行业投资资金用途分析

12.1.5 保健品行业投资主体构成分析

12.2 保健品行业投资特性分析

12.2.1 保健品行业进入壁垒分析

12.2.2 保健品行业盈利模式分析

12.2.3 保健品行业盈利因素分析

12.3 保健品行业投资机会分析

12.3.1 产业链投资机会

12.3.2 细分市场投资机会

12.3.3 重点区域投资机会

12.3.4 产业发展的空白点分析

12.4 保健品行业投资前景分析

12.4.1 保健品行业政策风险

12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 产品结构风险

12.4.6 技术研发风险

12.4.7 其他投资前景

12.5 保健品行业投资潜力与建议

12.5.1 保健品行业投资潜力分析

12.5.2 保健品行业最新投资动态

12.5.3 保健品行业投资机会与建议

第十三章 2016-2022年中国保健品企业投资规划建议与客户策略分析

13.1 保健品企业投资前景规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 保健品企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 保健品企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

## 13.4 保健品中小企业投资前景研究

### 13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的投资前景
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

### 13.4.2 中小企业投资前景思考

- 1、实施科学的投资前景
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

## 第十四章 研究结论及建议

### 14.1 研究结论

### 14.2 建议

#### 14.2.1 行业投资策略建议

#### 14.2.2 行业投资方向建议

#### 14.2.3 行业投资方式建议

## 第十五章 电商行业发展分析

### 15.1 电子商务发展分析

#### 15.1.1 电子商务定义及发展模式分析

#### 15.1.2 中国电子商务行业政策现状

#### 15.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

### 15.2 “互联网+”的相关概述

#### 15.2.1 “互联网+”的提出

#### 15.2.2 “互联网+”的内涵

#### 15.2.3 “互联网+”的发展

#### 15.2.4 “互联网+”的评价

#### 15.2.5 “互联网+”的趋势

## 15.3 电商市场现状及建设情况

### 15.3.1 电商总体开展情况

### 15.3.2 电商案例分析

### 15.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

## 15.4 电商行业未来前景及趋势预测

### 15.4.1 电商市场规模预测分析

### 15.4.2 电商发展前景分析

## 图表目录：

图表：保健品行业特点

图表：保健品行业生命周期

图表：保健品行业产业链分析

图表：2014-2016年保健品行业市场规模分析

图表：2016-2022年保健品行业市场规模预测

图表：中国保健品行业盈利能力分析

图表：中国保健品行业运营能力分析

图表：中国保健品行业偿债能力分析

图表：中国保健品行业发展能力分析

图表：中国保健品行业经营效益分析

图表：中美保健品产品结构分析

图表：保健品各子行业份额居前公司

图表：2014-2016年我国保健品行业盈利能力分析

图表：注册制下保健品批文审核流程

图表：天猫上保健品SKU非常丰富

图表：常见快消品电商适销性比较

图表：2014-2016年我国保健品线下实体店零售额分析

图表：2014-2016年我国保健品直销份额分析

图表：中美运动营养品行业增长率对比

图表：2014-2016年我国保健品电商渠道销售额分析

图表：2014-2016年我国保健品各渠道份额变化

图表：国内保健品制造企业毛利率和净利率分析

图表：保健品消费市场驱动因素分析

图表：互联网+保健品行业发展存在的问题

图表：保健品行业电子商务应用方式

图表：保健品行业电子商务模式价值链

图表：保健品行业电子商务模式竞争格局

图表：保健品电子商务运营模式

图表：2014-2016年中国微商行业商户规模预测

图表：2016年中国微商商户行业分布

图表：网购用户心理偏好分析

图表：2014-2016年保健品重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国保健品行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国保健品行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国保健品行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国保健品竞争力分析

图表：2016-2022年中国保健品产能预测

图表：2016-2022年中国保健品消费量预测

图表：2016-2022年中国保健品市场趋势分析

图表：2016-2022年中国保健品市场价格走势预测

图表：2016-2022年中国保健品趋势预测分析

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/K77161D13V.html>