

2022-2027年中国保健品市场全景评估及投资规划 建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国保健品市场全景评估及投资规划建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com/channel/health_products/764405.html

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

保健品是保健食品的通俗说法。GB16740-97《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为：“保健（功能）食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。”所以在产品的宣传上，也不能出现有效率、成功率等相关的词语。

保健食品的保健作用在当今的社会中，也正在逐步被广大群众所接受。

保健品是中国大陆的一般称呼，在国外包括港澳台地区一般称之为：膳食补充剂。

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

第一节 保健品定义及分类

一、保健食品定义

二、保健品分类

三、中国传统保健品

第二节 保健食品功能概述

一、保健品产品概况

二、法定保健品功能

三、保健食品功能开发

四、保健食品与一般食品药品区别

第三节 保健食品制造行业发展分析

一、保健食品制造行业发展概述

二、保健食品制造企业数量统计

三、保健食品制造资产总额分析

四、保健食品制造销售收入分析

五、保健食品制造利润总额分析

六、保健食品制造运营效益分析

七、保健食品行业市场竞争分析

八、保健食品行业生命周期分析

第二章 中国保健品产业背景

第一节 中国宏观经济背景

一、中国GDP增长情况分析

二、2022-2027年经济前景预测

第二节 中国人口结构分析

一、中国人口数量

二、人口结构分析

第三节 中国人民生活情况分析

一、中国恩格尔系数变动情况

二、中国城乡居民收入分析

第四节 中国居民消费支出分析

一、居民人均消费支出情况

二、居民消费支出结构分析

三、医疗保健支出情况分析

第三章 中国保健品市场分析

第一节 中国保健品行业发展历程

第二节 中国保健品行业现状

一、企业结构

二、产品分类

三、营销模式

四、竞争形势

第三节 中国保健品市场分析

一、中国保健食品市场容量

二、中国保健品产品结构

三、保健品细分市场规模

四、中国保健品品牌结构

五、保健食品市场渠道分析

（一）商超渠道分析

（二）药店渠道分析

（三）电商渠道分析

（四）团购渠道分析

（五）直销渠道分析

第四节 中国保健品进出口分析

第五节 中国运动保健品行业分析

一、运动保健品相关概述

（一）运动保健品定义

（二）运动保健品分类

二、全球运动保健品产业发展情况

- (一) 全球运动保健品发展概况
- (二) 全球运动保健品市场发展的驱动力

三、中国运动保健品产业发展概况

- (一) 运动保健品发展情况
- (二) 运动营养品市场规模
- (三) 运动保健品发展建议

第四章 保健食品产品竞争分析

第一节 增强免疫力功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第二节 辅助降血脂功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别
- 三、降血脂保健品市场规模

第三节 辅助降血糖功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第四节 抗氧化功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第五节 辅助改善记忆功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第六节 缓解视疲劳功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第七节 促进排铅功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第八节 清咽功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第九节 辅助降血压功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十节 改善睡眠功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十一节 促进泌乳功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十二节 缓解体力疲劳功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十三节 提高缺氧耐受力功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十四节 对辐射危害有辅助保护功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十五节 减肥功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别
- 三、减肥类保健品市场规模

第十六节 改善生长发育功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十七节 增加骨密度功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十八节 改善营养性贫血

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第十九节 祛痤疮功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第二十节 祛黄褐斑功能

- 一、产品数量
- 二、部分企业产品类别

第二十一节 改善皮肤水份功能

一、产品数量

二、部分企业产品类别

第二十二节 调节肠道菌群功能

一、产品数量

二、部分企业产品类别

第二十三节 促进消化功能

一、产品数量

二、部分企业产品类别

第二十四节 通便功能

一、产品数量

二、部分企业产品类别

第二十五节 对胃粘膜损伤有辅助保护功能

一、产品数量

二、企业产品类别

第五章 中国中药保健品市场发展分析

第一节 中药保健品市场发展潜力分析

一、中药保健品发展状况分析

(一) 中药保健品种类情况

(二) 中药保健品市场优势

(三) 中药保健品发展方向

二、中药保健品市场规模分析

三、中药保健品发展存在的问题

四、中药保健品发展前景分析

第二节 中药保健饮料市场发展潜力分析

一、中药保健饮料研发种类分析

二、中药保健饮料市场定位分析

三、中药保健饮料企业情况分析

四、中药保健饮料存在问题分析

五、中药保健饮料发展潜力分析

第三节 中药保健茶市场发展潜力分析

一、中药保健茶品种研发情况

二、中药保健茶发展情况分析

三、养生保健茶市场规模分析

四、中药保健茶企业情况分析

五、保健养生茶发展瓶颈分析

六、保健养生茶市场发展建议

七、保健养生茶发展趋势分析

第四节 中药保健酒市场发展潜力分析

一、中药保健酒市场发展现状

二、中药保健酒企业情况分析

三、品牌保健酒竞争策略分析

四、中药保健酒市场需求分析

五、中药保健酒发展趋势分析

六、中药保健酒发展潜力分析

第五节 中药药膳食品市场发展潜力分析

一、药膳食品概念分析

二、药膳食品功效分析

三、药膳食品分类情况分析

四、药膳食品功能性成分分析

五、药膳食品细分市场分析

（一）保健类药膳食品市场分析

（二）预防类药膳食品市场分析

（三）治疗类药膳食品市场分析

（四）康复类药膳食品市场分析

六、药膳食品市场发展前景分析

第六章 中国保健品行业主要上市企业竞争力

第一节 山东东阿东方阿胶股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

第二节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

第三节 深圳市海王生物工程股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

第四节 重庆太极实业（集团）股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

第五节 海南椰岛（集团）股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

第六节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

第七章 中国保健品行业主要非上市企业竞争力

第一节 安利（中国）日用品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第二节 南方李锦记有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业营销网络分析

四、企业竞争优势分析

第三节 完美(中国)有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业营销网络分析

四、企业竞争优势分析

第四节 康宝莱（中国）保健品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业营销网络分析

四、企业竞争优势分析

第五节 技源健康科技（江苏）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

第八章 2022-2027年中国保健品行业投资前景

第一节 中国保健品行业SWOT分析（AK ZJH）

- 一、中国保健品行业优势分析
- 二、中国保健品行业劣势分析
- 三、中国保健品行业面临机遇与挑战
- 四、对中国保健品生产企业建议

第二节 保健食品行业投资特性分析

- 一、保健食品行业投资环境
 - （一）保健食品市场拉动
 - （二）保健食品科技推动
 - （三）保健食品管理带动
- 二、保健食品行业投资壁垒
- 三、保健食品行业投资潜力

第三节 保健食品行业投资风险分析

第四节 中国保健品行业发展预测

图表目录：

图表：保健品分类图

图表：保健品分类说明

图表：中国保健食品的功能范围

图表：2017-2021年中国保健食品所属行业经济指标统计

图表：2017-2021年中国保健食品制造企业数量变化趋势图

图表：2017-2021年保健食品制造资产总额统计

图表：2017-2021年保健食品制造资产变化趋势图

图表：2017-2021年保健食品制造销售收入统计

图表：2017-2021年保健食品制造销售收入变化趋势图

图表：2017-2021年保健食品制造利润总额统计

更多图表见正文.....

详细请访问：https://www.huaon.com/channel/health_products/764405.html